

华地·香颂道商业联盟签约会暨产品发布会圆满举办



华地置业携手商业联盟 扛鼎合肥商业地产

2010年10月24日,备受合肥各界关注的华地置业商业联盟签约会暨华地·香颂道产品发布会在华地·学府名都展示中心圆满举办。

自华地·香颂道荣耀面世以来,华地置业全力打造的商业项目受到了社会各界的广泛关注与支持。为了加强商业地产与品牌商家的强强联合,实现资源共享,同时为打造繁荣兴盛的新城市主义国际型商业广场街区,华地置业积极与安徽省各大商业协会联

盟,共同铸造华地·香颂道财富未来!

四大协会成功签约 强强联合商业旗舰

上午九时,华地·学府名都门前宽敞的广场上,彩旗飘飘,人山人海。来自各行各业的联盟商家在这里欢聚一堂,吸引了众多业主和客户前来咨询。这些商家涵盖特色餐饮、休闲娱乐、品牌服饰等行业,是一个全面覆盖衣、食、住、行全方位服务的联盟阵营。

安徽省服饰第一街工作委员会、安徽省服装商会、安徽省鞋业商会、合肥市餐饮(烹饪)行业协会分别与华地

置业签署了合作联盟协议书,这让广大客户、众品牌商家对华地·香颂道的未来充满信心。

合肥市餐饮行业协会还为华地·香颂道送来一份大礼:授予华地·香颂道“美食文化街”称号。这是华地·香颂道的第一份荣誉,它将带给华地·香颂道无限的商业效应,促进华地·香颂道的全面升值。

新城市主义中心 购物天堂的黄金商街

华地·香颂道占据合肥商圈极有利的区位优势和发展潜力,项目周边

拥有良好的生态环境和人文高地,这些都昭示着蜀山区强劲的消费实力。正如华地置业曹总在华地·香颂道产品介绍中所言,“华地·香颂道处于蜀山区‘5422’规划的五大黄金商圈的核心位置‘黄潜望板块’,以黄潜望为核心向外辐射50万消费人口、120万平米新城市主义中心区即将横空出世,随着周边西环中心广场、合肥1912、新华国际广场、乐购商业中心、沃尔玛等大型商业格局的逐步成熟,华地·香颂道的稀缺地段不可复制,商机无限,升值空间不可限量!”

万科金域华府 10月23日首期认购创合肥新高

继10月16日盛情开园认筹之后,万科·金域华府终于在万众期待中开启,10月23日一期认购正式开始,一时间美誉撼动全城。地处合肥政务中心位置的天鹅湖大酒店也迎来本周最热闹的一天,二楼国际厅千人宴会厅内座无虚席,人声鼎沸,他们正期待着万科·金域华府第一期房源的摇号仪式开始。

10:30分,距离摇号选房刚开始半小时,万科·金域华府的销售量便飙升至百余套,一些已买到满意房源的客户满脸欢喜,而有另一些还未选到合适房源的客户都非常焦急,合肥万科置业顾问表示,“本次共推出1#楼、3#楼、4#楼,户型从108平方米到209平方米不等,住宅是精装修的,开盘价格十分合理”。截止收起认购结束,销售业绩已创合肥市场热销的

最高纪录!

2010年以来,金域华府传承万科一贯“精品高端”的产品特性,不断给消费者带来了创新的体验与感觉,其超高的产品性价比、超强的品牌与口碑,成就了当前万科在市场上的热销局面。

据了解,万科·金域华府的学区是五十中分校和安居苑小学分校。“学区房是现在很多家长买房的重要原因,教育投资是现在很多家庭乐于去投资的地方,而五十中和安居苑小学是目前合肥校区中广为赞誉的名校,在金域华府买房,买的不仅是项目的质量更大的方面是学区的影响。”准业主李先生坦言。

万科·金域华府项目位于长江路,毗邻三里庵国家乐福,社区规划有独特的双会馆,入户方式为尊贵的五大堂式入户,配备七星酒店式刷卡入户电梯及360度安防系统。金域华府是全球最大房地产企业万科地产成熟产品系列“金色系”中的高端系列“金域系”作品。

楼市专家 “把脉”合肥地产业

星报讯(记者 王伟伟)“929新政”出台近一个月的时间以来,让省城乃至全国的楼市走向难以定性,购房者的观望情绪也更加浓厚。而2010年10月20日的新一轮“加息”政策的明确,也让许多购房者都变得迟缓了。面对当前的这种情势,众开发商又将如何应对,他们将静观其变还是采取措施疯狂走量?昨日,由合肥365地产家居网主办的合肥楼市营销策略高峰论坛上,与会专家和开发商一一对楼市新政表明了观点。

统计数据显示,2010年9月份到10月25日,在55天中,单日销售量在300套以上的有18天,100到200套有12天。然而数据只是个参考,从4月遭遇国十条,九月遭遇新五条,再到10月加息,传统的楼市黄金期都在遭遇政策调控。合肥祥源房地产开发有限公司总经理助理周国和认为:“我觉得这次调控,基本上没有超过国十条,应该算是前面调控的补充。基本上对于购买需求这一块,调控也差不多到位了,也没办法再调了。”

如何让楼市走向更加趋于健康

化,百乐门营销总监闵宪群表示,楼市存在问题需从企业本身出发。“如何在过渡过程中把握好自己?降价只能把自己逼上死路。你有多少降价空间?成本决定一切。作为一个开发商不自己的内心找到内因,过多的强调外因有任何意义吗?努力把我们的产品,自身的策略,自身的预算全部做好,在有核心预估的情况下把握住自己。”

“每一个开发商更要加强自己企业的产品研发能力,而不仅简单的去打降价牌,打价格战。我们的任务其实比去年不降反升,但是保量和组价是矛盾的。我们如果选择保价就必须拼量。如何把这个矛盾解决好?既走了量又保了价。我们也希望整个行业把我们的价格稳定住,不要让合肥的楼市陷入到价格战中。推盘的手段多样化一点,我相信我们应该能够度过严寒,这一次的调控我认为不是最严重的。我感觉并没有把市场冰封住,甚至比2008年的市场要好。”香港中环集团中环城副总经理边骏对开发商应该如何面对当前的挑战这样说道。

