

扎根在土 花繁木盛

记郑州花博园实业有限公司董事长杜伟

人生逆水而上

“冥冥之中，我有一种预感，这一辈子就和花木打上交道了。我姓杜嘛，土木之人嘛，有土有木。” 迫近天命之年的杜伟，已经把自己的生命和花卉苗木紧密地结合在一起。

杜伟出生于南阳。高中毕业后插过队，参过军，做过县委秘书，领导过国有企业，创办过广告公司，涉足过商业地产，他的人生经历丰富多彩。

一次次人生的大幅度转身，一次次对人生目标的艰难冲锋，磨砺了他坚强的性格和淡定的心态，也为他积累了一生事业的原始资本。

2002年，在经历了一次商业地产投资的失利后，杜伟痛定思痛，继续潜心研究商业地产经营之道。经过多年的周密调研，他最终选择了花卉物流产业园的建设，作为一生事业的定位。

中国城镇人口人均每年鲜切花消费只相当于荷兰的1/50，美国的1/10，老杜看到了花卉产品在中国的巨大潜力。他决心高起点建

立一个现代花卉苗木市场，为河南的花卉交易提供一个优越的平台。

由于紧邻90米宽的南水北调运河，他把项目形象地命名为水岸花木城。

商道顺流而下

“水岸花木，厚德载物。” 从事花卉苗木产业，杜伟有着自己独特的商道，他说，“虽然是传统行业，我们也融入人文元素、科技元素。”

在水岸花木城建设中，杜伟十分注重引进现代农业科技。他积极与全国先进的花卉研究所、花卉市场结成战略联盟，提升科研创新水平；他不断邀请全国最优秀的专家、学者到花木城参观指导；他引进了国内最先进的地温中央空调系统，使传统的市场变成现代休闲场所。

“我们还准备设立一个中原最大的花卉苗木研发中心，目前已经和中科院植物专家签订了长期合作合同。”

平易近人的老杜并不掩饰自己的“野心”，他告诉记者：“综合国内外专业

市场的规律和新成果，将花木城打造成一个农业科技生态文明产业园区，这才是我的终极目标。”

风景这边独好

老杜认为，“花卉苗木产业是一项融经济效益、生态效益、社会效益于一体，同时实现经济发展、生态改善、农民增收的‘三赢’产业。”

“它对于构建和谐社会，美化城市和家庭环境，带动市民近郊生态消费，增加农民收入，缩小城乡差别具有重要意义。”

水岸花木城将发挥河南花卉产业龙头市场的优势，将帮助更多附近农民奔向小康生活，推动郑州乃至河南生态经济又快又好发展。

老杜的经营哲学简单而有效，水岸花木城随之迅速崛起，从去年9月1日正式开业以来，一期市场利用率由原来为1/5变为超过2/3，日均商户交易额成倍提高。老杜“农民面孔、总统素质”的企业文化观念正在涌动。 樊无敌 贾彭斌

短寸、休闲装、从容自然，杜伟喜欢和商户们毫无距离地聊生意、拉家常，大家都愿意亲近这位质朴的“邻居大哥”，习惯地喊他老杜。如今的中原路·水岸花木城，作为郑州西部最大的花卉苗木交易物流港，花益繁、木益盛，杜伟和他迅速成长的事业，也实实在在扎根于深厚的社会土壤中。



郑州花博园实业有限公司董事长杜伟

【家居资讯】

“冬季装修艺术节”开幕 定金台前客户排长队

12月15日上午，龙发《冬季家装完美攻略》升级版全国首发仪式在郑州举行，这也拉开了龙发“冬季装修艺术节”的大幕。据悉，龙发《冬季家装完美攻略》升级版是在原《冬季家装完美攻略》的基础上，更侧重于为消费者提供“及时、便捷、省心、无忧”的冬季家装解决之道。

当天的仪式上，可容纳1000人的活动大厅内人流如潮，座无虚席，在定金台前交定金的客户甚至排起了长队。活动中，国内知名工程专家汤建新先生为参与活动的客户讲解了《冬季家装完美攻略》升级版的特色，并就冬季家装需要注意的问题进行了详尽的解析。龙发装饰相关负责人介绍，本次活动仅仅是龙发装饰整个冬季家装艺术节的序幕，此后还有购家居产品送主材大礼包和交定金返定金自由二选一的超值回报。 袁瑞清

一座“家装蒙太奇公园”将在郑州兴建

日前，从星星装饰公司传来消息，星星装饰公司与行销罗马尼亚、德国、法国、意大利等国的欧洲建筑材料商——罗马尼亚德莱曼特公司，共同投资兴建了代表中原地区家庭装饰行业最新经营理念的“星星装饰·家装蒙太奇公园”。至此，星星装饰成为了河南省第一家成功引进外资的家庭装饰企业。

