

产品丰富 折扣给力 人气火爆

“远大·未来城杯”秋季房车文化节圆满落幕

本报讯 (记者陶静) 备受关注的2013年“远大·未来城杯”焦作市秋季房车文化节,9月22日在焦作火车站广场圆满落幕。历时3天的房车文化节,我市18家房产企业带来的近30个精品楼盘,32个汽车品牌的100多辆精品车型参展,吸引市民10余万人次,其中签订房屋意向客户3000组,售出房屋200余套;售出各类车辆500余台。在宏观调控政策从紧的当下,2013年秋季房车文化节以丰硕的成果将楼市和车市“金九银十”炒得更热。

作为我市主流媒体,焦作日报已经成功举办了多届房展及房车文化节。2013年秋季,焦作日报再次担当起开发商与消费者之间相互沟通的桥梁,联合焦作晚报、焦作手机报、焦作网共同举办秋季房车文化节。本次房车文化节,旨在全面展示我市主流楼盘、精品车型,为广大消费者提供省心、省力、省时、省钱的“一站式”购房选车服务,促进房地产业以及汽车行业良性发展。

今年春季以来,楼市热度一直未减。本次房车文化节又恰逢“金九银十”,正是一年来楼市销售的最佳时机,因此,房产开发商准备了丰富的房源供市民挑选。记者走进多家楼盘展位发现,一些楼盘在文化节期间有排序、认筹活动,还有多数楼盘不仅供应量充足,而且种类齐全,有的楼

盘推出的房源户型甚至覆盖从40多平方米至140多平方米,为购房者提供足够的挑选余地。

品牌房产开发商、车商云集展会,知名楼盘、车型夺人眼球。为了吸引市民观展,房企、车商纷纷向市民推出给力的优惠活动,特价房、认筹大礼、减免房款、部分车型直降1万元……面对这些优惠活动,市民们纷纷解囊,用最直接的方式给予了回应。

本次房车文化节选择在中秋假期,吸引了大量返乡团圆的市民前来观展。文化节期间天气凉爽,又赶上房产、汽车两展同台,现场人山人海、人气火爆,让参展商个个喜出望外。为了吸引人气,不少楼盘在现场安排了活人雕塑、吹气球的小丑、吹糖人、捏面人等活动,使得这些展位前一度排起了长龙。同时,还有“蝙蝠侠”“蜘蛛侠”“超人”派单员出现在文化节现场,引得路人纷纷驻足观望。

“给力的折扣,充足的房源,火爆的人气,秋季房车文化节激活了市场。”这是业内人士对本次房车文化节最为中肯的评价。实际上,收获最大的不仅是房企和车商,观展市民也受益匪浅,各种类型的楼盘和户型让购房者有更多的置业选择,丰富的车型让购车者眼花缭乱,一些市民在展会中喜添了爱车、收获了新“家”。



花絮
花絮
花絮



小小面人儿惹人爱

与往届房车文化节不同的是,这次赛纳溪谷邀请到了一位捏面人的师傅,为展会活动现场的小朋友们塑造出各种栩栩如生的动画形象。只见一团团颜色各异的糯米面在这位师傅的手里,不一会儿就变成了漂亮、可爱的美羊羊,聪明、机智的熊大以及愤

怒的小鸟、豌豆射手、太阳花等。“叔叔,你能送我一个有大口袋的哆啦A梦吗?”一位小朋友说。这位师傅三五分钟就做好了一个超乎想象的逼真哆啦A梦,引来了孩子们兴奋的尖叫声。

本报记者 王倩

欧式城堡抢风头

在2013年“远大·未来城杯”焦作市秋季房车文化节上,作为展会冠名商的远大·未来城,重金搭建起一座欧罗巴艺术风格的城堡,可谓是抢尽了风头。展位正前方一位近3米高的“小

丑”,不一会儿就将一个长达1米的魔术气球,随心所欲地扭成了贵宾犬、太阳帽等形态各异的小造型,惹得小朋友们一阵哄抢,成为本届房车文化节的一大视觉亮点。本报记者 王倩



引领消费 展会先行

□秦 秦

“金九”进入尾声,“银十”拉开帷幕,各类产品展销会轮番上阵,在消费主义当道的眼下,你买房购车了吗?引领消费,展会先行。2013年“远大·未来城杯”秋季房车文化节如期上演,我市各大主力房产开发企业、汽车经销商纷纷给力上阵,优质的产品、优惠的价格、优质的服务,一个都不能少;普通平房、花园洋房、别墅级大宅,个个皆精品;家用轿车、越野车、商务轿车,款款均有型。我们追求平凡的幸福,更渴望舒适的生活,无论是婚房刚性需求、改善型刚性需求,还是养老型刚性需求,总有一款适合有意购房置业且深谙消费之道的你。

短短3天时间,18家房产参展企业带来的近30个精品楼盘共出售房屋200余套,在房地产调控愈发从紧的情况下,这样的成绩说明了什么?一方面,主办方的倾力策划,为展会的成功举办打下了坚实基础;另一方面,参展方推出的丰富产品、促销实惠给力,更是为火热的展会添火加薪。在双方合力驱动之下,此次展会吸引了大量有刚性需求的市民,排号咨询、认筹订购,好不热闹。反观消费者,之所以一再捂紧钱袋子多方考量,无非是渴望更大的促销力度和更好的产品,这也为楼市的健康发展提出了更高、更具体的要求。

