

# 公益服务营销频现省城楼市



↑ 中海奥龙观邸独家赞助2011中国济南汽车音乐节

→ 济高·舜奥华府“携手王刚·寻宝济南”活动开启

## 营销活动转向公益

10月22日,济高·舜奥华府“携手王刚·寻宝济南”大型民间寻宝活动开启,届时,王刚将携手央视鉴宝专家丘小君、蔡国声免费为藏友鉴宝。此次活动给广大的收藏爱好者们提供了一个很好的机会,必将掀起济南藏友们空前的鉴宝热情。据悉,活动将以海选预赛、资格复赛、最终决赛的方式,通过

鉴宝专家评审团的多轮评选,最终决出本次民间寻宝活动的一、二、三等奖及民间冠军国宝。获奖者将获得由央视鉴宝专家亲自颁发的鉴宝证书,获奖藏品将重点推荐给大型拍卖公司、著名藏家等。

寻宝活动之余,赏画活动紧跟其后。10月23日至25日,北京艺融将携各

近来,济南楼市营销活动此起彼伏,一波高过一波。有趣的是,多数楼盘营销已经脱离销售本身,价格字眼渐渐模糊,公益性、时尚性活动进入大众视野。一股楼市营销新风潮渐行渐热。



门类精品在山东济南举行首站巡展,巡展地点为济南启德国际金融中心。做为巡展的第一站,秉承“甄选释珍”的理念,此次山东巡展会将推出中国书画、中国油画雕塑两大板块,包括六个专场共计百余件艺术精品。这也是济南首次将如此全面且具备高水准的中国大家的作品进行全面展现,届时将给齐鲁人民及藏家带来丰富的艺术盛宴。

10月16日,恒生伴山为回馈广大新老业主长期以来对项目的关注与支持,特别举办了家电秒杀活动专场,受到广大新老客户的热烈欢迎,纷纷表示这次活动给了广大业主一个交流和放松的机会,以后应该多多举办。据悉,恒生伴山10月底新品即将加推。

(楼市记者 陈晓翠)

## 人性服务营销趋热

奥龙观邸“世家”系列自面世之日,就受到了中海新老客户们的青睐。为了让世家的业主和“准”业主们再一次感受“世家生活”带来的尊贵与品质,中海奥龙观邸专门邀请到了济南市仅有的两位拥有国际葡萄酒品鉴认证资质的品酒师,携带个人珍藏独酿,

与甄选出的20组世家业主和“准”业主们,浅斟美酒,品味生活。同时中海奥龙观邸还于10月15日、16日,在济南龙奥大厦西侧广场独家赞助2011中国济南汽车音乐节,将名车与豪宅完美结合,为泉城人民打造了一个不同的大型户外全民狂欢盛典。

# 房产中介本土品牌更值得信赖

加盟商:品牌不稳定

直接影响店面

其实,类似的事情在济南不是第一次发生。几年前,21世纪不动产总部曾与当时的济南代理公司发生纠纷,随后发生了“摘牌风波”,该品牌位于华龙路的某加盟店,由于运作时间短,在当时的风波中,几乎没有任何的话语权。除考虑总部变更给店面带来的影响外,每天最主要的工作就是向客户解释总部的变更,无心经营,最终被迫转投本土知名品牌。

说到底,特许经营是品牌最大限度发挥效用的经营模式,加盟商支付一定的费用,就可以直接使用成熟的品牌进行市场运作,省略了品牌培育的艰辛,却也蕴含了推倒式的危机——一旦加盟的品牌出现问题,加盟商必然遭受重创。

如今,玛雅房屋同样出现此类问题,症结就是代理权层层“转包”式加盟的隐患,而华龙路这家加盟店的经历也生动地诠释了这一点。

近期,济南二手房市场煞是热闹。自今年年初开始的玛雅房屋济南总部与山东总部的纠纷沸沸扬扬,却至今没有结果。近日,又爆出玛雅房屋多家加盟店集体“叛逃”事件,深陷“是非漩涡”的玛雅房屋该何去何从?外来品牌难以稳健运营的背景下,加盟商、购房者的利益该如何得到保障?

消费者:本土品牌

更值得信赖

曾经投资房地产的梁先生,有着多次二手房置业经历。梁先生表示,对购房者而言,二手房交易最重要的就是安全,每次选择中介,最看重的就是品牌影响力和规模。

与梁先生一样,老百姓买房子、找中介,很自然地想到中介的实力。很多购房者起初并没有意识到本土品牌与外来品牌的区别。然而,经历21世纪不动产的“摘牌风波”、玛雅房屋的代理权纠纷,很多购房者普遍增强了对本土品牌的信赖度。而本土品牌大都采取加盟店直接与总部签约的方式运作,消除了代理权层层转

包的隐患。

市场格局:本土品牌

渐占上风

玛雅房屋济南总部与山东总部的纠纷,以及部分加盟商另辟他途必然会让玛雅房屋品牌在济南乃至山东的发展受到牵制。

二手房经纪行业外来品牌相继出现重大运营事件,市场逐渐对本土品牌的稳健性、可靠性加深了认识,尤其一些有国企背景的品牌,受到市场追捧。

这些有国企背景的品牌在经营理念上与其他品牌泾渭分明——是短期盈利的工具,还是长久发展的产业?“打一枪换一个地方”的经营论调显然属于将追逐利润视为最高目标的短视经营者,国有资

