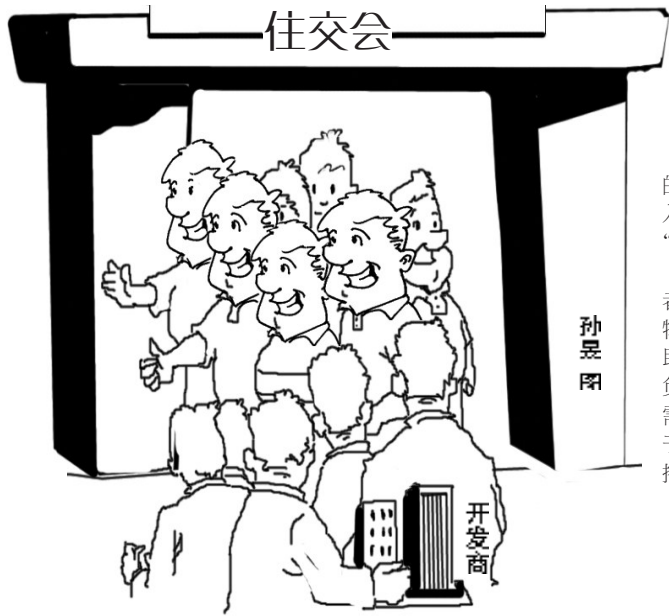


民生购房大旗掀起 数十名盘抢滩会场

第十二届郑州住交会月底开幕



孙景阳

生活本不缺乏精彩，缺乏的只是发现美的眼睛，楼市亦如此。

历经了11届展会的磨砺和经验积累，由本报主办的第十二届郑州住交会正在紧锣密鼓的筹备中，将于本月底在紫荆山广场和省人民会堂同时开幕，这场以“民生购房”为主题的展会得到了郑州数十家开发商的呼应，其麾下的名盘纷纷抢滩主会场，势必将夏季火热的气氛推至巅峰。

晚报记者 王亚平

名盘集会，第十二届郑州住交会未开先热

“今年楼市较往年明显转冷，这届住交会还会有开发商参与吗，我们又该不该购房呢？”自7月底第十二届郑州住交会启动招商工作至今，每天组委会人员都能接到类似于此的市民来电，面对市场，购房者举棋不定却又唯恐错过购房良机。

据了解，截至目前，鑫苑、利海、地产长城、天伦、汉飞、升龙、帝湖、中信中原、金基等数十家主流开发商已经抢滩了本届住交会主会场，他们将携其麾下的数个楼盘参展亮相，这些楼盘在建筑风格、社区规划方面均有明显特色，如花园洋房、都市综合体等。

“尽管今年楼市确有转冷，甚至会部分

房地产公司淘汰出局，但这是楼市健康发展的必经之路。对于购房者而言，无疑为利好，这将使得经得起考验的好公司与好房子浮出水面。”一位不愿意具名的参展商表示，“住交会是展示自身实力的舞台，越是市场不尽如人意，我们越需要给消费者一个清晰的亮相。”

于楼市，我们看到的是冷意，而其背后蕴藏的或许是一个诱人的契机，购房者在沉默中期待了打折优惠、特价房，此时，如果真的有刚性需求，是否还应继续举棋不定？

不妨本月底，到省人民会堂第十二届郑州住交会现场逛逛，一为了解市场的真实状态，二为自己挑选一个满意的未来。

民生购房，架构一次买卖双方的深度对接

始终以办“郑州人自己的购房节”为己任的郑州住交会，作为中原的品牌展会，在长期深入市场、把脉百姓购房心理的基础上，启动了以“民生购房”为主题的第十二届住交会。

“提出民生购房，是希望大家都能了解购房者的内心诉求，从户型、立面风格到社区景观、物业管理等方面给业主提供一个适宜生活并有助于实现快乐生活的环境。”本届住交会组委会负责人表示，“不管楼市是上行还是下行，它都需要一个合理的出口，因此展会的举办是为处于胶着状态的楼市创造一个契机，为买卖双方搭建一个平台，让消费者理性购房、快乐购房。”