成功的背后是年复一年的积淀和耕耘,房车文化节作为每年必唱的业界大戏,在主办方精心筹备下,在参展商如火热情的投入下,在渴望购房置业的市民们的热切关注下,参展规模一次次刷新,参展人数更加密集。楼、车两市的发展从一定层面上代表了百姓的生活水平。引领消费,展会先行,素有楼市风向标之称的2013年“远大·未来城杯”秋季房车文化节,作为客户和参展企业之间的购车置业彩虹桥,很好地引领了消费的节奏,祝愿这样的展会越办越好、越办越精。

高速发展的黄金期。

冯海燕认为,在市场经济条件下,市场容量决定了一个行业的前景,城市的新增人口将成为推动房地产行业发展的持久动力。人要进城,进城就需要新的住房,住房需求量就会不断增加,这是无法避免的连锁反应,也是无法回避的客观规律。所以,城镇化带来的住房刚性需求,将成为推动经济适用房发展的巨大推力,也将成为房价持续走高的根本原因。当然,随着经济的高速发展,市场对高端住宅的需求也将进一步扩大。同时,土地资源的日益稀缺,将造成大户型高端住宅的供求矛盾。远大·未来城一期最后一栋10号楼推出后,立即引起了市场的关注,这便是个例证。140平方米到189平方米的大户型产品,其居住舒适度自然不言而喻,同时高端住宅的稀缺与市场需求的扩大,更让10号楼的入市成为此次房展会的一个焦点。

房展会,提升房企竞争力

——访焦作远大置业有限公司总经理冯海燕

一点上,不仅在焦作,而且在全国范围内的任何一个城市,都可以看到住房改革后,市场竞争对房地产的巨大促进作用。可以说,看一个城市房地产行业的发展水平,只需看一看当地的房展会,便可窥一斑而见全豹。多年来,在媒体牵头下,房展会可以说是焦作房地产行业不断发展的脚印,从中折射出这座城市的梦想与抱负。在这次房展会上,我们看到了更多的惊喜和希望,因为相比去年,几乎所有的房地产企业都在进步。这里面,有一线城市先进理念的引入,更有行

业内相互借鉴、相互影响中的升华。正所谓竞争造就竞争力。我想这就是房车文化节对焦作房地产行业的积极意义,为企业提供一个展示自我、相互学习的平台,在竞争中提升了焦作房地产行业的竞争力,并以此带动焦作城市建设,为焦作经济发展与人民生活水平进一步提高作出贡献。

“焦作房地产行业经过十几年的发展,已走向成熟,表现形式更多体现在一个个优质房地产项目的开发与落成。”冯海燕说。大型投资项目的积极建设,使城市经济与房地产行业相互影

响、互为支撑;时代地标建筑的成功落成,使得房地产建设与城市面貌相互融合、相互借鉴;先进开发理念的合理导入,使房地产行业开发水平与人民生活水平相互促进、共同提高。房地产项目开发流程更加规范,水平更加专业,质量更加优秀。而未来的焦作房地产行业,必然是在此基础上向着运作更加稳健、服务更加精细、品质更加卓越的方向发展。同时,在结合中国社会经济发展的宏观背景下,在结合焦作城镇化进程与城市规划的客观前提下,焦作房地产在未来10年到15年内,还将进入一个



本报记者 郭辉

9月22日,备受市民关注的2013年“远大·未来城杯”焦作市秋季房车文化节落下帷幕。房车文化节的成功举办,为节日里的人们增添了几分喜庆的气氛。打折、优惠、赠送礼品、特价房……房车文化节期间,每一个参展商都拿出最好的楼盘,用最优惠的价格吸引市民到现场看房、购房。房车文化节虽然已经结束,但将如何影响焦作楼市的发展?为此,本报专访了此次文化节冠名单位——焦作远大置业有限公司总经理冯海燕。

冯海燕认为,房展会作为房地产行业一个集中展示的平台,除了方便市民看房、选房之外,也是房地产同行交流、互动,促进良性竞争的一个契机。同行业间的市场竞争,必然促使这一行业整体水平的提升。在这

- 图① 房车文化节现场。 本报记者 刘金元 实习生 刘诗雨 摄
- 图② 活动现场,好车云集。 本报记者 石凯 摄
- 图③ 售楼工作人员正在向观展者介绍新楼盘。 本报记者 刘金元 实习生 刘诗雨 摄
- 图④ 手举展牌的售楼小姐成为文化节上一道亮丽的风景线。 本报记者 刘金元 实习生 刘诗雨 摄
- 图⑤ 大小小丑做出来的气球动物吸引了很多市民和小朋友。 本报记者 刘金元 实习生 刘诗雨 摄
- 图⑥ “大圣”来了,快留个影儿。 本报记者 石凯 摄
- 图⑦ 观看节目,聚精会神。 本报记者 石凯 摄