

恒大名都“罗浮宫”组团29日开盘

本月29日,长沙恒大名都“罗浮宫”组团即将开盘,新推87—150㎡二至四房带精装产品。

随着恒大全国布局的深入,一大批在建项目正在以现房和准现房的形式呈现在消费者面前,项目整体品质、园林景观、居住氛围也日趋成熟。在长沙,恒大名都、恒大华府两个项目经过近两年的开发建设,首期产品已经基本达到现房或准现房标准。

恒大地产集团长沙置业有限公司董事长魏朝阳表示,恒大通过紧密型集团化管理,在全国范围内实行标准化、精细化、精品化战略,确保恒大每一个项目的产品品质。

■记者 邹颂平

全新组团“罗浮宫”29日发售

据悉,恒大名都“罗浮宫”组团将于11月29日对外发售,首付6.5万起,赠送1500元/平方米装修。恒大名都售楼小姐在电话中告诉记者,按照恒大“开盘必特价 特价必升值”的一贯开盘模式,此次开盘也以成本价发售,本周认筹还可享受额外88折特惠。

恒大名都自今年9月以来主推产品为87—93平方米的三房、四房,受到市场热捧。此次准备推出的全新“罗浮宫”组团除继续新推该类型中小户型产品外,还重点加推位于项目中央景观轴上的中大户型,既靠近8000㎡的米兰湖,又紧邻中央景观组团,景观优势非常明显。户型产品以107—151平方米的三房、四房为主,同进配以1500元/平方米的豪华装修,空间尺度阔绰大气,户户南北通透、双阳台设

置、每间卧室均配转角或长飘窗,四房产品还设独立衣帽间。

园林会所全面开放

随着“两型社会”及“大河西先导区”战略的推进与实施,河西的房价成为长沙地产市场涨幅最快的区域。现在,河西市政府周边的毛坯房价基本上在4000元/平方米以上,部分高端楼盘甚至更高。与之相比,恒大名都相同的价格甚至更低价格还可以送1500元/平方米的豪华装修。

与此同时,恒大名都首期28000平方米中央湖景园林已经开放,湖畔名流会所已经全面投入使用,配备有室内恒温泳池、健身房、乒乓球室、桌球室、瑜伽馆、阅览室、美术室、音乐房等17大娱乐休闲空间;贵族式双语幼儿园业已封顶,首期交房时将正式投入使用。

相关链接



本周名都华府两盘联动 冬日置业看房有礼

据悉,11月29日,在恒大名都“罗浮宫”组团发售当日,恒大地产将召集新老业主举办“寻宝欢乐行”现场体验活动,在恒大名都售楼部、园林、样板房设置游戏环节,参与的客户都可以获得恒大地产集团精心准备的各种奖品。

恒大名都、恒大华府两盘在冬日期间并行启动“冬日置业暖洋洋”活动。活动期间,成功认购恒大名都、恒大华府87—150㎡房源,赠送6800—16000元“空调大礼包”,现场看房还有礼品相赠。

一周快讯
今明两日在怀化 共品尖端别墅设计

森林内蜿蜒曲折的散步道,碧绿平整的大型球场,鸟语花香的森林浴场,诗意般的梦幻红色小屋,这就是颇具神秘色彩的维也纳森林别墅。

昨日,由万隆&维也纳森林和随意居装饰共同举办的首届家装节在怀化盛大启幕,活动现场,来自台湾的著名建筑设计大师胡凌鹏揭示了时下最具品位的维也纳森林别墅的设计潮流,近300余名怀化各界精英分享了这场高端别墅盛宴。

整个家装节活动将持续至11月28日,活动期间,同时开放维也纳双拼别墅样板房,并伴有茶道表演、红酒品鉴、巴西烧烤等助兴。怀化本土家装名企新居缘装饰和天龙设计事务所也展示了自己的代表作品,与随意居装饰共同探讨高端别墅群的设计规划。

■记者 白娜

云栖谷下月推盘

“今年以来,整个含浦板块的销售都不错,而云栖谷每个月都可以卖掉七八十套房子,现在已经没有房源卖了,因此云栖谷初定于下个月再次开盘。”云栖谷营销总监周波认为,含浦片区是整个长沙楼市的价格洼地,居住环境好,一些品质较好的楼盘如云栖谷价格一致在稳步上升,随着楼市的继续升温,未来一年可能会突破4000元/平方米。

据了解,整个含浦地区今年以来的销售情况持续看涨。“像中建麓山和苑最近一次开盘的销售率达到了70%。”中原地产湖南分公司研究经理陈世霞认为,目前含浦地区楼市销售形势很好,甚至可以说超过了2007年的行情,主流产品没有卖不好的项目。

“今年以来含浦片区的竞争比较激烈,基本上都是大盘,而含浦地区的原住民很少,有效客户群不足,众多大盘不仅希望在河

西不多的客户群体中分一杯羹,还想尽办法争夺河东的客户。比如云栖谷,一期以前推出的房源至少有80%的客户是河西大学城的老手,而第二批开盘的房源中,必然导致含浦片区各个楼盘在明年加大推量,竞争可能会更加激烈。”

周波介绍,目前一期所剩房源已经不多,但由于各个方面做得很好,众多消费者希望云栖谷尽快推出新房源。“因此,在12月初云栖谷将再次开盘,同时明年将密集推出十几万平方米的房源,以满足消费者需求。”