据悉，星星装饰·家装蒙太奇公园位于郑州市的东大门——郑东建材家居城三楼，总建筑面积3000平方米。该项目的启动，将在引进外资的同时，也将欧洲最先进的家装设计理念和设计人才，以及先进的家装施工工艺流程管理模式共同引入中原。使得星星装饰为中原广大业主提供来自欧洲最顶尖的整体家庭装饰服务。 李晶

上海美巢装饰 获“AAA级信用企业”

日前，由全国整顿和规范市场经济秩序领导小组办公室和国务院国有资产监督管理委员会行业协会联系办公室，共同审查评选通过，上海美巢装饰被评为“AAA级信用企业”，此奖项在全国范围内仅评选了5家装饰企业，上海美巢装饰是河南省内唯一一家获此殊荣的家装企业。据悉，上海美巢装饰以“中西合璧，海纳百川”的海派文化为底蕴，凭借高端海派设计、精雕细琢的施工、尊贵的五星级服务，成为中原家居行业的时尚方向标。 陈文平

对于频频获奖，正商地产营销中心蓝钻项目部相关人员却很淡然：“我们始终坚持以最好的产品和最大的升值空间来回购房客，例如现在的多层住宅，就吸引了很多客户纷纷前来抢购。”

“现在土地成本越来越高，楼盘容积率也越建越高，再过一两年，估计不会再有多层楼盘销售，即使有，一定也是价格惊人！”12月17日，在位于未来大道与航海路交叉口的蓝钻售楼部，一位正在购买VIP卡的客户这样告诉记者。

晚报记者 陈燕



12月11日，CHIAF2007中国住交会颁奖盛典在北京展览馆隆重举行。正商地产继“中国房地产名企50强”后，再次蝉联获得CHIAF2007中国住交会“中国名企”，同时，正商·蓝钻项目不负众望，夺得“中国名盘”大奖。据悉，CHIAF中的“三名”（名人、名盘、名企）推介榜，作为中国房地产行业的最高荣誉，被公认为是“中国地产的奥斯卡”。

正商·蓝钻热销

物以稀为贵 多层“俏”市区

市区中心多层住宅缘何稀缺

一位业内人士透露，楼房从多层向小高层甚至高层转变，主要是因为土地资源紧缺。随着近期郑州地王频频出现，地价飞速上涨，在郑州市区内，可供地产商

开发的土地也越来越少。如今，城市建筑向高空延伸已成大势所趋，多层由此越发稀缺。

而郑州某房地产公司老总则说，小地块、高容积

率，是以后地产开发的主要走势，多层楼盘以后会越来越稀少。但是物以稀为贵，随着多层住宅开发的剧减，多层住宅也会越来越受购房者的关注和追捧。

资料显示，成都早在2006年就叫停多层住宅；目前在杭州，新建多层踪影难觅；广州，多层住宅货少价升……多层在高层时代的冲击之下，更显得弥足珍贵。

传统多层为何再度被人追捧

对于大部分中国人来说，买房是一生中投资最大的奢侈品，选择高层或者多层，也一直困扰着购房者，但无论如何选择，有选择就会有痛苦，却也依然孜孜以求奔波于痛并快乐之中。

据正商·BU蓝钻的工

作人员介绍，很多购房者来参加看房车时，问到话题最多的就是多层，而关于多层与小高层之间比较的话题，经常引得满车人的“争鸣”。

有位专家认为，住宅的高层时代是社会生产力发展的进步，却是人们生活居住品

质的一大退步。一位哲人说过，人的幸福感与离开地面的距离成反比。而这位专家也认为，每个楼层都有自己的小气候。楼层不同，对我们生活的影响也不同。从一楼到三楼，人们通常生活在树冠下，离地面很近，要说心理上的舒适度，这里是最好的。

蓝钻稀缺洋房，多层胜者为王

位于未来大道与航海路交叉口的蓝钻多层住宅一直销售火爆，公司一位高层在接受采访时高兴地说，多层住宅之所以受到关注，首先在于其深厚的人性化优势。从房屋使用面积来看，多层住宅的得房率要比高层住宅高10%左右，公摊面积也更少。正商·BU蓝钻，位于中心城区，是一个

650亩大盘，也是郑州东南板块一个体量大、档次高的建筑群，它是正商地产在郑州10余年开发历程的一个大成之作。

据正商工作人员介绍说：整个楼盘是上海北斗星总经理虞金龙担纲设计，采用新东方半开放主义的院落简约景观风格。目前开放的中心景观示范

区是从上海请来的专业施工队，严格按照设计图纸进行施工，历经153个日日夜夜，精心打造的景观样板区。他还提到，因为施工的严谨和考究，儿童乐园的花纹铺设每天只能铺不到2平方米，10多平方米的儿童乐园，花费了近10多天的时间，中心景观示范区花费了近千万。