

政策市场双重调控下,如何选择满意的房子?

进入2014年,中国房地产市场风声鹤唳,杭州、常州、秦皇岛部分项目出现大幅降价,而类似某某地产公司行将破产的新闻也不鲜见。这引发人们对住宅地产“供过于求”的强烈关注,人们对房地产市场崩盘的担忧也与日俱增。

各地出台的楼市限购、限贷政策让房地产市场成交有所降温,但是,还有相当一部分新婚型或改善型的刚性需求购房人群以及部分投资者仍在寻求适合的房源。如何在当下的楼市中选择满意的房子成为了人们日常讨论的一个话题。

在刚刚结束的由周口报业传媒集团举办的“第13届春季大型房产联展”上,记者就此问题随机采访了数位地产界资深人士,请他

们为周口目前市场形式下客户关注的问题答疑解惑。

问:在当前的市场环境下,选择怎么样的楼盘才能达到一个最满意的结果?

答:地段优越、有潜力的项目。李嘉诚说过,买房三要素:地段、地段,还是地段。对绝大多数购房者来说,一生中买房的机会可能就只有这一次,于是除了关注楼盘自身的品质外,更多的应该关注其周边相关的配套。可能有些楼盘自身品质尚可,但方圆5公里还是一片荒地,上学、购物、休闲娱乐都无法实现,这就大大降低了生活的舒适性。

问:在竞争日益激烈的楼市,各种宣传眼花缭乱,但真正的好项目有什么特征呢?

答:首先还是地段,一个好的地段是好楼

盘的基础保证;其次是成熟的社区和配套,这些是未来舒适宜居的保证;还有就是开发商的品牌,这也是一个非常重要的因素,良好的口碑能对物业升值起到良好的促进作用;另外就是其他一些与之相关的因素,如景观资源、合理的户型设计等等。

问:在这些众多确定优质楼盘的因素中,你觉得哪个元素相对更加重要呢?

答:开发商的品牌含金量。严格的政策将会淘汰很多实力不济的开发企业,而这些实力较弱的企业在市场环境不好的时候虽然会更加卖力打折,但其后期产品维护和服务则未必会有保障。在新政严格执行的今天,买房应该比以往任何时候都更看重品牌。像周口百硕置业这样的企业,在郑州已经开发过3个成熟项

目,至少可以保证其品牌对房产价值的长期支撑,并且今后社区服务等方面也会更方便。

问:在周口当前的市场形势下,谈一下你心目中优质楼盘的理想之选?

答:百硕园。正如身边一个朋友说的那样:同样都是周口的楼盘,选来选去,最后还是决定买百硕园的房子。一是他们在市中心,不管城市怎么发展,市中心永远是不变的;二是紧邻着周口唯一的沙颍河,几千米的绿化带与河景是可遇不可求的;三是学区房,周边中小学十几所,将来小孩上学划片招生就不用犯愁,再加上周边医院、各大百货商场也都近在咫尺,合理的户型和价位,这些都是让人值得购买的原因。有这些因素在,相信百硕园会成为周口市民买房置业的首选。(王阳)

“长枪短炮”发现 社区大美

□记者 王永剑

本报讯4月12日,在融辉城音乐喷泉广场前,由周口市艺术摄影学会、商水县摄影家协会、融辉城项目3家联袂举办的首届“印象融辉城”艺术摄影作品大赛启动。融辉投资集团领导及周口市艺术摄影学会主席岳献甫等参加了本次盛会的开幕仪式。

融辉集团副总经理林斌在致辞中说,周口是一座历史文化悠久的城市,更是一座充满朝气与活力的城市,融辉城项目落户周口8年以来,在政府和人民的支持下不断蓬勃发展壮大,一个超大居住主题公园社区已初步形成。本次融辉城联袂周口市艺术摄影学会、商水县摄影家协会举办“印象融辉城”周口市艺术摄影作品大赛,是怀抱一种对生活的期

待与向往,去发现生活中的美。并以融辉城的精品魅力为载体,向外传播周口市人文安居的理念。同时,随着项目建设的逐步完善,融辉城将会展现出更加灿烂和夺目的光芒。

周口市艺术摄影学会主席岳献甫先生上台发表讲话了热情洋溢的讲话,并用饱满的热情朗诵了他为融辉城写的诗歌——《点赞融辉城》。

据悉,此次摄影大赛向社会公开征集以表现融辉城风貌为主题的摄影作品,喜欢摄影的市民可以拿起相机到融辉城项目去发现社区的美丽景观,和摄影爱好者、专家共同交流学习摄影知识,还能对一个摄影主题交流心得,是一次非常好的切磋机会。作品征集时间截止到2014年8月底,优秀作品不但有大奖等待,还将制作成展板展出。

“印象融辉城”艺术摄影大赛启动

人们喜欢关注于事物的发光

点,但是对于产生光泽的光源却不愿去探索。对于

周口碧桂园,人们看到的是实景展示区的美景,看到的是营销人员忙碌的身影,以及人们争相观看欣赏和购买的场景,但却很少人关注产生奇迹的背后故事。

探寻周口碧桂园十亿元光环背后的故事

□记者 王永剑

4月6日这天在周口地产界树立了一个里程碑:3个小时热销千余套,销售额达到空前的10亿元。这是一个非常骄人的营销奇迹。这个营销额的高度,在周口绝对是空前。如果说开盘当天的井喷销售是人们的冲动消费,那么开盘至今,在桂园大道上天天川流不息的车辆和络绎不绝的看房人群,说明周口市民对碧桂园的钟情感在日益增长。现在,如果你想在周口碧桂园一期买套花园洋房,已经不易了,当初对开盘价格的非议已经转变为打听和询问有没有人转卖。就在昨天,还有不少人向记者询问能不能通过关系买套碧桂园的房子,而且不再对楼层、位置挑肥拣瘦。

