

端午节撞上儿童节

楼市也打亲子牌

□记者 霍媛媛

上个双休日恰逢端午小长假,又遇上儿童节,或许是为了赶在传统销售淡季到来之前抢夺更多的潜在客户,地产商们都在小长假里下足了功夫,轮番奉上各种活动“餐”给购房者。

端午小长假 开盘活动增多

6月2日,是端午小长假的最后一天,记者对新区的几个楼盘进行了走访,发现人气都挺旺的,每个楼盘都有几组购房者在看房。大多数楼盘的销售人员反映,端午小长假期间,他们的售楼部里基本上不缺人气,尤其是假期第一天的人气最旺。

和之前主推促销及暖场活动等“开胃小菜”的双休日楼市相比,与端午小长假相逢的这个双休日楼市规格显然高了一些——除了各种“开胃小菜”,地产商端上来的不少都是开盘“正餐”。

5月31日至6月1日,洛阳楼市开盘活动扎堆。五洲国际工业博览城2期、顺峰状元府邸二期、东方今典·观澜三期、盛唐至尊3期·玺园等楼盘陆续开盘。

6月1日,东方今典·观澜三期楼王160平方米至260平方米河景平层大宅开盘,吸引了数百组购房者到场,开盘销售率达80%;当天,盛唐至尊3期·玺园首批房源正式发售,现场人气非常旺,售楼部里挤满了购房者。

小长假里,除了开盘活动,涧西区的新盘君

悦蓝庭的营销中心于5月31日开放,地久艳阳天的营销中心经过升级改造也在6月1日与公众见面,现场同样不缺人气。

撞上儿童节 亲子活动大热

因为今年的端午节遇上了儿童节,所以各种亲子活动大热,楼市也不例外。不少楼盘都在促销及暖场活动中融入了符合小朋友特点的元素,玩起了亲子游戏。据了解,举办这类活动的楼盘都吸引了不少家长带着小朋友前来参与,亲子活动成为最“开胃”的端午“小菜”。

盛唐至尊二期就推出了购房(大户型产品)赠送教育基金最高50000元的“大礼包”;万众e家也在其推出的端午嘉年华活动中,针对小朋友推出了大型创意造型气球秀等活动;大盟国际广场则举办了双节狂欢活动,接待中心门口十几米高的巨型蜘蛛侠吸引了很多小朋友合影留念……

“掌握购房者的心理需求,对于房地产营销来说非常重要。儿童节的核心肯定是家里的孩子,所以家长都希望能带着孩子一起参加活动,楼盘此时举办亲子活动,肯定能吸引家长积极参与。”一名楼盘负责人说,在亲子活动中,销售并不是重点,重点在于提升项目、企业的品牌形象。

楼市快要进入暑期档了,预计在这段时间里,各大楼盘仍然会围绕营销这一主题展开各种亲子活动。

重点楼盘的开盘活动情况和亲子活动情况详见D02版。



《洛阳晚报·楼市周刊》
微信二维码



绘制 茜文