据了解,本次开盘的均价会在3600元/平方米左右,户型为73—120平方米的三房和三房。

■记者 唐珉



含浦板块的云栖谷售楼部人头攒动。

新芙蓉启动 万人团购建材节

明天,由新芙蓉家居广场承办的“首届万人团购建材”活动将拉开帷幕,活动组委会负责人管建伟表示,本次活动所有商品将直击价格底线,通过量大价优、薄利多销的形式,达到消费者和厂商的双赢。

“花超低的价钱购买最划算的家居建材”成为这场活动的最大主题,这次团购产品囊括了装修各环节所需的材料,从水管、电线、开关、卫浴、橱柜、吊顶、木门、移门、地板、瓷砖到油漆、灯具、窗帘、家具、家电等一应俱全,管建伟称“团购一次就可以买足整个装修材料”。同时,参与此次活动的还有系列品牌商品,现场还将有砍价师为消费者出谋划策,以确保砍出建材全城最低价。

■记者 白娜

“购物返现金”:是促销手段还是“迷魂药”!

背景资料:据正在进行家庭装修的消费者张女士爆料,近日她在参加某建材市场“购物返现金”的活动时被忽悠,原本只要2556元/台的某品牌抽油烟机在参加此次活动时张女士却以3008元/台的高价才买到。据张女士介绍,她来到该市场时,该款抽油烟机的原标价被标成4980元/台,特价是4008元/台,该市场进行的是“买3000送1000的返现金活动”,所以在返还了1000元后张女士实际是以3008元的价格买到了该抽油烟机。然而让张女士意想不到的,她在另一市场选购其他产品时却意外地发现,同品牌、同型号、同质量的同一款抽油烟机其实正常的售价只要2556元/台。

购物返现金”导致价格虚高

据一位业界人士介绍,“购物返现金”本应该是商家对消费者直接让利的一种促销手段,但是由于

一些商家不讲诚信打着“购物返现金”幌子滥用价格手段欺诈消费者,所以这类活动已经发生了霉变,全国各地都存在这种现象。去年6月19日在上海某家居设计博览中心开业之时,许多消费者被商家所宣传的“在比市场成交价低4成的基础上,消费者还能享受家具成交后满2000元就返现金660元再送200元抵用券,建材成交后满2000元返现金360元再送300元抵用券,以及100%中奖的”连环大抽奖等其他一些大力优惠等各种重大优惠措施吸引而来,事后却又颇感失望。

很多消费者普遍反映:很多返现后价钱合算的商品,原价都高得离谱。比如一张普通实木长餐桌,设计上也没有什么独到之处,原价却可以达到7980元,即使是返现后也要6000元,并不见得比其他商场的便宜,不得不让人怀疑原价的真

实性。而另外一些标价看起来还算合理的商品,却又称不参加当日的促销活动。此外更有消费者发现,某些高价返现商品似乎还存在质量问题,例如儿童床扶手松动、油漆脱落等。

“购物返现金”成为诚信商家眼中的过街老鼠

在上海港虹大酒店由中国建筑流通材料协会举办的一次家居建材流通领域交流会现场,来自深圳的某大型家具连锁企业招商总监兼上海区总经理李总在大会上公然反对这种不诚信的做法,她表示她在对“现金返券、购物返现金”即“买2000送1000”或者“满2000送800”、“满3000返1000”等活动在各地进行暗访时发现参与了活动的各经营户都在价格上大做文章,都准备了两套标价签。不搞这类促销活动时商品按照正常价格销售,一旦活动开始就更换标价签,利用虚标高价通过所谓的“现金返券、购物返现金”活动来牟利。李总的观点得到了与会代表的一

致认同。同时来自西安最大型家居建材企业的总裁助理姜总也在发言中斥责了这种不诚信行为,他也表述了与李总同样的观点。

一位不愿透露姓名的家具商家表示,这种营销是他们商家所不愿看到的,这是为了一时的门庭若市而滥用价格手段来吸引顾客、欺诈顾客,长此以往顾客一旦看透这种把戏,他们会对行业的诚信产生质疑,就会给行业带来灾难。

对于这种所谓的低价营销,业内普遍认为不是“健康之举”。这种低层次、高强度的竞争,用管理学的术语叫做不完全市场经济。在这样的情况下,这个行业总是处于一个比较低层次的竞争且又误导消费者,实属不明智之举。

消费者态度,不喝“迷魂汤”

面对类似事先提高价格,然后抛出大力返现优惠这样滥用价格手段的方法,一些自我保护意识较强的顾客已经练就了“火眼金睛”。李总的观点得到了与会代表的一

访中就有消费者告诉笔者,就算去看看,其实并不是真的为了抢购开业“便宜货”而来现场,更多的只是看下热闹。这些有经验的消费者也想通过笔者提醒更多“买友”:购买家居建材时千万不可轻信所谓“购物满多少元返多少现金”“疯狂返现让利”如什么满1000送100,满2000送500,满3000送1000等的宣传,往往这类活动都是羊毛出在羊身上,应该多多了解、货比三家才是。

笔者也想对广大消费者说:当您看到商家打出的貌似极具诱惑力,其实不现实的返现促销口号时还是要“明察秋毫”。切记看清哪些是真正实在地追求买卖双赢、为民让利,哪些又是商家突然编造的“美丽谎言”。而作为有抱负、负责任的商家,在全力以赴实施扩张的同时,是否更加关注消费者的切实感受?也许这样才能在“做大”的同时实现“做强”。

■李晓涛