

今年市政府要为 155 个项目埋单 63 亿 西流湖公园火车站西广场 一批大项目需花 55 亿

去年城建投了 41 亿，今年是政府城建项目花钱最多的一年
以后郑州除了更美外，还有很多商机

□晚报记者 黄达
实习生 刘建宁

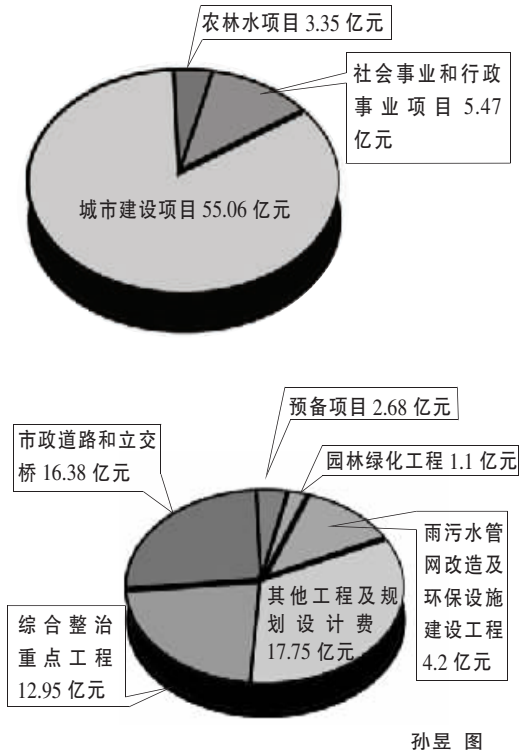
本报讯 昨天，市发改委主任王广灿在向市十二届人大常委会第 28 次会议汇报时说，今年市政府将为 155 个建设项目埋单 63.88 亿元，是政府花钱最多的一年。其中，城市建设项目有 73 个，政府准备花 55.06 亿元，打造魅力郑州。

去年，金水路东段、东风渠景观桥等升级改造刚刚结束，今年，已把西流湖公园、火车站西广场等 73 个城市建设项目列入政府花钱的大盘子里。

2006 年，经市人大常委会批准的政府投资计划，共安排社会事业、行政事业、农林水、城市建设投资项目 189 个，下达政府投资计划 48.7 亿元，为年初计划中盘子 54.3 亿元的 90%。其中，全市安排城建

项目 106 个，政府投资 409063 万元。资金来源为市预算外筹措资金 265047 万元，市建设投资总公司融资（主要是开发银行贷款）144016 万元。

2007 年政府投资项目共安排 155 个，政府投资 63.88 亿元，比上年实际增长 31%。其中，社会事业和行政事业项目 59 个，政府投资 5.47 亿元。农林水项目 23 个，政府投资 3.35 亿元。城市建设项目 73 个，政府投资 55.06 亿元，其中，市政道路和立交桥 22 项，政府投资 16.38 亿元；园林绿化工程 6 项，政府投资 1.1 亿元；综合整治重点工程 14 项，政府投资 12.95 亿元；雨污水管网改造及环保设施建设工程 4 项，政府投资 4.2 亿元；其他工程及规划设计费等 25 项，政府投资 17.75 亿元；预备项目 2 项，政府投资 2.68 亿元。



孙显图



昨日上午，越野车手出发前向大家挥手致意。
晚报记者 王梓图

代表河南出征新疆环塔越野拉力赛 酷虎车队昨日郑州出发

赛事全程 4000 公里，特殊赛段 900 公里

□晚报记者 董占卿
实习生 付首鹏 刘玲

本报讯 昨日，参加 2007 年中国新疆环塔克拉玛干沙漠汽车摩托车越野拉力赛暨全国四驱拉力系列赛新疆站的酷虎越野车队，从郑州出发，本报两名记者被邀全程跟踪报道。

上午 10 时许，记者从酷虎越野车队出发仪式上了解到，车队共派出 4 辆车 11 名队员参加，其中 4 名为车手，其他为随队后勤保障人员。酷虎车队长李谨说，车队是河南省参赛车队中第一个举行发车仪式的车队，可能还有其他车队参加该比赛。

“比赛将于 5 月 1 日开始，从乌鲁木齐出发，经过 12 天再回到乌鲁木齐，整个赛事行程达 4000 公里，比赛里程也近 1000 公里。”

