

房产特卖会 备战“双11”

“双11”，早已不是天猫唱独角戏、其他电商跑龙套的时代。如今，各大电商巨头如京东、苏宁、聚美优品早已憋好大招，使出浑身解数，电商舞台大戏即将上演。鹰城也即将上演一场实体电商特卖会，相信看到这个消息，市民就已经嗅到了“双11”的味道。

四大活动开启特卖盛会

11月11日马上就要到来，这个日子如今已不仅是单身者的狂欢日，更是商品促销狂欢的大日子。2015年11月7日至11日，市区中兴路某房产联展中心将举行一场以“疯狂‘双11’ 竟享脱光价”为主题的名品、名盘特卖会，届时将聚集多行业百货名品，甚至还有秒杀房、特价房、特卖房，突破你心里的价格冰点，年度最低价一触即发！

今年光棍节，某房产联展中心将与“双11”名品特卖会相结合，为单身人士提供选择礼品的一站式购物平台；为有意向购房、为男女朋友购买礼品及准备聚餐宴会的客群提供低价选购平台；通过名品特卖的活动方式，为某联展中心增加人气，结合“爱要大声喊出来”“脱光大冒险”等活动，吸引市民关注。

特卖会持续进行4天，每天都有精彩活动呈现，全民参与，活跃市区。市民进入展厅会场，登记客户信息，并扫描二维码，微信关注即可参与活动。接下来看看特卖会上有哪些活动吧？

活动一：爱要大声喊出来。到访某联展中心的客户，可以用准备好的大喇叭喊出对另一半的心声，即可获得一枝玫瑰，给情侣（夫妻）一个表达爱的机会。

活动二：“橙”心助你脱光。届时，在某联展中心二楼，摆出1000个橙子，邀请到访的单身青年留下电话号码贴在橙子上，将贴有电话号码的橙子按性别别放在围合区域内。然后获赠3个套圈，可以现场在另一个与性别相反的橙子区套橙子，寻找橙子上的缘分。活动以独特的形式为单身男女牵线，诚心诚



资料图片

意为市民提供相亲平台，增加相亲的趣味性。

活动三：秒拍特价房。在7日至11日期间，有十几家房产企业楼盘联合参展，将有四个项目分别提供一套特价房。某联展中心每日在特定时间，提供一套特价房，购房客户先到先得。所参展特价房源会提前公布，并通过营销人员、报纸及微信平台提前传播，所以想要买到实惠房的市民，可以多关注特卖会进展。

活动四：小丑编气球。气球艺人身穿小丑服装，在某联展中心内免费为到访客户编气球。客户凭借购物小票可参与幸运抽奖，时间仅限7日—8日，200个名额。奖品设置有一等奖2名，获充电宝1个；二等奖8名，U盘1个；三等奖10名，水

晶蜡烛1个；四等奖80名，玫瑰1枝。

看到这些活动，你是不是也觉得很有趣，是不是已经跃跃欲试了呢？特别提醒，特卖会从11月7日开始预热，一直持续到11日。市民的购物需求不必攒到双11那天爆发，也不怕被“双11”快递的堵车影响心情，在家门口轻松淘宝，参与体验精彩活动，一举多得。

特卖会筹备紧锣密鼓

“双11”疯狂抢购热潮即将开始，市区中兴路上某房产联展中心从上周就开始排兵布阵，开启一场鹰城名品名盘特卖会。举办方从公司到展厅里里外外、上上下下，全心全意为“双11”服务。

为了让市民享受到实惠和一站式

购物的便利，特卖会主办方专门与市区多个知名商家谈判，决心让市民实现“鲜花、花艺、精美水晶、银饰、精美玩具、名表、名牌打火机、精美食品、婚纱摄影、婚庆公司、创意工艺品”等购物的便利。

市民进入会场后，特卖会工作人员再对其进行个性化精品推荐，让市民买得安心、舒心。参会品牌的价格低于市场价，顾客可以用合理的价格购买到最称心如意的商品。

除了特卖会商品这个主角，举办方策划的4个活动也是重头戏。活动现场的包装与布置工作更是不可懈怠。该房产联展中心共两层楼，占地约1500平方米。商品和楼盘展位统一布置，一楼以容易吸引顾客的快销产品为主，并设有平顶山楼盘展示区和业内、媒体联谊交

流区，整个一楼大厅用紫色和粉色气球包装，纱带装饰，小丑现场走动抽奖；二楼以高端产品及摄影婚庆公司为主，并有海南和郑州楼盘展示区以及橙子套圈活动场地。

“双11”特卖会一经推广就得到了商家、开发商的大力支持，各商家积极邀约考察商品，各个楼盘纷纷拿出超值房源加入到活动的行列中来。届时，将有恒大名都、建业·十八城、银基誉府等十余家房企和楼盘亮相购房特卖会现场。

举办方表示，虽然场地展位有限，但在特卖会开幕之前，仍然热烈欢迎有意向的商家积极参与。因为此次特卖会不但能够帮助商家达成销售的目的，还能够提升人气和企业认知度，促成目标商品交易，可谓一举多得。

