



中凯·百悦城展区吸引了众多市民前来咨询。晨报记者 张志嵩 摄

花絮

80后热捧小户型

晨报记者 王帅

“我从头到尾仔细阅读了《淇河晨报》当天推出的春季住宅产业文化节特刊,内容很详细、全面,今天我专程来这里看看展出的新楼盘。”5月1日上午,市民李先生拿着晨报推出的春季住宅产业文化节特刊来到现场。

李先生翻开特刊中的“新区新楼盘全景图”对记者说:“你看这张图把新区目前开发的新楼盘展现得一目了然。今天,再来文化节现场看看这些楼盘推出的优惠活动、沙盘和户型,相互对比后,我有了更多的选择余地。”据李先生介绍,他是2008年参加工作的,目前在某机关工作,身为80后的他,手头存款不多,看到文化节上有小户型楼盘推出,他很关注。“有不少楼盘都推出了100平方米以下的小户型,还看到一家房地产公司推出了一室一厅、30平方米左右的超小户型。像我这样从外地来鹤壁工作的年轻人很多,对于我们这些80后的刚性需求者,应该多投放些适合我们需求的房子。”当日,李先生相中一套七八十平方米的两居室小户型房子,他希望首付款不要太高,六七万元还可以承受。

记者在展会现场看到,一对准备购买婚房的80后情侣在天鹏·御景楼盘前询问售楼员小户型的情况,这样的小户型楼盘受到许多80后年轻人的追捧,他们纷纷表示,希望以后能够多举办些大型房展活动。

参展商 效果出乎意料 下次一定还来

晨报记者 李可 郑常鹏

“第一次在鹤壁参加这样的活动,没想到前三天就签了26份订单,销售额达35万元左右。预计文化节期间我们将完成平时投放在鹤壁一年的订单量,效果真是出乎意料。希望以后多举办几次这样的活动,到时我们一定还来!”5月1日上午,在住宅产业文化节展会现场,皇家凯旋门销售负责人李振华兴奋地对记者说。

李振华告诉记者,虽然皇家凯旋门的中部生产基地设在鹤壁,但由于产品定位为中高端,以前的销售市场主要面向北

京、上海、天津等一线城市,几乎没有在二线、三线城市宣传过。这次本是抱着试试看的态度报名参加了住宅产业文化节,却没想到取得了这么好的效果。

在中翼型材展厅记者了解到,4天的时间该公司共接单售出建材近700吨,还有十几家达成了购买意向。负责人表示,房产与建材搭配参展的形式非常好,有利于商家宣传与销售的同时也方便了消费者。

美高壁纸销售总经理廖松浩告诉记者:“几天来前来咨询的市民非常多,此

次文化节是一个很好的品牌宣传平台,不仅使市民更加了解壁纸,也使更多人认可了‘美高’这个品牌。”

在采访中,参展商纷纷表示,住宅产业文化节这样的活动方式很有优势,能聚拢人气,也更利于商家推广产品。“通过这次文化节,我们意识到鹤壁的房产、建材销售市场是一块大蛋糕,大有潜力,关键还要看怎样去开发。像举办文化节这样的方式就很好,希望以后鹤壁日报社能在国庆节等节日期间多举办几次这样的活动,到时我们一定还来参加!”

销售人员 没想到会有这么多人关注

晨报记者 夏国锋

5月1日是本次住宅产业文化节的最后一天,当日下午记者在现场看到展商促销力度依旧,市民参与热情未减,各个展位前都挤满了前去咨询的市民,工作人员应接不暇。

“我们没想到市民对这次文化节这么关注,今天是最后一天还有这么多人来。”东方世纪城售楼部主管张丽萍高兴地对记者说,在这四天展会上,该楼盘预订的房子有一二十套,达成意向的有90多套,宣传和销售的效果非常好。

天馨·中央公园销售副主任杨燕对记者说,在展会上,该楼盘登记的来访客户有800多人,达成意向的有近百人。“在展会上我们销售人员也在各个楼盘间走动,长了不少见识,学习到一些经验。”

“通过这几天的展会我收获很大,现场订出的房子多,达成意向的多,还有很多套正在洽谈中。”金爵时代广场置业公司销售经理李坤在接受采访时说,展会办得一年比一年好,以前主要展示楼盘,现在又增加了物业服务等软实力方面的展示,因为管理和服务质量同样是市民关心的问题,他们希望以后鹤壁日报社能多组织这样的活