据了解，本省另一车队——帝豪极限越野俱乐部车队也于今日从郑州出发。

据介绍，赛段主体在新疆维吾尔自治区塔克拉玛干沙漠周边，赛段由沙漠、沙砾和河道组成，赛事全程约 4000 公里，特殊赛段 900 公里。该赛事于 2007 年 4 月 6 日正式通过国家体育总局审批，正式升格为全国赛事。2005 年开赛以来，已经举行过两届。

家居知名品牌揭幕中原逐鹿战

金海马家居城在郑举行推介会

4 月 21 日上午，粤、川、辽、豫家具战略联盟成立签约仪式暨郑州金海马家居城项目推介会在兴亚举行，这标志着金海马这一全国连锁家居品牌进驻郑州已经进入实质性操作阶段。二百多位郑州主要家居品牌经销商参加了会议。

挺进中原 创新结构

中国家具行业经过十多年的迅速发展，增长势头依然不减，未来几年，将继续保持 15% 左右的增幅。但与此不适应的是，目前家具市场的经营结构已经不能满足市场消费的需求，如何适应消费结构的变化和消费档次的提高，已经成为家具业内人士关注的焦点。在郑州家具市场，同样的问题也表现得较为明显和迫切。

金海马就是在这样的情况下拉开了逐鹿中原的帷幕。作为中国家具行业最大的产品代理商和经销商，金海马集团创立于 1990 年，经过十余年的发展，门店已遍布华南、华

东、华北、西南、东北六大区域几十个大中城市，拥有数百家专业卖场，家具的销售额和市场占有率占据行业前列，产品远销全国各地和欧美、东南亚市场，成为中国家具行业最大的家具产品代理商和经销商。

顺应市场 剑走高端

金海马的每次改进，都是和“消费者认可”紧密联系的。郑州金海马进军中高档家具市场，同样是因为消费者需求提高了。“市场，永远的市场”。以此为不变经营法则的金海马家居，在市场的感召下，再次树立了一个高档专业卖场的标杆。

郑州金海马家居城以国际主流家居卖场模式规划，高标准、高起点规划，区位优势明显，交通便利。整个卖场总规划面积 20 万平方米，首期开发 7 万平方米，由高档精品家具、办公家具及家居用品互补经营组成，与郑东建材家具城合理分区，真正实现家居购物“一站式”消费理念。

并全方位引进金海马集团连锁经营、物流配送、电子商务、信息资源管理四位一体经营管理模式，引导郑州家具市场与国际接轨。“坚持以消费者的最佳利益为出发点”，金海马集团郑州地区负责人如是说。只有消费者的满意才是市场的真正成功，我们将继续遵循这一宗旨，并本着“名品进名店”的原则，面向郑州和全国“牌子过硬、质量过硬、服务过硬”的品牌和厂商，实行强强联手，为广大消费者提供物美价廉的商品和满意的服务，为消费者带来最大的实惠。

市场的竞争，最终是消费者的竞争。随着人民生活水平的提高，生活的“小区化”、购物的“品牌化”、“品位化”及服务的“专业化”已日渐成为消费者的追求目标。

郑州金海马家居城全方位迎合消费结构的升级和高消费者对档次和消费环境的要求，响应消费者呼唤更集约商业形态的需

求，以规模优势实现商场结构功能化、购物环境舒适化、降低租金成本，吸引代理商，让利消费者；以完善的管理为厂商提供企划和宣传服务，来赢得消费者的青睐。

联盟四省 服务行业

另外，为满足消费需求，同时也基于郑州金海马家居城招商工作的不断推进，金海马筹备的“粤、川、辽、豫家具战略联盟”

也于上周六成立，这个联盟将是一个全新的消费革命，也是一个行业的全新起点。

粤、川、辽、豫四省建材行业协会的负责人参加了此次战略联盟签约仪式并在会上发言，他们表示，基于金海马这一平台，该联盟必将会对加强行业纵深合作、加强行业资源信息共享起到积极良好的作用，联盟也必将助推金海马

在资源上掌握更多的主动权。

据悉，郑州金海马家居城还将充分利用金海马集团多年的市场运作经验和成熟的卖场运作模式，实行“统一招商、统一管理、统一形象”的国际化经营管理模式。招商工作刚一展开，这一理念就引起了众多实力商户的关注，就纷纷前来咨询，入驻意向强烈，市场反应良好。

