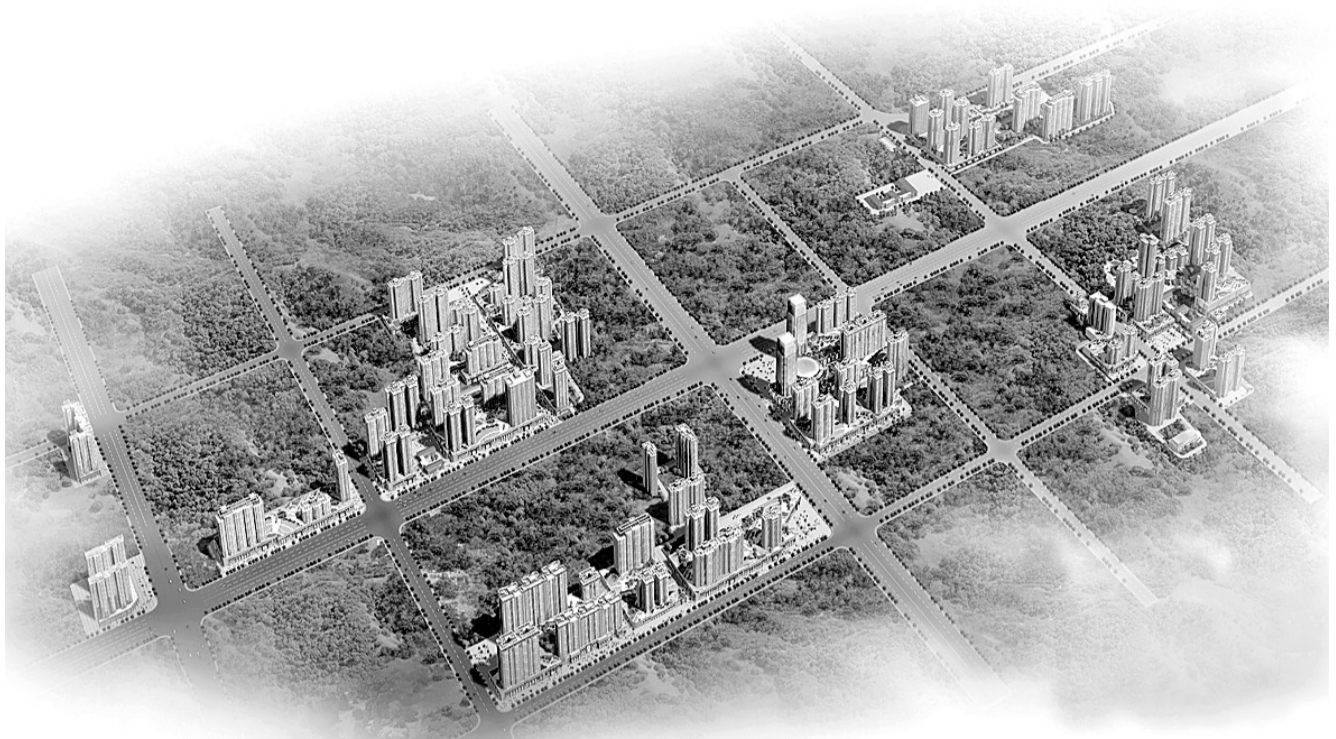


速度、热度、广度

揭秘中原新城热销之谜



“我新家的雏形已经出来了。只有半年的时间，房子建得真快。”中原新城业主陈女士高兴地说，除了她自己，她还介绍自己的亲朋好友也在这里安了新家。对于8月29日就要开始VIP招募的二期项目，陈女士表示，她会考虑再购置一套给自己的父母。

在中原新城，如陈女士一样的业主不在少数。中原新城自2008年12月开盘以来，备受购房者推崇，2009年连续数月蝉联郑州楼市月度销售冠军，形成了郑州楼市所独有的“新城现象”。那么究竟是什么原因，让中原新城在今年连续数月独领郑州楼市风骚，无论是年初清冷的市场，还是当下回暖的热潮。让我们一起揭开中原新城热销的秘密。