动,让他们有更多的机会展示自己的楼盘。

在天润名仕豪庭展厅内,前来参观的人络绎不绝,销售经理刘辉介绍,“天润名仕豪庭虽未开盘,但已受到不少市民的青睐,人多时我们15个销售人员都忙不过来,我们安排了两部看房车,但仍满足不了客户到楼盘现场参观的需求。这次活动举办得确实不错,希望报社以后多为我们搭建这样的平台。”刘辉说。

中凯·百悦城这次主打的是中凯商业街,销售部经理王国辰说:“这次展会参展商多,影响力大,对我们的销售有很大帮助。我们的销售人员在活动中得到了学习和锻炼,公司形象也得到了提升,我们对这次活动的效果很满意。”

“我们九州地产推出的北晨嘉园虽未开盘,但已引来市民的关注,展会的火爆场面让人吃惊,看房车跑个不停,都加了好几次油。”销售部经理李思晨说,这次展会让所有的楼盘集中展示,便于市民选房、购房。像这样的展会他们希望能多办几次,让市民和商家有更多的接触和了解的机会。

市民 文化节就是地产风向标

晨报记者 张小娜

5月1日是“中凯·百悦城杯”中国·鹤壁2011春季住宅产业文化节的最后一天,文化节依旧火爆,活动现场人潮如涌,摩肩接踵。市民的看房热情普遍很高,虽然对楼盘的关注点不尽相同,但在采访中,大家都向记者传达着同样的信息:“住宅产业文化节是地产风向标,有助于了解我市房价的总体形势。”

记者在采访中了解到,部分市民有房价太高的感慨。在锦绣·巴黎华庭展区内,记者采访了正拿着计算器计算房贷的市民祝先生,他快结婚了,所以急需买一套房子。“每个小区的情况我都询问了一遍,这个小区均价在2800元左右,我算了一下房贷,每个月要还款1600元左右。”跟祝先生一同看房的李先生说:“在这次住宅产业文化节上,我们收获很多,对新区的城市规划有了进一步了解,同时,对我国的房价走势也有了更清楚的认识。”

还有部分市民是着重看户型、地理位置、配套设施等相关情况。在阳光·家天下展区内,记者采访到了正在看沙盘户型的市民郭女士,她和母亲一起来看房,“主要是想看看户型,因为想买一套适合三代人生活在一起的房子,最好有两个卫生间。”郭女士说,“除了看中户型之外,小区的地理位置也非常重要。”天润名仕豪庭展区内异常热闹,在沙盘前,售楼小姐不停地向咨询情况的市民进行讲解。市民裴女士和朋友一起在这里咨询情况,她告诉记者:“我对这个楼盘的位置和户型都比较满意。”

“住宅产业文化节就是我市的地产风向标,这里囊括了我市几乎所有新楼盘,我们看房只需要在这里转上一圈,户型、房价、地理位置等小区的相关情况就一目了然。而且还有很多优惠活动,为买房者带来很多便利。”市民刘女士在接受记者采访时说。



市民排队领取奖品。晨报记者 张志嵩 摄

活动多样人气十足

晨报记者 张小娜

5月1日,新区新世纪广场上人头攒动,各个商家推出的活动各具特色,丰厚的礼品吸引了不少市民的目光。活动越是别出心裁越能吸引市民的眼球,也就越能得到最佳的宣传效果,于是,各个商家使出十八般武艺,在住宅产业文化节这个大舞台上“秀”自己的特色和产品。

“活动的效果非常好。”一百净的销售主管刘凯说,“我们公司总经理亲自在现场卖货,这几天销售额近万元,现场的货卖空了好几次,不停地打电话通知工作人员补货。”

活动主办方鹤壁日报社每天发1000袋洗衣粉,每天都有不少市民到礼品发放处领取报纸,再拿着报纸到各参展商那里去盖章,盖章够后,就可以到礼品发放处领取一袋洗衣粉。

沃德生态散热器展会现场丰厚的礼品更是吸引了市民排队等候,随着人数越来越多,等待参加活动领取奖品的队伍已经有十几米长了,不少人询问:“这是在干什么呢,这么多人?”知道是参加投篮的活动从而领取奖品之后,不少人也到后面排队了。在中凯·百悦城展区前,市民也排起了长长的队,原来,这里的礼品是赠送的天堂牌太阳伞。