

透过畅销项目看信心

迭代升级+品质为核,助推项目成“爆款”

——探访我市十大商品房“畅销项目”之鸿泰泱玺二期

□记者 樊慧敏 文图

在当前房地产市场大浪淘沙的竞争中,“畅销”二字从不是偶然的营销造势,而是购房者用真金白银与居住体验检验的结果。位于临猗县南城的鸿泰泱玺二期项目,凭借其在产品、景观、空间性价比等方面的迭代升级,以及前期项目在县城积累的良好口碑,在此次全市商品房“畅销项目”评选活动中表现突出。

近日,记者前往鸿泰泱玺小区,听业主亲述购房经历,看项目硬核实力,解码这个项目何以成为临猗县购房者的“心头好”。

业主视角 当场成交足见满意程度

走进鸿泰泱玺项目销售部,只见不少购房者在咨询房子的户型和价格,销售人员在向他们一一介绍。

刘女士是前不久刚买的房子,当天和家人一起来办理相关手续。“买房是家里的大事,得选好了才能买。看了几个月的房子,对比了不少小区,这个小区的户型我们最满意,当场就决定买了。今天过来把手续一办,就安心等着交房了。”刘女士说。

据该项目销售部负责人介绍,在二期项目销售过程中,有一位刘先生也是同样爽快,看房不到5分钟就决定购买。

“我的需求很明确,家里有老人,想换套电梯房,还想离学校、商场、公园近一点,以后生活更方便。”问起刘先生买房时毫不犹豫的原因,他说,“买东西总要对比才能知道哪个好,我看了南城好几个楼盘,要么户型不合适,要么就是配套不齐全,直到走进鸿泰泱玺销售部,看着户型图,听着销售人员的讲解,一下子就心动了,马上就交了定金。”

如今入住3个多月,刘先生的家几乎成了该项目的样板房,销售部工作人员常带意向客户上门,二期业主也反复来“取经”。听说项目二期相比一期有很多升级,刘先生笑称房子买早了。

入住后的便捷与温暖,更让刘先生坚信选对了房。配套上,项目位于临猗县南城猗顿街与新城路交叉口西南角,出门步行几分钟就是南风百货商场,逛街购物很便捷;小区内建设有社区景观园林,周边还有澍水公园,平时休闲游玩有去处;小区周边有不少优质教育资源,孩子上学不用愁。此外,小区距209国道比较近,往返我市中心城区也很便利。

服务上,物业格外贴心,未到寒冬就给单元楼门把手装了保暖套;刘先生频繁咨询暖气管道施工进度,物业始终耐心回应,确认今年交房即通大暖,全力确保业主温暖过冬;开发商福利也实



▲小区楼体时尚美观



▲儿童游乐区设施齐全

▲风雨连廊下配备休闲桌凳



在,刘先生购房时获赠冰箱,逢年过节物业还会向业主发放礼品,这些暖心服务,也让他更有底气推荐亲友选择二期。

“住在这里很舒适,我干脆把运城房子卖了,和老人搬回临猗住。”刘先生说。

项目实力 迭代升级筑牢畅销根基

业主的认可、二期的热抢,本质源于项目围绕改善型客户的更高需求进行的实打实迭代。据临猗县隆圣信房地产开发有限公司相关负责人介绍,鸿泰泱玺项目整体规划面积约69亩,容积率为2.9,绿化率达40%以上。规划总户数978户,分两期进行建设,其中一期规划户数546户,二期规划户数432户。项目整体由一期5栋高层和二期6栋18层小高层,以及社区配套商业组成,一期高层户型面积涵盖112㎡~168㎡,二期小高层面

积段为129㎡~169㎡。相比一期,二期在建筑形态、产品设计、景观环境等方面进一步升级,每一处都精准击中购房者住得更好的核心诉求。

从高层到小高层,建筑形态的升级,让居住密度降了、舒适感提升了。相比于一期的高层楼房,二期全面迭代为小高层,主要有两大核心优势:一是密度更低,人均公共空间占比提升,小区内散步、活动不拥挤,老人带娃、邻里互动更自在;二是体验更佳,小高层公摊面积比高层更小,结合超高赠送面积,实际得房率更高;同时,小高层楼层更低,采光效果更好,即使是低楼层也能保证全天充足光线,上下电梯平均等待时间也缩短了,避免了等电梯的困扰,尤其适配养老、带娃家庭。

从实用到精致划算,产品设计的升级,让空间、私密感实现双突破。如果说一期产品主打户型方正、南北通透的实用性,二期则在此基础上,围绕空间利用率、居住私密性等进行了关键升级,让每一寸空间都更有价值。

在入户设计方面,从两户共用电梯到独梯独户,私密感拉满。据该项目负责

人介绍,二期全部采用独梯独户设计,业主出电梯直达专属私家入户花园,既可以作为入户过渡区摆放鞋柜、绿植,也能临时存放快递、老人代步车等,避免了公共空间占用的矛盾,居住私密性大大提升。

在户型细节方面,从单阳台到双向多阳台和大横厅,生活场景更丰富。二期升级为双向多阳台,一侧可休闲观景、养花品茶,另一侧则可划分洗衣区、储物区,实现干湿分离、功能分区;同时,二期客厅宽度升级,搭配餐客一体设计,家庭聚餐、孩子玩耍的空间更宽敞,甚至能打造客厅+书房的开放式场景,适配更多居住需求。

从全龄广场到坡地式组团景观,园林设计的升级,让业主推窗见景,生活体验更丰富。二期在一期园林的基础上,进行了进一步升级:一是景观层次更丰富,业主推窗便可看到错落有致的美景;二是景观功能更细分,二期在一期全龄广场的基础上,按不同年龄段业主的需求划分“组团景观区”,如老人康养区搭配休闲座椅、健身器材,儿童游乐区建设趣味游乐设施,青年休憩区打造景观凉亭、步道等。

此外,在施工工艺上,二期项目也是不遗余力。楼栋外墙采用内嵌式保温一体板,同步浇筑钢筋混凝土,不仅可有效避免墙皮脱落,还具有防火、防潮等功能,使用寿命更长;房屋内部墙面用材料板一体压制,平整度更高,业主装修时不用二次找平;地面采用石膏自流平工艺,不仅更加平整,还具有较好的防水性能……

市场印证 品质口碑激活“流量密码”

“我们一期靠品质攒口碑,二期靠升级引热抢,现在每天来咨询二期的客户有将近一半是一期业主推荐的,不少客户看完二期就直接定了。”项目销售负责人说。该项目正是一期口碑为基础,用二期品质升级满足客户更高需求,从而形成了老业主认可、新客户买单的良性循环。

在该项目销售部发布的短视频评论区里,有不少购房者表明自己正是经一期业主朋友推荐而来:“朋友说一期住得舒服,但二期升级后更划算,139㎡的户型,赠送后实得159㎡,独梯独户还带私家花园,老人住这儿不用挤电梯,空间也够大;而且是18层小高层,比周边小区的高层舒服多了,对比了3家,还是这个项目性价比最高。”

二期的畅销,也离不开项目围绕升级做营销的精准打法:一是对比式营销,让客户直观看到二期的优势;二是实景体验式营销,二期部分楼栋已进入准现房阶段,销售部门不定期举行工地开放日活动,让客户亲自体验,比看效果图更有说服力。

该项目相关负责人表示,未来将在市、县两级住建部门的支持和监督下,继续聚焦二期项目建设,确保升级承诺落地,同时根据客户反馈,优化二期的景观细节与服务配置,让业主住得舒心,不辜负每一份信任。