在业内人士冯先生看来，一直持币观望的广大市民大可不必为是否购房而煎熬，“不可否认，特价房、大幅优惠，在郑州市场上并不少见，但若仔细观察，在地段、房产品质、开发商品牌影响力等方面均较好的项目，并未降价，消费者如果购买此类抗跌性产品，就不比太过拘泥于楼市现状。”

正是对购房者的需求有了深入了解，本届住交会在广泛招商的同时，贯彻以往的准入制，届时，在会场与市民近距离接触的均是郑州的品质楼盘，它们或大或小，或住宅或商业，在楼市领域都有着各自的撒手锏。

专业较量，看房车、设计大赛等活动同启

“尽管本届展会大幕尚未开启，但以目前开发商的参与情况，完全可以预期它现场的热烈气氛。”本届展会组委会负责人肯定地说，“这不仅是我们深入购房者，了解购房需求，并为大家筛选品质楼盘的深度对接，更是一次专业较量，是主流会晤，这主要体现在专业活动的同步或者相继举行方面。”

展会期间，本报将组织各具特色的看房线路，看房直通车定时出发，定点到达，将吸纳成千上万的有效购房者高效选房，并在展会期间直达参展楼盘的售楼处。

7月，各大项目已经踊跃参与的由本报主办的2008首届中原户型设计大赛的最终获奖作品也将在住交会期间揭开谜底。届时，主办方将邀请专家进行评判，给各户型进行一次合理公正的分析。在展会现场，购房咨询团的专业人士将会为市民提供详尽的参考与服务。

而下半年甚至接下去更长时间楼市会怎样运行，针对这个难解的话题，住交会活动期间，主办方将邀请业内专业人士进行高端会晤，以期给买卖双方一个清晰的未来；郑州城市建设的快步前进，也使各区域呈现明显的特点，住交会期间，业内人士也会就当前热点，大谈郑州发展。

与第十二届郑州住交会同步进行的活动远不止这些，或许正因此，市场会在秋日被激活，购买力也将得以释放。

对购房者而言，或许忙于工作，让你失去将郑州楼盘放在一个平台上比较的机会，或许因为专业知识的欠缺，让你无法真正辨别一个楼盘的优劣，无疑，住交会是一个契机，这不是楼市低迷的哗众取宠，也非为卖房者的呐喊助威，只是为买卖双方寻找一个恰当的出口，为百姓购房提供一个品鉴的良机。

中州大道低密度花园大盘热销传奇

——橡树玫瑰城热销价值解码

橡树玫瑰城开始成为一个市场话题，这个话题的核心围绕着“销售速度”、“高成交率”飞速传播。

淡市中的奇迹：开盘热销200余套

是什么让橡树玫瑰城受到如此追捧？没有大批量的户外投放，没有重磅型的报纸版面，甚至没有特别隆重的活动，从媒体投递数据统计看，橡树玫瑰城的宣传量并不大，但却受到强烈的市场关注。

从6月亮相，到8月2日开盘，短短两个月时间，橡树玫瑰城吸引数以千计的到访，8月2日开盘当天，一组团橡树庭院花庭多层全线飘红，一举实现200余套销售量，89%的销售率。

“良好的销售并不是最终目的，客户的持续满意和口碑才是我们所追求的。”橡树玫瑰城一位项目负责人这么说。从中我们也看到开发商安置地与众不同的企业理念，或许这是最好的答案。

家园童话构想，催生60万平米魅力大城

“千篇一律的房子谁都会造，但是我们更希望房子带有一点理想主义的色彩——它不仅仅是一处房子，还承载着一定的城市功能和文化情感，给人心灵的平和，比如北美的一座小镇。这里有城市的繁华，各个年龄的人都能照顾到，也有许多寄托情感的花园……”橡树玫瑰城项目负责人这样勾画大城的未来。

根据资料显示，橡树玫瑰城商品房总占地约300亩，规划建筑面积近60万平

米，未来规划户数6600余户，居住人口超过10万人，这是一座名副其实的超级大城。

在橡树玫瑰城的营建过程中，规划师和设计者不约而同地想到一起：赋予这个住区橡树的品质和玫瑰的浪漫，造一座童话般的都市家园，让生活其中的人们享受物质丰盛的同时，享有精神的自豪。

