

人气爆棚 销量喜人

2013中国洛阳春季精品房博会圆满落幕

□本刊记者 刘丁

为期4天的2013中国洛阳春季精品房博会圆满落幕,本届盛会可以用两个字概括——火爆。

回望本届地产盛会,参展的开发商和家装家居企业收获颇丰,喜笑颜开;有买房和装修需求的消费者获得了实惠,满意而归;现场互动活动丰富多彩,亮点纷呈;参展商在展位布置和楼书设计上锐意求新,大放异彩……



记者 李卫超 摄

人气极旺 收获颇丰



记者 王振华 摄

记者走访房博会现场发现,每个展位前都人头攒动,咨询者络绎不绝。开元壹号的一名置业顾问对记者“诉苦”,语气中却透着喜悦:“真是太忙了,一拨一拨的咨询者把我们的展位围了个水泄不通,我都不

知道该先回答谁的问题,半天都没有时间喝口水……”

据了解,本届房博会的销售情况十分火爆:观展者达7548组,购房意向成交量达812套,意向成交金额达3.38亿元。

参加本届房博会的楼盘都收获颇丰:世纪王城等楼盘表现突出,销量喜人;中建·和富名苑在房博会期间销售了33套住宅,还登记了500多组意向客户的信息,成为本届房博会中的黑马。该项目负责人全飞表示,他们的楼盘首次参展就取得如此喜人的业绩,下届房博会他们还会参加。

中国洛阳第十二届国际名车展暨春季精品房博会的尊贵奖——升龙城SOHO至尊购房卡由升龙城提供,因此该楼盘展位前人气很旺,许多年轻人对升龙城40平方米至60平方米的小户型颇感兴趣。

在本届房博会上,郑州来洛阳参展的13个楼盘也取得了不俗的业绩。郑州某楼盘的一名负责人表示,今后如果再有这样的机会,他们还会来洛阳参加房博会。

互动节目 拉近距离

房博会第二天,市民赵女士兴奋地对记者说:“我来房博会真是来对了,不仅买房价格优惠,还获赠了一个大礼包,真是划算。”

据了解,在本届房博会上,诸多参展楼盘推出了较大幅度的优惠措施,如1元订房、特价房、万元购房大礼包、豪华国外双人游、幸运转盘大抽奖……这些优惠措施大大刺激了潜在购房者的购房欲望。

除了购房优惠活动,在本届房博会现场,升龙广场、大盟国际广场、加州1885、洛阳·恒大绿洲、路劲·顺驰城、东方今典等楼盘还推出了不少互动活动,活跃了现场气氛,也拉近了开发商与购房者的距离。特价房拍卖、抽奖等活动也吸引了不少观展者,将现场气氛一次又一次地推向高潮。

家装展区 现场火热

2013中国洛阳春季精品房博会上,许多家装家居企业的展位也吸引了不少观展者。

据了解,参加本届房博会的家装家居企业收获不小:业之峰装饰公司吸引意向客户70多名,签订单20多笔;沪上名家装饰公司吸引意向客户60多名,签订单18笔;洛阳城

市人家装饰公司吸引意向客户50多名,签订单16笔。

房博会期间,在芝华仕头等舱沙发展位内,现场体验的客户接连不断,4天现场卖出20多套沙发。

冠军家居联盟12个品牌也收获颇丰,通过房博会,不但进一步宣传了品牌,而且收集了大量客户信息,为4月20日在工人俱乐部举办的冠军联盟家居建材惠民签售会打下了坚实的基础。

锐意创新 吸引眼球

记者在逛本届房博会时,发现一些开发商锐意创新,使他们的展位成为本届房博会上的亮点。

上海滩华府楼盘吸引了不少观展者的目光。该楼盘不仅推出了1元订房活动,还举办了“我的房价我做主”活动——购房者在20秒钟内数钱,多数多得,这些钱可抵购房首付款。这个活动很刺激,趣味性也很强,令购房者大呼过瘾。

在展位布置上,一些楼盘下了功夫:令人印象最深的就是加州1885展位,在绿草丛中,鲜花盛开,步入其中,仿佛置身于美丽的花园中;龙门一号的展位也很有特色,镂空的影壁、精美的瓷器、古色古香的中式风格,令人赏心悦目,很好地渲染出该楼盘的唐风古韵;走进建业·世纪华阳的展位,里面居然点着两支蜡烛,温馨、浪漫的感觉扑面而来;绿都·塞纳春天、君河湾等楼盘展位在布置上也很花心思,它们摒弃了普通的桁架结构,代之以更具真实感、成本更高的“房屋”结构,别具一格。此外,富地·蓝泊湾的鱼形宣传页、加州1885的鸟型宣传页,都彰显出这些楼盘追求新求变的营销思路。

在竞争如此激烈的环境下,一个楼盘要想从诸多楼盘中脱颖而出,吸引购房者的眼球,必须在各个环节锐意创新,才能占得先机。



记者 王振华 摄

(本版图片均摄于房博会现场)

