

意向成交 158 套,意向成交金额近 1 亿元——

参选楼盘展示会

回顾金鼎奖线下活动之房展会

上月很火热 余温今犹在

□本刊记者 刘丁

2013年12月7日至8日,作为洛阳首届地产金鼎奖评选线下活动之一,金鼎奖参选楼盘大型展示会在新都汇广场盛大举行,取得了骄人业绩,掀起了一股年末购房的热潮。令人欣喜的是,展示会的火热之势继续延伸,各参展楼盘在接下来的圣诞节、元旦竞相推出了新的优惠活动,吸引了许多购房者的目光;还有一些楼盘针对年前返乡置业群体激增的情况,推出了目标性很强的优惠措施,可谓眼光独到。看来,春节前我市房地产市场又将呈现供需两旺的火热景象。

1 规模大人气旺 展会交易火热

作为2013年最后一次大型房展会,在新都汇广场举行的为期两天的洛阳首届地产金鼎奖参选楼盘大型展示会,犹如冬天里的一把火,温暖并照亮了冬天里的洛阳楼市。

此次房展会,共有18家楼盘参展。它们均是我市主流品质大盘,在业界拥有较高的知名度和较大的影响力,能入围金鼎奖实力自然非同一般。这18家参展楼盘是:宝龙城市广场、东方今典·天汇中心、地久·艳阳天、君河湾、建业·桂园、国宝花园、路劲·御城、龙门一号、洛阳碧桂园、洛阳·恒大绿洲、凌宇犀地、美景阁、名门世家、升龙城、升龙广场、盛世新天地、天城一品、香榭里·定鼎广场。

许多参展楼盘都在房展会上推出了诱人的优惠措施。比如,升龙城推出散客拼团购房可享指定房源九折、送家电等优惠措施;地久·艳阳天推出5套特价房,最高优惠8万元;君河湾推出购房(一期房源)客户可享总房款额外5000元的优惠。

房展会盛况空前,销售业绩十分喜人。两天时间共接待来访客户1678组,意向成交158套,意向成交金额近1亿元。

2 延伸效应明显 促销活动丰富

据了解,许多购房者在洛阳首届地产金鼎奖参选楼盘大型展示会上了解、咨询后,回去与家人商量一下,很快就到心仪楼盘的售楼部去购房了。这就是房展会的延伸效应,房展会上积累的潜在客户开始大规模发力。

正是看准了房展会的延伸效应,许多参展楼盘精心筹备,纷纷在2013年12月25日的圣诞节和2014年的元旦等营销节点推出新的优惠措施,意在将房展会上积累的大量潜在客户的购房需求集中激发并释放出来。

凯瑞·国宝花园项目营销部经理吴兵子说:“新都汇房展会的效果很不错,第二天,就有一些客户到售楼部购房。为了进一步满足房展会上潜在购房者的消费需求,

我们在2013年12月举行感恩系列活动,推出特价房、买房转盘抽大奖等优惠活动;圣诞节前后还组织国宝花园部分老业主观看了电影《私人订制》,这些活动都收到了良好的效果。在新老客户的大力支持下,凯瑞·国宝花园去年一年实现销售额近11亿元,而且使凯瑞集团迈入了亿元纳税俱乐部的行列。2014年1月包括春节期间,国宝花园还会推出系列感恩回馈活动,比如来访有礼、购房转盘抽大奖、送福字、送春联等。”

建业·桂园2014年元旦期间推出的一期高层正式认筹活动,优惠措施是:1万元抵3万元。

天城一品营销总监李涛表示:“我们参加新都汇房展会收获很大,不仅在房展会现场取得了

满意的成绩,而且房展会的延伸效应也十分明显。许多客户在房展会上看了我们的楼盘后,过了几天就到售楼部定房了。为了回馈更多的购房者,我们在2013年12月推出业主答谢活动,在圣诞节推出现场DIY、派发礼品等活动,在2014年元旦推出砸金蛋、送小家电活动,同时,推出的3D魔幻之旅活动(看房者免费观赏3D画、3D影片,周六、周日还送现场3D照片,1月19日截止)正在火爆进行中。最近我们还推出了返乡置业多重优惠活动,最高每套优惠11万元。”

另外,洛阳·恒大绿洲、龙门一号、凌宇犀地、美景阁、盛世新天地、香榭里·定鼎广场等楼盘近期也推出了相应的优惠活动。

3 返乡置业受宠 把握购房良机

进入腊月,过年的气息就越来越浓了。

在外地工作的许多洛阳籍人士也将陆续返乡,因为一线城市的房价比较高,所以,许多人便将买房的目光投向了自家家乡——洛阳。因此,每年春节前,在楼盘销售中,返乡者置业的比例就会迅速升高。

谈及此,建业·桂园营销总监郭郑斌说:“春节前,投资型产品(商铺、写字楼)的消费需求比较弱,而住宅市场比较火,将会迎来返乡者置业的高峰。过年前,许多在外地工作的洛阳籍购房刚需族将会回到洛阳购房。他们作为

购房群体中的一股高端消费势力,在大城市购房压力较大的背景下,许多会选择在自己的家乡洛阳购房。由于他们工作忙碌,通常每年春节会回洛阳探亲一次,而他们通常也会选择在春节前这段宝贵的探亲时间内将购房大事敲定。当然,还有一个原因就是他们此时手里的资金比较充裕。这部分群体以年轻人为主,包括在外地工作的职业经理人、公司白领和一些在外地做生意的人。同时,吸引这部分群体购房的许多高端楼盘,都会在春节前推出一些促销活动。所以说,春节前是一个购房的好时机。”

