

名盘颺惠房车展:赚人气 聚财气 鼓士气

□晚报记者 张劲松 实习生 郑博 李博 文 记者 李寒 李国阁/图



展会全景

4月6日—8日,为期3天的2012年春季周口日报社大型房车联展在周口市五一广场举办,连续三天新盘靓盘的激情演绎,连续三天新车豪车的魅力展示,连续3天市民们的尽享实惠和大饱眼福……房地产商不仅销售了不少楼房,而且收获了众多客户信息,品牌也得到有效的推广,车商们毫不掩饰兴奋,报出了累累战果,不但赚了人气、聚了财气,他们收获更多的是对未来市场的信心,从而在很大程度上鼓舞了士气。

作为周口楼市、车市的风向标,大型房车联展是周口日报社第九次成功举办。据了解,此次大型房车联展无论是规模、规格还是组织、宣传,都为历届之最,堪称一次盛会。联盟新城、万达·熙龙湾、绿地新里·卢浮公馆(郑州)等23家省内外房地产商悉数登场,纷纷聚首五一广场,站在同一个舞台上,一竞风流。同时,23家楼盘推出150套特惠房,更让市民惊喜异常。

从上百套优惠力度极大的特惠房里,我们听到了购房者的声音:“此次房车联展,确实是个好机会,这些楼盘中,我一定能选出心仪的住房。”

有意思的是,房车联展带来的人气,还不仅仅局限在展会现场。据参展的开发商们说,开展三天来,位于周口的这些楼盘,前去售楼中心看楼的人更是络绎不绝。

记者采访中得知,面对观望、等待的周口楼市,许多开发商都要在今年春天有大动作,因此他们都看重这次展会,欲借展会在楼市上发力,下面是部分开发商对展会的感受和看法:

绿地新里·卢浮公馆(郑州)项目经理 杨东
开幕式比省会搞得还好

我们对周口房地产市场关注已久,我们公司的客户大约一半来自周口,周口这边市场广阔,我们一直想通过一个很有实力的地方媒体进入周口这个市场。得知这次周口日报社组织房车联展的消息后,公司非常重视,第一时间和展会组委会取得联系,预订展位。



小记者展会秀才艺

不过,这是我们第一次尝试与地市级媒体合作,也是到外地进行拓展的第一次非常正式的尝试,以前我们从没像这样大规模地拉个大展台到外地展示,且规格上完全保证在郑州参展的规格,所以投入也非常大。我们的展厅是目前国内最先进的,花费25万元左右,展厅布置采用的是模块组合式结构,所有展位都是从上海制作,外观大气,可以分割搭建,可循环利用4到6次,且装有彩灯,在晚上看上去会更加漂亮

为了增加我们的品牌影响力,我们还组织了强大的派单队伍,派单人员计58人,且统一着绿色T恤,代表“绿地”的良好形象。

作为一个外地的项目在周口展示,第一天就有人交款定房,取得开门红,这足以说明周口日报社组织的房车联展号召力极强。在这之前,我们真没想到周口日报社举办的展会有这么大的影响力,特别是展会的开幕式简直比省会郑州举办展会的开幕式规格还要高。我们要借这次展会,向周口人民展示我们品牌的质量和品牌魅力。我们非常感谢主办方,你们台子搭得好,没有你们,我们不会有这么好的在周口展示的机会,如果再来周口作展示,我们争取取得冠名权。为了挖掘周口的市场潜力,下一步我们可能要延伸到周口的所有县(市)。

河南省天鹏巍朝置业有限公司销售顾问 黄巍
周口市场潜力大

我们项目在周口首次亮相,也是第一次参加周口日报社举办的房车联展,此次参加展会对于我们项目来说是一个很好的形象展示。由于我们展位、优惠幅度都较大,这几天的展示吸引了不少市民,意向客户一天达到近百组,而且非常强烈,这为我们下一步的销售打下一个良好的基础,我们对周口的房市充满信心。

我们项目属于政府招商引资项目,通过我们的调查了解,我们感觉周口的市场潜力很大。随着物价的上涨,工人工资的升高,房地产业成本价也在升高,虽然部分城

市房价在落,周口的房价由于价位适中,只有稳步发展,不可能下滑,当然暴涨也不可能出现。

目前,周口市房地产市场的刚性需求依然是市场消费主体。我们小区的优势在于设施配套齐全,户型好,得房率能达到100%,最大赠送面积40多平方米,这些都是令人耳目一新的亮点。景观设计是和中国美院城市空间研究中心合作,设计理念居于世界前列。小区采用高端智能化系统,住宅的火警、有害气体泄漏等实行自动报警,住宅设置紧急呼叫系统。在保障安全的同时使居住不受外部嘈杂的环境影响,形成一个完全独立的封闭式小区。