本由于其背负的社会责任,则必须将重大投资上升到产业经营的高度,以确保国有资产的保值、增值。

行业发展:一、二手房

联动是大势所趋

二手房品牌中介一旦借助相关资源,搭上一手房的顺风车,对整个品牌运作,尤其加盟商,将是一件极为有利的事情。然而,实现一、二手房联动,却非一般品牌能为,有没有调动全盘资源的能力至关重要。除却品牌优势,掌握大量一手房资料与开发商资源、一定规模的二手房门店渠道、意向客户信息、优质的宣传平台等,才有可能在一、二手房联动方面有所作为。纵观山东,乃至全国市场,这样的品牌屈指可数。

近期,大众报业集团斥资300万,成立了山东齐鲁不动产有限公司,意图在一、二手房联动方面有所作为。据悉,其二手房品牌齐鲁楼市不动产在不足2年的时间内,已经在济南区域拥有近50家加盟店,实现了稳健运营。就资源配置而言,该公司显然具备得天独厚的优势,必将为行业发展带来突破。

(赵艳)

## 一周楼市

### 绿地泉景举办房地产品牌企业高峰论坛

10月16日,来自全国16城市的一级资质房地产品牌企业高峰论坛在山东大厦举行。建设部原总经济师、住宅与房地产业务司原司长、中国物业管理协会会长谢家瑾,济南市委、省建设厅等相关领导出席参加论坛。论坛围绕当前房地产市场的新形势、新特点,房地产企业如何规避风险,促进房地产开发企业持续健康发展这一主题展开讨论。论坛还就新形势下房地产企业的融资策略等热点问题进行交流。

### 道通置业援建学校

由山东道通置业投资有限公司斥资亿元援建,由章丘市政府管理的章丘市道通实验学校将于2011年10月20日正式破土动工,章丘市委市政府领导、章丘市政府各局相关领导、山东电建二工程公司及山东拓能集团有限公司领导将参加学校的奠基仪式。学校一经建成,将成为章丘市范围内高端教育配套的荣耀典范,而山水泉城的广大尊贵业主将成为章丘市道通实验学校直接受益者。

### 杰正领寓开盘热销

10月15日,杰正岭寓开盘迎来开门红,所推房源基本售罄。记者采访现场客户发现,购房者主要是看中了项目的小户型精装产品以及地段的发展潜力,地段依然是客户置业的重要考虑因素。

### 海信·龙奥九号启动会员招募

10月16日海信·龙奥九号在营销中心举行会员招募启动仪式,得到海信地产新老客户的关注和支持,海信·龙奥九号本次会员招募启动仪式是一系列营销活动的开始。据悉,为了回馈更多新老客户对海信地产的关注,海信·龙奥九号项目将陆续推出系列优惠措施。

### 齐鲁·涧桥新品加推

齐鲁·涧桥“维拉的院子”新品加推之际,购房享5万抵15万优惠;格林威治假日广场住宅也在销售中。据悉,齐鲁·涧桥“维拉的院子”举办“发现维拉之美”系列摄影大赛,目前已进入收官阶段。另外,别墅区定期举办业主品鉴会活动,每期邀请一名别墅业主,以高端活动体验别墅生活。



这是齐鲁晚报《齐鲁楼市》推出的买家做主角的栏目。如果您在买房、卖房、收房、验房、物业、按揭等方面遇到任何问题,都可以打电话告诉记者,我们会尽最大努力为您分忧,替您解难。楼市无大小,记者帮您办。电话:0531-85196379

### 读者求助

读者刘先生:在购房过程中,对于商品房买卖合同中关于房屋面积的约定,需要特别注意哪些内容?

### 记者解答

面积问题的确是很困扰购房者的一个大问题。因为建筑术语的专业性让购房者很难辨别陷阱。建议刘先生对此事项特别注意以下几个方面:

- 1、审查开发商提出的价格组成(即除了商品房价款外,购房者应支付的费用)是否符合相关的法律规定。
- 2、审查开发商提出的面积差异处理方式是否合理,特别是面积差异绝对值超过3%时,开发商是否需要承担惩罚性的赔偿责任,以及购房者是否具有提出解除合同的权力。
- 3、按建筑面积计价时,购房人可以要求约定,当住房建筑面积增加,套内面积没有增加或者增加比例少于建筑面积增加比例时的处理方式,以及当建筑面积减少,套内建筑面积减少比例大于建筑面积减少比例的处理方式。
- 4、按套计价时,购房人可以要求,对于影响房屋价格的因素发生变化时,如建筑面积、房间距、周边绿地面积的减少等,购房人有权调整房屋价格。
- 5、如果选择按建筑面积计价,则有可能出现购房人实际可使用的套内建筑面积减少,但因共有建筑面积增加,购房人还要增加房价款。
- 6、如果合同约定按套计价,商品房价款不做调整,则开发商交付的商品房面积的误差无论多大,购房人也不能追究开发商的违约责任。

(帮办记者 杜壮)