

— 第一资讯 —

继琥珀名城后又一臻品

天伦·水晶城产品说明会举行

上周六，天伦·水晶城产品说明会在中州皇冠假日酒店举办。

据悉，天伦·水晶城是河南省天伦房地产有限公司继琥珀名城之后打造的又一臻品项目。该项目地处文化路与北环路交会区域，由世界十大建筑师顾忠良先生倾力规划，由8栋高层组成，总建筑面积约20万平方米。社区在设计上以水晶晶体为设计母题，以清新、自然、简洁为设计主调，通过局部造型和材料的运用，使建筑闪烁璀璨夺目的水晶气质。

杨勇

彻底告别公寓时代

珊瑚 SUNHOME 全面公开

日前，北环路花园路口的珊瑚 SUNHOME 首次面向全城公开，众多期待已久的购房者早早地来到售楼中心，领略创新住宅产品的风采。

珊瑚是豫港集团旗下全资子公司——华泽置业开发的新型住宅项目，位于花园路北环路交会处的传统居住中心，毗邻省电视台，承袭了区域内数万亩的城市绿化及市政公园，景色优美，交通便利，吸引了众多购房市民的关注。

杨勇

典藏真爱典藏家

琥珀名城上周日上演婚纱秀

以“典藏真爱典藏家”定位的天伦琥珀名城上周日特别举行“浪漫一生，从琥珀名城开始”婚纱秀活动，这场纯美盛宴不但有几十款精美的婚纱让琥珀名城的准新娘大饱眼福，还推出优惠，让她们免费订做自己中意的婚纱。

据悉，天伦琥珀名城全新3期情景电梯洋房6月22日VIP全城招募已经进入到最后一个星期的倒计时，届时将有婚纱秀的静态延续，为购房者量身梦中的嫁衣。

杨勇

正商 8.6 亿逆市拿地的背后

——解构发展中的正商品牌

用 8.6 亿余元的高价同时拿下芦邢庄和龙湖的两块地，总面积近千亩，近段时间来，河南正商置业成了业界谈论的焦点。在楼市普遍低迷、开发商资金链条面临考验的背景下，正商缘何能够逆市拿地？

晚报记者 袁瑞清



正商拿下的芦邢庄城中村改造项目整体规划图

正商出手 逆市拿下近千亩地

正商拿地说明了无论市场环境严峻与否，有实力的开发商会成长得愈发强壮

6月13日，截至当天上午9时挂牌结束，在无任何竞买人参与的情况下，河南正商置业有限公司以起始价64730万元，拿下管城区芦邢庄城中村改造230279.8平方米（约合345.42亩）的土地使用权。

据悉，芦邢庄城中村改造土地位于未来路西、魏庄西街东、耿庄北路北、石油公司南，地块包括开发区和安置区，共分为10个部分，改建中配建有商业服务设施和小学。

就在同一天，正商还拿下了位于新郑龙湖的一块面积为501.6亩的地块，总价为2.2572亿元。加上芦邢庄6.4亿元的拿地款，正商当天拿地的总价达到了8.6亿余元。

自从去年下半年以来，楼市一直处于低

迷状态，在宏观调控政策的影响下，加上日益紧缩的银根与信贷，资金链条的短缺已成为了众多开发商不得不面对的难题。在这种情况下，对于很多开发商来说，能生存下去便是最好的结果，而出钱拿地，则似乎成了发展的“禁地”。

曾有专家指出，自从2006年以来，一大部分中、小型房地产开发商因为资金紧张、进入门槛变高而在一步步萎缩，前段时间一些城市的降价风潮，就是他们逐步萎缩的一个明证。而很多中小公司，没有品牌，没有足够的资金实力，如何生存才是最为紧要的事情。

为了防止土地闲置，国家有关政策要求开发商在取得《建筑工程施工许可证》起30日之

内必须动工，且动工期限自出让合同签订之日起不超过1年；竣工时间为取得《建筑工程施工许可证》起2年半内。这无疑加大了开发商拿地、屯地的难度与风险。

正商缘何能逆市拿地？背后的原因或许并不复杂，实力与资本是最有力的支撑，正如一名业内人士所言，地产业将越来越成为品牌大佬的资本游戏。

“在今后的房地产行业发展中，如果没有一定的市场‘免疫’功能，具备一定的‘抗性’，不要说拿地了，生存都会很困难。”河南财经学院一名专家对正商的逆市拿地给予了很高评价，“这也说明了无论市场环境严峻与否，有实力的开发商都会成长得愈发强壮。”

正商制造 用品质缔造新人居

在金色港湾和蓝钻良好口碑与全面配套的支撑下，芦邢庄项目受到了许多消费者的期待

计大师、国际知名设计大师项秉仁先生，上海北斗星景观设计有限公司首席设计师、国内知名景观设计大师虞金龙先生，对地块进行了有效合理的规划和分析，从中原人居的至高理想出发，打造中原第一个城中村改造品质楼盘。

