

恒大地产

全国18盘黄金周狂揽47.9亿

重庆三盘劲销6.2亿

高品质高性价比引领楼市居住趋势 “园林实景+准现楼+精装修” 赢得青睐

9月29日国庆黄金周第一天，恒大地产集团携12年精品力作，在全国12个核心城市18个精品楼盘实现实际开盘，全国范围内推出货量近2万套住宅，项目全部以“园林实景+准现楼+精装修”精品项目、品质好的产品加之恒大一贯坚持的“开盘必特价、特价必升值”销售策略，立即在全国掀起置业热潮，黄金周期间恒大全国项目销售47.9亿，标志着恒大持续多年打造的全中国精品项目已全面进入收获期。

据悉，国庆期间恒大推出的18个新楼盘，囊括恒大在全国开发的高端、中高端和刚需地产等全部产品类型，并全部以“园林实景+准现楼+精装修”精品模式开盘，体现了恒大规模和实力，同时给消费者以保障和信心，恒大“新模式”的营销策略，黄金周在全国范围内掀起了恒大销售热潮。



重庆恒大华府、恒大城和恒大金碧天下国庆劲销6.2亿

9月29日上午，笔者在恒大城开盘现场看到，前来参与现场摇号选房的客户早早等待在现场，无论笔者走到哪里都是排队的队伍，三千余人在广场外等待摇号，许多购房者凌晨就来到这里，中午时分，售楼大厅内外已经拥挤得水泄不通，整个售楼大厅人声鼎沸，笔者想靠近沙盘和户型模型，费了好大劲才挤进去，热线一直响个不停，尽管项目提前已经安排了百余名销售及后勤人员，尽管所有人都是一刻不停地进行购房服务，但面对如此大量的客户，仍然是应接不暇！售楼大厅内火热，场外就更加火爆了，在开盘的同时，盛大开盘活动也在同时举行，现场人山人海，气氛达到高潮。

据悉，恒大城项目位于万寿山下，北临长江，南连多个小区内湖，总建筑面积118万平方米，建筑形态涵盖低层洋房、小高层、高层，其中新推3+1板式花园洋房，11层小高层尚属产品成为最大的亮点，笔者在销售现场采访一位购房者，郭先生说：“在这里大饱眼福，看到货真价实的‘满屋名牌’。我看过很多样板房，但像恒大这样把众多耳熟能详的名牌，如TOTO、OHS、海尔、美的、西门子全部融合在一起，我还是第一次看到，刚才的销售小姐告诉我，带1500元标准，档次又这么豪华，很是心动。”

而于当天同时加推开盘的恒大华府亦是十分火爆，地处北部新区高尚人居板块的恒大华府将被打造成为重庆北部首席豪宅典范，在项目的盛大开盘现场，挤满了前来选房的客户，当天推出的小户型更是一小时即告售罄。

位于白象湾的恒大金碧天下也迎来了正式开盘，笔者在现场看到，山水映衬中的金碧天下项目风景宜人，来访客户络绎不绝，很多客户是第一次来到现场，就当场确定。

重庆恒大城、恒大华府、恒大金碧天下的盛大开盘仿佛给低迷的楼市注入了兴奋元素，黄金周期间重庆恒大销售额达到6.2亿元，再次证明了恒大精品项目的核心竞争力和恒大“开盘必特价、特价必升值”营销策略的深入人心。



项目全部以园林实景、准现楼、精装修呈现

据了解，恒大地产集团已有不少项目早已达到预售条件，但其仍然选择了“园林实景+准现楼+精装修”的发售模式，这充分体现了集团对项目高品质的严格要求。

恒大黄金周期间在全国推出的18条盘总销售面积达300万平方米左右，都采取园林实景实景开放、准现楼及精装修这样的发售模式，为的就是给买家以保障和信心，恒大此举在一定程度上将“园林实景+准现楼+精装修”销售变成了让买家“放心买楼”的标签。有业内人士表示，一般来说，项目目标都是在前期销售回笼资金后尽快完善的，而像恒大这样在开盘前就以大手笔营造园林的做法，如果没有资金的保障和强大的品牌支撑，一般开发商很难做到。

