



【优盘推介】

建发·汇金国际

项目位于长沙市天心区神农大酒店对面, 紧邻芙蓉路和地铁1号线, 交通便利, 坐享地铁升值。周边商圈林立, 五一商圈、侯家塘商圈、东塘商圈等, 以及医疗、教育、金融、休闲娱乐等配套一应俱全, 贺龙体育中心、田汉大剧院以及众多五星级酒店聚集于此。项目规划为集城市别墅、高层住宅、超高层公寓、SOHO办公楼等于一体的城市综合体, 分两期开发, 一期产品主要包括城市别墅和高层住宅, 城市别墅是市中心唯一的别墅产品; 高层住宅产品以紧凑型二房、三房及舒适型四房为主。

【观点】

随着长沙限购令的出台, 长沙房地产市场成交情况呈现观望趋势。根据以往经验, 此时客户对项目的产品品质和服务更为看重。练好“内功”, 从产品自身出发, 打造高品质产品, 为客户提供高质量服务将是项目站稳市场, 赢得竞争的关键。

建发·汇金国际副总经理 林屹

2011年3月26日 星期五 编辑李胜 图编刘丰 美编曾小舟 校对苏亮

后调控时代长沙首部精准购房指南·风向篇

开发商寻求主动出击

周末开盘数量增多



楼盘积极入市推介。 记者 童迪 摄

很多人可能都体会过“心头一块石头落地”的感觉, 对于长沙楼市来说, 2011年的春天尤其如此。限购令出, 楼市大势已定。

开发商更担心的是银行层面的金融政策松紧程度。担心并非没有道理——许多在去年年底购房的消费者至今没有办下来按揭。金融松紧, 或许是唯一变数。

限购下, 开发商没有看天吃饭, 而是选择了主动出击。不仅开盘数大大增加, 诸如一元秒杀房、首付一成(其余首付款由开发商暂时垫付)等各种营销活动也出现在了市场上。或许, 对于刚需购房者来说, 此时看准机会及时出手或许是个不错的选择。

市场: 开发商主动出击

和绝大部分出台了限购令的城市一样, 长沙楼市

也受到了政策的影响。来自长沙市房产研究中心的数据显示, 2011年3月第二周全市新建商品房网签1788套, 与限购前的三月第一周相比减少了1089套。

不论是开发商, 还是购房者, 都在一夜之间被浓厚的观望情绪笼罩。但在短暂的观望之后, 面对市场的变化, 开发商选择了主动出击。

“限购令出来之后, 市场陷入观望, 但一段时间之后, 开发商发现市场没有太大的变化, 政策比较温和, 就开始按照自己的既定节奏开盘推盘了。”长沙房地产开发协会常务理事乐兵说。

“xxxx二至四房湖景楼王春季钜献, 特惠推出精装豪宅xxxx元/m²起……”这是短短一个星期内, 记者收到的第二十条楼盘促销信息。其实这仅仅是开发商发力的一个佐证。开发商开始使出各种各样的营销手段, 希望能打破目前市场上的观望氛围。

“据我了解的一些项目来看, 在经历了限购令后一段门前冷清的状态之后, 近期人气明显回升。”松雅湖金岸董事长何学东表示, 在消费者度过了政策适应期之后, 市场会回暖向上。

现象: 营销手段多样

限购政策下, 单纯的价格优惠似乎已经不能刺激市场和消费者的神经了, 一个值得注意的现象是, 网络上风靡的“秒杀”已经出现在了长沙房地产市场。

“用鼠标幸运一点, 只要花1元钱, 就能拥有一套房。”这是长沙麓谷建安像素汇推出的“1元秒杀1套房”活动, 称只要在规定的时间内点击鼠标参加秒杀活动, 就有可能捡到“大便宜”, 此活动信息一发布, 便引发了长沙业界的关注。

而开发商曾在接受媒体采访时大方承认, “1元秒杀1套房”的活动, 是真实有效的营销动作, 现场前来咨询秒杀活动详情的人潮也证实了这种营销手段的成功。

“轻微的观望情绪可能会延续一段时间。”乐兵认为, 春季房交会是一个节点, 随着房交会的临近, 开发商也会有越来越多的动作, 消费者观望情绪将逐步得到缓解。

低首付、垫首付再次成为了开发商营销的利器。比如富基·世纪公园就打出了首付6万起的广告。这种垫首付的营销手段, 在目前银行还款利率较高的情形下, 对一部分有置业需求, 却又暂时无力购房的潜在客户, 有着莫大的吸引力。 ■记者 唐琨

KING'S CITY
建发·汇金国际

都会综合体 高端生活全案

72-156m²至尊新品认筹 最高“1万抵3万”

侯家塘地铁口 / 小户型豪宅 / 超大面积赠送 / 超宽楼间距 / 奢华空中会所 / 罕有露天泳池

建发房产 打造钻石人生

地址: 长沙市天心区芙蓉中路三段380号(神农大酒店对面) 咨询热线: 843 66888

开发商: 长沙建发房地产有限公司 总承建商: 长业建设集团有限公司 景观设计: 澳大利亚HASSELL设计公司 代理招商: 世联地产/高晟祥 整合传播: 及时雨(深圳)

预售许可证: 长房售许字(2010)第9211号/案9270号 本广告的最终解释权归开发商所有, 相关内容以政府最终批准文件为准。