“这是管城区的第一个城中村改造项目，将分为六个地块来开发，并将有医院及学校的相关配套”，芦邢庄改造项目负责人介绍，该项目建成后预计容纳3000多个家庭，地块与地块之间相对独立而又不失为一个整体，同时将与金色港湾、蓝钻形成郑州市区内第一个千亩大社区。

“芦邢庄项目在继承金色港湾、蓝钻优秀的建筑品质、优美的景观设计之外，在整体规划

上更加注重居住的舒适性”，该负责人表示，在项目动工之前，正商曾联合设计公司多次到发达国家和地区进行考察，在对地块进行深入思考的基础上，形成了目前的规划设计方案。

一名业内人士表示，金色港湾、蓝钻、芦邢庄项目将形成郑州市区内第一个千亩大社区，而在正商地产的整体规划下，千亩小区将成为中原最适合居住的地方之一。

据悉，目前金色港湾1500个家庭已经成功入住，蓝钻销售率达到70%，已有500多个家庭入住。私营老总、技术人员和国企老总等社会精英成为项目消费群和潜在的目标消费群。在金色港湾和蓝钻良好口碑与全面配套的支撑下，芦邢庄项目受到许多消费者的期待。

正商品牌 内敛中的品质绽放

正商从不张扬，但占有的市场份额越来越大，目前累计开发面积达300万平方米以上，土地储备超过2000亩

有人说，正商就像一下子冒出来的房产企业。这句话有两种解释，一种解释是正商发展速度之快连业内人士都不禁发出惊叹；二是这个强大的本土企业低调得让人“摸不着北”。正商便是如此，在锋芒的内敛中绽放品质。

一系列数据记录着正商的辉煌。2002年起，跨入郑州市房地产行业综合实力前十名；2003~2004年，开发量、竣工量均在30万平方米以上；2005年，正商地产入选中国房地产名企50强；2006年，正商地产销售额突破8.69亿元，荣膺郑州楼市销售排行第二名；2007年，正商地产荣登郑州房地产销售面积第一名，销售额蝉联第二名；2008年，正商地产被权威机构评为“2008中国房地产百强企业”……

有一位建筑理论家说，住宅是一种“巨大”空间雕塑物，除了直观看外形，人们还可以进入其中，并在行进中感受它的效果。正商地产所倡导的“品质地产”，正是一种超越产品质量层面上，全面提升居住品质、生活品质及城市景观品质，以舍得、用心、创新为开发特征的新型地产开发模式。

从四月天的花卉组团主题社区、金色港湾的新加坡风情小镇、绿岛港湾的“生活的绿岛心灵的港湾”到花都港湾的25万平方米的现代园林风情、33万平方米的魅力之城德式园林豪宅蓝钻、100万平方米的双气豪宅世纪港湾，一次超越一次，一次比一次更接近完美。

正商从不张扬，但在郑州房地产市场中的份额越来越大，从1998年成立到现在，累计开

发建筑面积达300万平方米以上，合格率100%，土地储备超过2000亩。

正商发展速度之快，快得连正商人自己都有些诧异，但却是一种必然。正商集团品牌部负责人曾表示：“企业文化是推动正商地产快速发展很重要的一方面，来自于正商地产诚信、求实、高效、创新的企业精神，来自于正商人老老实实做人，踏踏实实做事的信条。”

如今，正商的目光看得更远。2008年，正商将正式启动“异地开发战略”：分别在一、二或三线城市中重点发展1~2个城市。预计在未来1~3年内，成为中原地产第一品牌；3~5年内，成为中部地区最有影响力的地产品牌；5~10年内，全面进军中国地产品牌第一阵营。

**材料质量保障系统(MQAS)**

14项专用材料

部分材料采用德国进口材料

□蓝钻工程和其他公司工程的区别

答：“蓝钻工程”是一个系统化的工程，它集工艺、材料、环境和管理为一体，讲求将家装做到性价比最高。而其他公司的工程只是单纯地从工艺、材料上提高品质和价格，并没有考虑到综合的性价比。家装不是越贵越好，只有合适的才是最好的。

□业之峰蓝钻工程2008年使用的14项革命性材料是什么，这些革命性的材料起到什么样的作用？

答：1.蓝钻工程2008年新增了3项革命性的材料，分别是：“蓝钻工程专用耐水石膏板”、“蓝钻工程专用配比砂浆”、“蓝钻工程专用电线”。

2.蓝钻工程2008年升级、更新了3项革命性材料分别是：“蓝钻工程专用轻钢龙骨”、“蓝钻工程专用热镀锌铁管”、“蓝钻工程专用WAGO连接器”。

3.保留原蓝钻工程材料：“蓝钻工程专用壁宝”、“蓝钻工程专用地宝”、“蓝钻工程专用橡塑板”、“蓝钻工程专用刚柔防水材料”、“蓝钻工程专用生态白胶”、“蓝钻工程专用澳松板”、“蓝钻工程专用欧松板”、“蓝钻工程专用水性漆系列”。

4.去除原蓝钻工程材料：“蓝钻工程专用纳米涂料”、“蓝钻工程专用空气装潢宝”。



咨询热线：65628468