10亿元,这个靓丽的数据,使我们看到了碧桂园集团巨大的能量。而这个数据的诞生得益于碧桂园集团强大的人力资源。碧桂园河南区域营销总经理齐华伟和记者一次闲聊中无意透露一个数据:开盘前的一个月,来自周边几个省前来支援的营销人员,光宾馆的住宿费每个月就高达七八十万元。就在开盘前的一二十天里,和记者打交道的周口碧桂园策划和营销人员分别来自东北、湖北、山东等地,而他们到周口都是“友情赞助”。

周口碧桂园的热销,除了其优越的品质、高端的定位和社区的高附加值赢得了市民的认可和赞许,得到了广大购房者的持续关注与支持之外,更多的力量来源于碧桂园营销部、工程部等各个部门的职工。工作上的便利,使得记者结识了一些周口碧桂园项目的领导,但记者更想从营销部的基层人士中选上一两个来,以他们的经历讲述碧桂园成功背后的故事。

张颖丹,这是一位来自洛阳的20多岁的女孩,说话轻声细语,看起来有点柔弱。和她认识是通过以前在周口碧桂园项目负责策划的李田介绍的。因为李田要到安阳碧桂园项目工作,临走前,李田把张颖丹推荐给记者,说是周口有朋友想在碧桂园买房,可以和张颖丹联系。

凑巧的是,张颖丹和她的一些同事租赁的临时住所和记者在一个小区,这个在莲花路西段的小区离市中心比较远,离他们办公的地方更远。当时,汉阳路的铁路道口还没有打通,没有公交车,能坐上出租车全靠运气。因为要拓展客户,她每天大部分的时间就是用脚在丈量周口市区的街道。

初到周口,人生地不熟,她每天早上到办公室后拿上厚厚的楼书单页、客户登记表就匆匆行走在大街小巷。两个月下来,她积累下的客户资料比记者10余年来的人脉还要丰富。地产圈的几个朋友说,像张颖丹这样的销售能力,在周口的地产企业里面,都是营销主管、经理的级别,可以舒适地在售楼部查资料、接待客户咨询,用不着在街上风吹雨淋,也不用看客户的冷眼。而她,在拓展客户的道路上,无视风雨,走得很坚定、很自信。

孟强,这个来自西安的小伙子,很腼腆。去年11月份,碧桂园集团邀请河南区域的媒体到广东碧桂园总部采风,在他们的图书馆,我俩谈了一二十分钟,没想到到周口碧桂园开盘前,他到周口这边来做策划,因为工作的关系,我俩沟通多一些,算得上有缘。

对于一些地产公司来说,策划这个职位属于比较闲的,而碧桂园的策划却忙得不是一个“很”字能代替的。在和记者打交道的这两月,孟强每周工作7天,没有节假日,每天半夜还能收到他发给记者的“指令”,部署未来几天的工作内容。记者的一位朋友是做广



周口碧桂园实景

告的,他说,最烦的就是半夜接碧桂园的策划打来的电话,有的活动催得还比较急,活儿一安排下来,立马就得叫工人干,不能耽误第二天8点用。在周口做广告这七八年,还从来没有一家像碧桂园这么追赶着广告公司连轴转的。

从外地来周口的朋友大都会抽空到淮阳转一圈,赏赏龙湖水景,到天昊陵祭拜一下人祖,算是不虚此行。可是,孟强到周口这两三个月时间,却抽不出半天时间到淮阳一了心愿。不单单是孟强一个人忙,像他们策划部的张智超等人,也都没时间到淮阳转转。还有个女孩张宴铭,工作起来也“吓人”。上次碧桂园的物业团队在七一路集体展示,我跟在队伍后面大步前行才勉强能撵上,她却跑前跑后地不停拍照。好几公里路,走了一半,记者和几位同行就累得走不动了,最后坐上朋友的车随队伍走,她还是忽前忽后地跑着,一点儿也不减速。

周口碧桂园能写的人物很多,记者写这么几位,只是工作中比较熟悉,完全没有拔尖写的概念和意图。而正是像张颖丹、孟强等这样的普通职工,大家一起打造出了碧桂园的奇迹丰碑,他们将和周口碧桂园项目中众多的人一起,为周口市民营造一个五星级的家。

谈及在碧桂园的苦与累,员工都有说不完的话题,但是员工都感激碧桂园给他们提供了一个施展空间的舞台,他们很珍惜当前的岗位,愿让自己的青春在碧桂园绽放。

走进周口碧桂园,异国情调的英伦商业街、美轮美奂的实景示范区,各式园艺、泥塑小品组合,无不在细节处体现碧桂园的用心。这些用心的背后,是碧桂园每个员工故事的堆积。

一个奇迹的诞生,是周口地产史上一个高度的开始,而未来,还会有更多碧桂园的故事。