这是一次出位的项目立意，设计者考虑的是在建造房子之外，如何更好地满足人的本真的需求，与多数开发商拼命计算容积率做法背道而驰。

大盘价值回归，低密度袒露生活本意

“低容积率、低密度是橡树玫瑰城的一个重要原则，我们要留出开阔的绿地和水系空间，生活户外化是舒适度衡量的一项指标。”规划师这样说。

在工地现场，建筑间超宽的楼间距离和预留的中央景观带让人十分震惊。

“没有距离就难以实现景观，开阔间距带来的充沛阳光和通透感，对孩子和老人的健康非常有利”规划师介绍道。

橡树玫瑰城景观规划为北美风情特色的走入式园林，以5种不同的北美风情为主题，30余个景观组团和中央水景，形成婉转穿梭于社区的中轴风景带。

为实现“家在园中、人在景中”的生活体验，橡树玫瑰城借鉴北美庄园意向，规划师将局部建筑组团偏转东南15度，以获得最佳的采光、景观效果，弯曲的园路与立体景观，使建筑整个融入到大面积的园林之

中，规划的中央景观与楼间景观，形成完备的景观覆盖，增加人与景观的接触面和参与感。

橡树玫瑰城精细造园，在高乔木、中乔木、高灌木、低灌木，以及近地花卉和草地的掩映下，呈现出高低错落的五重景观，而在不同色彩的树木和花卉的映衬下，人们可以不同的角度感受到四季变幻的完美景致。也正是由于出现了这个几近超越区域项目的产品，该项目已经被业内冠以“国际花园住区”的美誉，同时也使其甫一亮相，即斩获“2008博鳌亚洲论坛国际园林金橄榄奖”的美誉。

生活至上的构想，实景更动人

橡树玫瑰城从个人体验角度出发的营销策略也是层出不穷，同样为业内所称道。

举例来说，在建造项目之前，橡树玫瑰城即开建中州大道景观示范区。这本属于市政工程部分，但为了给业主一个更美丽的生活体验，橡树玫瑰城协调道路改造，主动建造近20000平米精品景观工程，这就是永久性市政工程，现在已经成形的洛克广场。

在5月中旬洛克广场开放时，新栽培的树木和花草景观还不成气候，橡树玫瑰城就在水系上做文章，设计许愿池，在池水边摆设遮阳伞、座椅，在广场播放音乐，为小孩子提供游戏设备，使整个体验区呈现强烈的参与性，活泼的灵动景象，增强了到场客户体验的乐趣。

体验来自不同的方面，而橡树玫瑰城

每一次为客户带来不同的新鲜感觉。从近20000平米的洛克广场示范区开放，到武汉大学小太阳幼儿园签约；从实景动人的建筑体验季，到北美风情样板间观摩，橡树玫瑰城一次又一次震撼着市场，一次又一次拉近了与客户的情感距离，口碑逐渐传扬。

快速成形的中州大道样板生活区

对橡树玫瑰城开售的火红成绩，操作团队并未满足，“如何持续提升客户价值”，是这个团队正在紧张实施的下一个目标。

“二批房源是楼王位置的小高层和高层，工程现在已经可以参观，进一步提升已经实施，首先在产品上我们有绝对的竞争力，89平米的小三房带阳光房，120平米的享受型三房做到空前尺度，工法样板间和样板层都会振奋人心。”橡树玫瑰城项目负责人说。

我们看到，在工程现场北侧市政道路紫东路已经修建到中州大道，“我们主动请求建造这一段紫东路，做出示范性工程是我们的目的。”

从洛克广场市政景观，到紫东路主动承建，橡树玫瑰城背后隐喻的是另一层含义：图谋中州大道样板住区。但无论如何，开发商参与到城市建设，在生活和工程上的投入，无疑会为未来业主带来福祉。

我们期待国际住区的呈现，更期待橡树玫瑰城早日实现。