

七夕活动为金九银十“暖场”

楼市

2013年8月7日 星期三
责编:周萱 美编:唐超湖北华特红旗电缆有限公司
Hubei Waht Hongqi Cable Co.,Ltd.华特电缆电线 保用三十年
地址:咸宁市温泉经济技术开发区高新工业园 销售电话:0715-8129666

近期楼盘活动主打浪漫牌

七夕活动为金九银十“暖场”

□记者 黄兰芬

下下周就是七夕,市场上已有一些楼盘围绕即将到来的中国情人节做文章,吸引婚房置业者,同时希望预热金九银十。

楼盘促销:既要浪漫又要实在

“8月13日七夕节当天,来三胜印象的情侣或夫妻,就能免费获得当晚的大地影院电影票两张、玫瑰花一支,5000元购房基金。”三胜印象销售人员介绍称,七夕,楼盘为

大家准备了丰富的活动。

“整个8月,天洁国际雅典城都定位为浪漫月,只要在这个月买房的客户都能获赠钻戒一枚或婚纱摄影一套。”天洁国际雅典城的销售人员介绍,为了吸引婚房需求者,楼盘针对结婚买房的需求群体,推出了87-127平方米的实用户型,给予不少的优惠。

记者从目前已打出的七夕楼盘宣传看到,有的楼盘是想借七夕带来一定的销量,有

的新楼盘举办现场活动是想打响品牌。

有看房市民说:“不买房子也能获赠购房基金、玫瑰、电影票,现在市场上越来越多的楼盘促销实在,不玩虚的。”

后市预测:楼市攻势接二连三

七夕一过,楼市也即将开启“金九银十”的黄金销售时段。于是“七夕”就成了各个开发商抢夺“金九银十”市场的第一战。有业内

人士预测,在八月,许多开发商活动都以暖场为主,以此来博得后市人气。

有楼盘销售负责人表示,很多楼盘的七夕活动明显是在预热“金九”。七夕促销只不过是金九银十楼市大战的第一波攻势。在七夕之后,人们买房的积极性也都会高起来。

还有楼盘的销售人员表示,每年七夕之后,婚房需求也将持续发力。因为每年9、10月份都是结婚高峰期,那时候的婚房购买力会更大一些。

温泉商圈如何实现蝶变?

——访湖北东皇置业有限公司董事长金可炉

□记者 黄兰芬

以温泉中心花坛为原点的温泉商圈,是当地老百姓最熟悉的老商圈。如今,随着当地经济飞速发展,人们需求不断上升,老商圈也在不断地求新、求变。

面对时代大潮和变幻的市场环境,如何让老温泉商圈焕发新生,再上一个台阶?这成为“圈内人”共同使命。对此,财茂·新都汇的开发商,湖北东皇置业有限公司董事长金可炉,提出了个人的见解,他认为,商圈内的项目要在保留历史传统、人文精神的同时,与时俱进,求新求变,要和政府、同行一同努力共建繁荣的温泉商圈。

温泉商圈的九多九少

金可炉说,温泉商圈综合了三代产品,第一代是因人们生活所需而形成的临街商铺,第二代是在满足人们基本生活需求后,配套建设的商业街,第三代则是引领人们生活、消费的大型商业综合体。

对于温泉商圈的现状,金可炉认为,这里三代产品衍绎递进,呈献出“九多九少”的共生现状。主要表现在:建筑竖向运输重视不够,首层经营多,在多层和高层经营少;整体营运经验不足,散卖品牌多,品牌聚集少;有效挖掘定位不准,购物中心多,精致主场少;策划设计力量不足,建筑产品多,建筑作品少;连片开发执行力不够,扯皮拉筋的事多,按时间节点出活的事少;对沿街景观理解不够,传统街景多,与现代城市相适应的景观少;对地形资源认识不足,丘陵资源存积较多,充分利用该资源的少;对人流动线理解不深,满足简单购物的多,品味人生的休闲乐趣少;车位规划不足,汽车增量多,车位存量少。

这九多九少反映出温泉商圈发展存在的一些问题:温泉商圈统一规划和改造还比较欠缺,项目自主招商、自生自灭的情况比较多,产品同质化的恶性竞争亟待解决。

在交谈中,金可炉提出一个观念:好地段好的建筑作品必是精品。他的言外之意,也是说温泉商圈的很多业态享有了得天独厚的好地段,但是既占据地段优势又能做成精品的项目、业态比较缺乏。

目前,温泉商圈的建筑设计理念有待更新,商居品质有待提升,服务内容有待强化,购物休闲布局有待延伸。这也从另一个角度说明,温泉商圈蕴含巨大的发展潜力。

温泉商圈的变与不变

温泉商圈如何发展,商业体改变方向在哪?金可炉给出了见解:

温泉商圈的发展应该结合当地的发展需求。政府、投资人及经营者应该思考:城市需要什么,市民需要什么?以此为出发点打造温泉商圈,来顺应市场、时代的需求。

变化建筑设计理念,在建筑设计中要诠释“以人为本”的理念。金可炉说:“开发商要让市民觉得,买的不仅仅是投资品,更买到了尊贵的生活。这就需要在建筑设计时,从内部分布、外部的格局等多方面着手,以人为本,赋予这个建筑更多的附加价值。”

