

各发展商对国庆假期的促销策略和调价态度明确——

十一惠州楼价有望触底

时报讯 市场调整延续了近一年后，惠州楼市距离新的“9·27”越来越远。去年十一开始，楼市进入盘整周期，因此，今年的十一黄金周牵动着市场各方敏感的神经。业内人士认为，国庆期间销售量会大增，不过价格也可能因为各种打折跌至低点。

十一前新政利好影响不大

9月15日，中国人民银行4年来首次决定下调人民币贷款基准利率，与此同时，还下调中小金融机构人民币存款准备金率，此外，个人住房公积金贷款利率也相应下调。值得注意的是，这是自2004年10月29日以来贷款基准利率的首次下调。虽然下调幅度不大，但在当前全国房地产市场交易相对低迷的形势下，央行此次货币政策和利率政策的方向性变动格外引人注目。接受采访的开发商和市民都表示这是个利好，但大多数人同时认为，“双率”下调对楼市的影响更多地表现在提振市场信心上，而实质影响有限，后续政策值得期待。

光耀集团有限公司营销经理钟鼎轩表示：“毕竟贷款利率下调的幅度不大，尤其是长期贷款。而且大多数开发商借的都不是银行的钱”。还有开发商表示，四大商业银行的存款准备金率并未调

整，这意味着其信贷规模并未放开；其次，第二套房政策也没有出现松动，只有这两记“拳头”打出去，才是真正的“救市”。他们更关心的是金融政策松动之后，政府会不会有后续的宏观调控政策出来“救市”。

记者采访中，市民对于新政利率下调并不感冒。有市民表示，利率调整过小，还不足以引起人们购房欲望。

惠城区170万平米待售

记者从惠州市房屋管理局网站了解到，十一黄金周惠城区新货供应将超过170万平方米，可售套数也达到1.3万套。与前几个月小户型多面突击相别，此次集中在三口之家的中等户型。业内人士表示，今年十一黄金周各发展商的促销策略和调价态度已非常明确，“金九银十”的成交量会在原有基础上获得大幅提升，并明显高于五一假期，而成交均价则会回落至低点，惠州楼市或将走出最艰难时期。

与全国经济走势一样，惠州房地产市场正在经历一个困难时期。供求双方都在谨慎的试探中寻找机会，成交量取代房价成为市场敏感指标。该人士表示，而2008年成交量逐步回暖的过程，也反映了发展商和置业者信心恢复、重新寻找市场平衡点的过程。由此看来，十一黄金



十一黄金周，惠城区新货供应将超170万平方米，可售套数达1.3万套。

周将是各方期待已久的一次全面摊牌，预计成交量会在5月以来持续回暖的基础上有较大提升。

降到心理价位不妨出手

时报针对十一黄金周购

房意向调查发现，“怕买房后跌价”是市民最担忧的事情。市民刘先生表示：“现在楼市还是不明朗，在全国万科一直降价，所以他觉得惠州楼价可能还会再降，如果出手后价格还在降，那不就赔了？”持这种观点的市民不在少

数。不过也有许多市民表示，如果黄金周期间开发商打折低至心理价位，会选择出手。“黄金周期间，各家开发商肯定会大力促销，能够买到价位较低的物业也很不错。”

业内人士表示，由于在2007年楼市暴涨期，惠州楼

市没有太多泡沫，所以挤出水份后，买到物有所值的物业就算抄底成功。而上次知名博客写手牛刀在惠演讲时就表示，惠州可能会成为最早走出观望期的地方。所以黄金周期间，如果找到物有所值的物业当然出手为好。