维也纳公园置业顾问 王宇
展会大幅提升品牌形象

维也纳公园虽然地处城南中心,但还是有相当一部分人不知道我们的项目地址,其实,市场影响力也决定我们事业的成败。最近,我们公司通过各种宣传方式,尽可能提高我们在市场上的品牌形象。当然,得知周口市最权威的媒体周口日报社举办大型房车联展,我们老总非常重视,积极参与。这几天展会现场人气很旺,意向客户也很多,通过此次房车联展,我们楼盘的品牌形象得到大幅提升。

我们展厅的布置除钢架结构外,全部用板材装饰,展台优雅精致,可谓气度不凡,让客户流连忘返。我们工作人员都经过严格训练,为客户提供高标准的服务。由于小区是欧式建筑,展厅布置和展示宣传都要有欧洲风情。为了展示维也纳公园的社区规划以“音乐”为灵魂贯穿始终,以音乐为设计灵感来源于让生活无处不音乐,成就居住理想的最高境界,我们专门请了一支专业的管弦乐队助阵展出。当然,功夫不负有心人,这些都为我們的展台赚足了人气,观展市民好评如潮,这让我们很欣慰。

再者说,这么多楼盘聚在一起,便于客户比较、选购、交流,也更能扩大各个楼盘的影响力,方便市民们买到心仪的楼盘。

河南建业森林半岛置业有限公司置业顾问 苗小波
中小户型受热宠

对于由周口日报社举办的此次展会,我们公司非常重视,为了增加品牌影响力,公司经过努力取得冠名权。

此次展会展厅的布置我们就花费了7万元,为了吸引客户的眼球,我们还请了专业模特队进行表演,相比其他楼盘来说,我们的人气是比较旺的。再者,人气很好还有一个重要的原因,那就是“建业”这个金字招牌。

我们展台看房的意向客户每天100多组,这些客户中,以购买中小户型者居多,这可能是由于中小户型以其总价相对较低而受到绝大多数客户们的青睐,且这些购房者中年轻人居多,他们大多用作婚房,有小部分是父母买房,属于刚性需求的主力军,这些人中

投资性买房很少。

目前,国家对房地产市场进行调控的效果已经凸显,年底前,我市这种房价平稳的态势还将延续,我市投资性需求现在很少,刚性需求居多,无论是新建房还是在售房价格,短期内不会有太大调整,价格出现暴涨暴跌的几率不大。

北辰桂园置业顾问 江光海
宣传有“创意”,展会有人气

这次由周口日报社举办的展会情况确实不错,可能是由于人气很旺吧,总感觉这个地方场地太小,希望以后举办展会能找一个更大的场地,效果可能会更好。

第一次参加报社组织的房车联展,感觉宣传非常到位,报社充分利用了自身优势,日报、晚报、手机报不惜版面大力宣传,同时,在正常发行的基础上,又印发了展位特刊,开幕式当天又有滑翔机助阵,展会期间又有“小记者才艺汇报演出”和小记者“汽车宝贝POS秀”大赛活动助威,确实给参展商赚足了人气,来我们展台看房的意向客户每天至少有70组。

金鑫上城公馆置业顾问 尹冲冲
特惠房受市民青睐

我们上城公馆已经是第三次参加周口日报社组织的房车联展,这次由于前期宣传到位,主办方组织科学,情况要比去年好得多。

由于展会期间我们优惠措施多,参展楼盘让利大,特别是我们的特惠房很受市民青睐,比如我们楼盘20—25层此次房展拿出10套房搞优惠,原来每平方米3300元,现在直降到每平方米2700元。再者,团购每平方米优惠200元,这也给我们带来了不少人气。

由于我们的楼盘户型较好,整个楼盘价位普遍偏低,来我们展台看房的意向客户每天有100组以上,且这些人中大部分属于刚性需求者,由于国家对房价的调控,现在投机性购房已经很少了,那些等待观望的客户也应该能看出房市目前比较平稳,所以下半年对于部分刚性需求者有可能就要出手了。

周口国贸项目负责人 王通
“诚信宣言”对我们激励很大

由于周口日报社是当地的主流媒体,此次展会真正体现了“媒体搭台,企业唱戏”的宗旨,宣传效果极好,市民参与热情较高,展会客流量很大,人气很旺,展会大显“眼球效应”,这几天中,我们的意向客户每天达到100多组。

由于主办方组织科学,此次展会前来参观的市民真是络绎不绝,他们争先恐后地在展台前看个不停。可以说,房车联展让商家们抢足了顾客的眼球,出尽了风头。

更加值得一提的是,开幕式规格很高,各商家代表踏着红地毯走上主席台,进行诚信宣言签名,诚信宣言签名活动对我们来说是个很大的鼓励,在以后的商业征途上,我们一定会铸造诚信品牌,做好品质地产。



开幕式现场



“品质地产、诚信车商”宣言受到市民关注



开幕式组织规范



展厅内客流如织



为“2012周口十佳楼盘”颁奖



楼盘展厅掠影