变换商业项目的营运方式,实现投资人和开发商共赢的局面。现在温泉商圈内,许多商铺是自主招商,缺乏统一的营运。这样就没法使相同的业态高度集中一起,无法形成集聚效应。

此外,开发商应改变投资方式,从商业项目的可持续发展出发,在楼宇开发中体现道德含金量,做出好产品,提高咸宁的城市品位。

以财茂·新都汇为例,该项目在建筑外观、设计理念、运营方式等方面寻求改变。在设计上,财茂·新都汇采用了双首层、间接飞天梯、大型地下阳光停车场等,首开本地先河,提升了项目品味,提高了市民购物、休闲乐趣;在运营上,财茂·新都汇将引进国内

龙头商业运营商,保证其科学、高效运作。此外,该项目还涵盖了购物广场、高层住宅、高层公寓三大物业形态,以“精致生活”定位项目自身,将引入国内外多家高端、时尚大品牌。在建筑质量上,达到“楚天杯”的标准。

虽然在很多方面要求变,但是金可炉认为,温泉商圈有些东西也应保持不变。一是要保持商圈的地方文化底蕴不变,二是要保持人文情怀、不断创新的商业精神不变。比如,财茂·新都汇在建设过程中,保持了原地的地形地貌、绿地,延续了原址的人文精神。财茂·新都汇高处也有绿化,在购物商场的顶层和连廊上都将栽种植物,保持了老财校斜坡地形,在项目名上加上“财茂”两字,来纪念老财校。



咸宁房地产业精英访谈

佳辰国际·中央城——经世之情,传世之作

追求卓越者习惯于仰视至高,在尊崇荣耀中方可称踞上层;成就伟业者满足于居高极目,在畅怀鸟瞰中才可证明远见。佳辰人肩负着构筑咸宁巅峰阶层私享领地的美好愿景,承载着香城泉都对贵族院落情怀的人居梦想,以“筑就城市明天”的发展理念,饱含经世之情,倾力打造精致考究的传世之作。

佳辰国际·中央城,这座依偎于淦河岸边茁壮成长的尊尚精英社区,跨越城市之巅,以气度和眼界来丈量价值,尊贵不仅仅是品质,稀缺才是尊贵的真谛。

少数人的府邸,所有人的梦想

佳辰国际·中央城,80万平米恢弘巨著,雄踞城市中心腹地与水景龙脉的交汇处,山水的开阔灵动勾勒出风声水起的独特地貌形态,坐拥千米精致河岸风景线,尽览千亩人民广场苍翠绿荫。入则山水,出则繁华,这里典藏的不仅是绝版的生活价值,更是社会名流、时代精英最为直观的身份标识。

中央城地处咸宁城市核心,高楼拔地而起,气势如虹。她弥补潜山山脉东南角断损之缺陷,形似屏。且有淦河水环绕其周。易学所谓风水:“风,势也。水,财也。风水顺屏(山)而行,见水则止。”故易经大师观中央城之势曰:“福仕之地呀,贵不可言!居此地者,必财势两旺,仕途发达。运势连绵,惠及子孙。”

立于中央之巅,俯览咸宁城下,千米淦河风景线宛如一条绿色的玉带,蜿蜒伸展在咸宁城区,可谓“碧波绿水穿城过,十里画廊尽风光”。香城泉都的风景画卷在此活灵活现:人民广场公园,绿意弥漫,为吉祥纳福之灵地;淦河景观带,草木旺盛,蕴蓄万物之灵气;背倚市委、市政府,贵人相助;财政局在侧,财源滚滚;交通局在旁,四通八达,一生顺畅,顺心如意……

佳辰国际·中央城设施配套完善,人文景观炫丽奇特,可容纳几万人在此工作与生活。小区内规划有儿童游乐场、老人活动中心、双语幼儿园、空中网球场、空中游泳池、高

档会所等配套设施,休闲娱乐就在家门口,并且周边环境极佳。

是经典,就绝不再现,一线河景品质居住区,私享一城繁华,生活配套一应俱全,周边环境极尽耀眼生辉;小区景观独特优雅,款款温情在不觉中流露,细赏鸟语花香。

梦想之城——佳辰国际·中央城圆您“名车豪宅梦”

好房,好车;爱家,爱她。豪宅与名车,是每一位成功人士的渴求,若坐拥两者,那便是高端品质生活。名门翘楚,贵胄院落,佳辰国际·中央城帮您“圆梦”。

佳辰国际·中央城自2009年11月第一次开盘以来,就取得了骄人的业绩,第一批近200套房源不到两个月时间就售罄,一期工程获得湖北建筑最高奖——楚天杯。《湖北卫视中国行》摄制组曾以“美丽咸宁,魅力中央城”为主题,到佳辰国际·中央城开展文艺巡演,中央电视台新闻频道每天中午《新闻联

播》后将佳辰国际·中央城作为“咸宁城市名片”形象进行展示。经过几年的精心经营,佳辰国际·中央城受到越来越多的置业者的信任和青睐,项目先后荣获“咸宁城市名片”、“咸宁市最具发展潜力楼盘”、“咸宁市标杆楼盘”、“最具发展潜力楼盘”、“最具城市代表楼盘”、“生态宜居楼盘”等荣誉称号;开发企业先后荣获“咸宁市房地产开发十强企业”、“重合同守信用企业”、“先进企业”等嘉奖,受到社会各界的广泛关注和认可。

为答谢新老客户的支持与厚爱,佳辰国际·中央城特举办“冰冰有礼 清凉一夏”系列活动主题,90-160平米一线河景豪宅,倾情钜惠,超高性价比,看房即送礼,现场有惊喜!活动期间,成功购房的客户将有机会参与幸运大抽奖,中奖者就能把宝马开回家!中奖率100%,佳辰国际·中央城“名车、豪宅”一步到位!

佳辰国际·中央城——谨献给懂得享受生活的你!