此外，恒大倡导“国际9A精装修体系”，开创房地产先行，笔者在恒大售楼交楼标准单上看到，交楼时甚至赠送有大金、摩莎、西门子、TOTO等国际顶尖品牌材料，施工工艺也很到位，每一块石材在出厂时就进行了编号，现场施工时号料精准，工序复杂，以确保严丝合缝、漂亮，在16000余条精品化施工标准基础上，一套符合恒大精品战略的系统集成已全面铺开并用于全国各地的家装实践指导中。



恒大全国高品质高性价比产品全线告捷

9月29日，恒大在广州、成都、沈阳、重庆、武汉、西安、南京、天津、昆明、包头、太原、鄂州12个城市的18个楼盘全面飘红，黄金周揽金47.9亿，赢得大满贯。

恒大此次在全国推出的18个盘，全部以“园林实景+准现楼+精装修”精品模式开盘，目前就正式开始销售，提前书准买家到现场参观感受高端的精品产品。据笔者了解，在29日开盘前，就有很多客户表示出强烈的购买意愿，愿意与客户全国项目达到近万组，一些楼盘甚至出现诚意金客户远远超出楼盘的推出套数，如：太原恒大绿洲认购客户近2000组，而推出货量仅1800多套，重庆恒大城认购客户近1500组，而推出货量仅1000多套。

9月29日开盘当天，许多客户提前到场，希望尽快选定自己心仪的房子，在太原恒大绿洲开盘现场，许多购房者凌晨就来到这里排队，南京恒大绿洲开盘现场也是人潮涌动，认购队伍已排成长龙，售楼大厅内外已经拥挤得水泄不通，整个售楼大厅人声鼎沸，热线一直响个不停，尽管项目提前已经安排了百余名销售及后勤人员，尽管所有人都是一刻不停地进行购房服务，但面对如此大量的客户，仍然是应接不暇！

恒大特价开盘的营销策略已成为楼市“开门红”的经典营销案例，“开盘必特价、特价必升值”已经成为恒大地产集团的一种显著特色标识，也是该集团营销策略的精髓所在。此次，恒大地产集团在全国18个楼盘依然沿袭“开盘必特价、特价必升值”的销售策略，项目开盘当天额外85折，而恒大国庆开盘首日揽金31亿，整个黄金周揽金47.9亿的销售额来看，恒大“开盘必特价、特价必升值”营销模式，给买家带来了实惠，恒大成为了黄金周最大赢家。

业内专家分析认为，市场的刚性需求是存在的，关键是大众消费者愿意接受的高品质精品住宅，恒大这样低开高走的策略与精品战略组合在一起，有效的提升了产品性价比，成为一种市场必杀技，受追捧是自然的了。



精品战略打造全国品质地产标杆

据了解，从2001年开始，恒大集团实施精品战略，严格执行全过精品标准，在内部推行“质量铸”管理体系，严控产品质量，致力于打造环节精品，注重生产和管理的细节化、精确化，深推出“固化精品流程”、“过标准只贯穿全局”等全新管理体系，涵盖项目开发、建设、销售及服务的全过程，对外大规模整合各类优势资源，坚持以与相关行业最优秀的龙头企业合作，在产品的设计、材料采购、建筑施工、产品装修、营销策划、物业服务等各个环节和全球最著名的品牌商合作，整合房地产开发链条上各方面、各领域的优秀品牌企业，确保精品产品各个环节的工程品质，实现了国际化优质资源的有效整合，大力提升了产品品质和品牌价值。

目前，恒大已经全面迈入“精品化”、“标准化”、“规模化”发展模式复制到全项目，恒大的产品已成为中国房地产的精品标杆，在各主要城市成功建立了高品质产品形象，置业者非常认同恒大品牌的附加价值，产品的销售速度也大大高于当地平均水平，业内人士指出，恒大产品链各个环节保障项目高品质，除了取得竞争优势外，最终受益的无疑是广大的购房者，也就是恒大的业主。

恒大地产集团
EVERGRANDE REAL ESTATE GROUP

重庆·恒大城
Tel: 62856666
重庆巴南区巴南大道9号

重庆·恒大华府
Tel: 67101111
重庆北部新区高新园金山大道1号

恒大金碧天下
Tel: 47832888
重庆双福新城恒大大道1号