惠州奥林匹克花园启动“价格保障”活动

本月1日起至2011年10月1日对一、二期联排别墅实行价格承诺

时报讯 2008年9月，全国地产界经历了一场降价风潮的利益纷争。短短几个月内，从珠三角蔓延至长三角，再到环渤海，“降价行动”迅速席卷了深圳、广州、上海、北京等诸多城市。降价风潮导致很多消费者受到巨大的损失，从而引发了大规模的断供潮。在这种形式下，惠州奥林匹克花园以地产企业公民的姿态启动了“价格承诺 品质保障”活动。9月22日，惠州奥林匹克花园在康帝国际酒店举行“保值承诺，品质保障”新闻发布会。中体奥林匹克花园董事长吴振绵、惠州奥林匹克花园总经理陈穗建、副总经理杨文奇出席会议。

三年内降价我赔钱

据了解，奥林匹克花园

的这次活动以“价格承诺，品质保障”为主题，围绕责任标准，通过行业良知和行业自律的反省，回归地产本来面目，并通过树立行业标杆，倡导责任行为，共商地产与责任相生相谐之道。本次活动期限从2008年9月1日至2011年10月1日，为期3年。在这期间，对客户购买的奥林匹克花园一、二期联排别墅实行价格承诺，承诺价格为毛胚房6150元人民币/平方米，精装修房8200元人民币/平方米。

在活动期内，奥林匹克花园将定期公示各批次销售的具体房源、价格和成交均价；并承诺每批次推出的房源成交均价不低于承诺价格，若低于则在每期开盘后的三个月内给予总均价的差额补偿。同时，各批次发售的房源及价格将邀请律师机构

和社会客户代表监督，差额补偿活动也将在律师机构和社会客户监督下进行。

业内人士认为，在全国房地产市场普遍陷入“兵败如山倒，客少信心，资本变心”的低迷状态，惠州奥林匹克花园推出“价格承诺”活动，无疑为惠州楼市注入强心剂，激浊清扬，正本清源，必将惠州地产推向新的发展高度。同时，惠州奥林匹克花园此次价格承诺活动对推动地产企业公民化，树立“责任地产”意识将产生深远影响。

责任地产获企业公民奖

会上，奥林匹克花园集团董事长吴振绵还就该集团获得“2007年中国优秀企业公民奖”荣誉奖作介绍，并阐述了该集团高度的社会责任感。惠州奥林匹克花园隶属

于中体产业集团股份有限公司，作为国家体育总局所属的唯一一家上市公司，关注健康生活理念的推广，促进社会和谐共融。奥林匹克花园历经9年发展，基本完成了全国范围内点线布局的战略管理方案，在全国主要房地产市场中形成了一定的品牌影响力，并在创建以人为本的和谐社区、和谐企业等方面做出了积极的探索和实践。

据了解，全国仅有10家企业获得该殊荣。中体产业的品牌获得的社会的认可，确实来之不易。在全国房地产市场相对低迷的情况下，惠州奥林匹克花园价格保障行动再次体现了对企业负责、对业主负责、对社会负责高度责任感。同时，此举对维护房地产市场的稳定将起到促进作用。



景致怡人的荷兰水乡

“漂亮宝贝”走进荷兰水乡

时报讯 9月20日，由南方少儿频道主办、光耀集团协办的“漂亮宝贝”选秀活动，在荷兰水乡社区会所前广场举行，百余名小朋友上台献艺，家长们在现场热情地助威加油，现场气氛活泼热烈。小选手们除进行了走秀造型、唱歌舞蹈等表演外，还登台讲述自己最近所做的一件好事、将实施的一项爱心计划，并现场展示自己最心爱的礼物或玩具，展示完毕后进行玩具义

卖，所得募捐款项用于帮助灾区小朋友建“红领巾书屋”等。

据荷兰水乡项目负责人钟鼎轩介绍，“漂亮宝贝”选秀活动惠州赛区花落荷兰水乡社区，是难得的荣誉，体现了社会各界对荷兰水乡积极营造社区文化的高度认同。据了解，荷兰水乡一直注重社区文化的建设，关注业主生活，在满足业主的实用性功能价值之外，更给社区注入了社区独特的人文气息。