（张秀秀）

前10个月卖房1545亿元 恒大销售目标提前“撞线”

年末将至，国内各大房企已经进入全年业绩的冲刺期。11月2日，恒大地产率先宣布，前10个月恒大累计销售额达到1545.3亿元，突破了全年销售目标1500亿元，提前超额完成全年销售任务。据了解，恒大是国内首家提前“撞线”、完成全年销售目标的房企。根据国内多家大型房企已公布的业绩，截至三季度末，多数房企离销售目标仍有较大差距，平均完成率不足七成。

10月份已提前超额完成全年销售目标

值得关注的是，今年1-10月份，恒大累计销售额达1545.3亿元，仅用10个月即完成年度目标，是今年

首个提前超额完成年度销售目标的房企，完成年度目标的103%，目标完成率全国第一。通过与去年销售数据相比较，恒大今年前10个月的销售已超越2014年全年近两成，创历史同期最高纪录，同比大增44%，增幅全国第一。前10个月中，恒大连续8个月销售额突破百亿元，为提前完成目标夯实了基础。

接下来通过一组数据来了解一下恒大自上市以来的销售情况：2012年923亿元，完成率115%；2013年1004亿元，完成率100.4%；2014年1315亿元，完成率120%；2015年前10个月1545.3亿元，已达全年目标的103%。可以看出，恒大近年来业绩

持续增长，年年超额完成销售目标。

业内人士分析，数据显示，截至9月底，20家典型房企的平均销售目标完成率为64.54%。在行业平均目标完成率不足七成的大背景下，恒大在10月份就提前超额完成全年销售目标更显得弥足珍贵。

恒大取得如此业绩是与其强大的成本控制能力分不开的，恒大在拿地、设计、销售等多个环节严格实施标准化管理，从源头上控制成本，在市场低迷的时候确保成本低于行业水平，保持强大的竞争力。

恒大单月销售面积、累计销售面积全国第一

在简报中，关于恒大全国的销

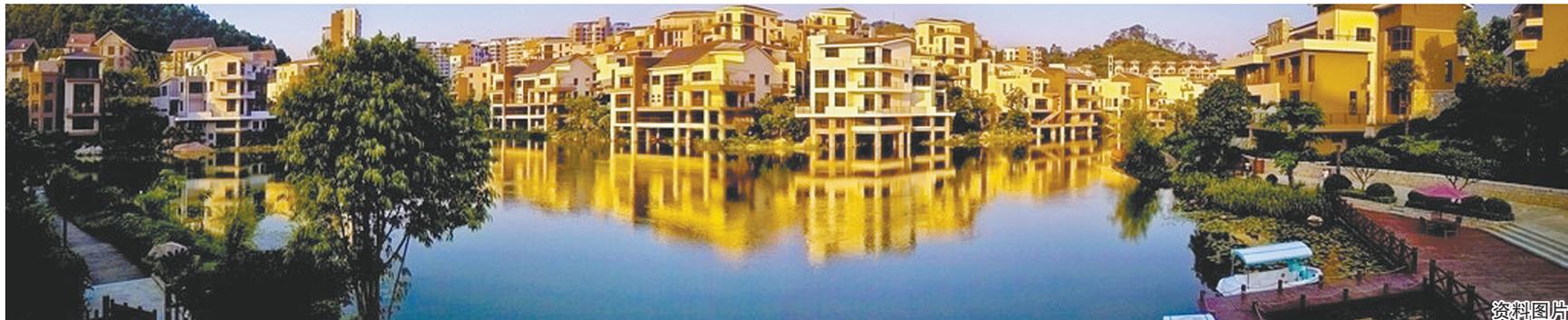
售面积引起了笔者的关注。10月份，恒大实现合约销售面积3282万平方米，房地产行业全国第一，同比增长219%，环比增长131.4%，增幅均为房地产行业全国第一。1至10月份，恒大累计实现合约销售面积2006.9万平方米，房地产行业全国第一，前10个月销售面积突破2000万平方米，全国唯一，同比增长33.9%，增幅全国第一。

笔者探知，恒大漂亮的销售业绩背后隐藏着恒大今年的两项重大决定：今年4月15日，恒大宣布“无理由退房”，覆盖恒大全国范围内所有楼盘住宅，不仅为购房者提供了更高性价比的产品和更好的服务，

维护了购房者权益，同时也为旗下楼盘打开了广阔的市场空间，成为今年销售畅旺的重要原因；9月29日，恒大与全国15家知名品牌家居企业建立合作联盟。通过全面整合行业资源，购房者真正实现了“拎包入住”，不仅凸显了其行业龙头的竞争优势，也为销售取得良好成绩再添助力。

恒大董事局主席许家印年初曾表示：“恒大每年的计划，没有一年不实现的，尤其是今年非常有信心。”此次恒大提前超额完成年度目标，许家印再次兑现了承诺。★

（大勇）



资料图片