梁冰

速度：每月四五层的工程进度，彰显开发商实力

企业的实力给了购房者巨大信心，让他们置业更觉安心。

自从买了中原新城的房子后，家住中原路与工人路附近的陈女士，每逢周末总会到中原新城项目现场看一下，这样才觉得安心。陈女士说，她买的是中原新城1期王府一号组团3号楼的房子。前几天她去工地看了看，发现已经封顶了。“短短7个月，就建了将近28层，平均一个月4~5层的工程进度，由此可以看出开发商的雄厚实力。”陈女士说，她对中原新城很放心。

关于该项目的实力，陈女士表示，她早就对其开发商——升龙集团有所了解。在3年前老燕庄改造的时候，她就对升龙留下了深刻的印象。在燕庄土地上升腾起来的城市综合体曼哈顿广场，不仅成为郑州的城市新坐标，而且创造了当时的“郑州速度”，在业界有口皆碑。

升龙集团作为一家全国性地产公司，成功进入福建、陕西、云南、安徽、河南等房地产市场。在郑州成功开发曼哈顿广场、升龙国际中心、中原新城、凤凰城4个项目，开发体量逾千万平方米。

中原新城作为郑州市目前规模最大的房地产项目，承担着郑州西部大岗刘、小岗刘、西耿河、黄家门、于寨5个自然村的改造重任，肩负着繁荣西区的历史使命，受到了郑州市、区各级政府的高度重视。据了解，该项目拥有180万平方米的建筑面积，可解决2万余户家庭、6万余人的居住问题。因此，称之为一个“城”，名副其实，实至名归。

企业的实力给了购房者巨大信心，让他们置业更觉安心。在中原新城，记者了解到这样一个有趣的故事。

业主张先生很看好中原新城的房子，但是一直犹豫不决买还是不买。最后终于下定决心签订了购房合同，办理了按揭贷款。其实，他并非经济紧张，家中很殷实，一次付清房款根本不是问题。但是他觉得是期房，心里不踏实，就选择了分期付款，图个心理上的安全。

现在，看到自己买的房子已经封顶，他立刻去银行付完了所有的房款。这样算下来，张先生其实损失了不少钱，手续、利息等费用算在一起，差不多多付了两三万元钱。提及此，张先生不好意思地笑了。不过，他说他不在乎损失的这笔钱，他真正被中原新城的魅力折服了。不仅如此，他还介绍他的好友在中原新城也购置了一套房。

在人们的印象中，建筑工地上通常都是杂乱无章的，而位于陇海路与桐柏路交会处附近西边100米的中原新城一期工地现场却整洁有序。工地外，摆放着一盆盆美丽的鲜花；工地内，一类材料堆放整齐。工作人员、进出车辆显得繁忙而有序，创造着一个月建造近5层楼的佳绩。

热度：连续数月蝉联销售冠军，创造楼市新现象

该项目在前期定位、规划，以及后期质量、售价等方面，都很好地契合了市场。

中原新城开盘于2008年12月底，当时正处于楼市寒冬之际，然而，在这一片冷市之中，中原新城一直牛气逼人，将热度持续到了现在。2009年，连续5个月蝉联郑州房地产市场月度销售冠军，创造了所独有的“中原新城现象”。

这一切从郑州市房管局上半年销售排行榜得到了印证。数据显示，无论在中原区还是整个郑州市，中原新城上半年的销售套数、面积、金额都名列第一。据一位资深业内人士分析，中原区2009年上半年消化量大约在50万平方米，而中原新城占了近一半。也就是说，如果说有10个人在中原区买房，那么有5个人选择了中原新城，由此可见中原新城的大盘魅力。

此外，升龙集团还斥巨资在项目内部打造一所小学，此举将使中原区优质的名校教育资源辐射到中原新城社区，让附近更多的学生能接受优质教育，为国家培养更多的栋梁之才。

升龙集团这种重视教育、重视下一代发展的社会责任感，为升龙赢得了美名，也为整个市场所津津乐道。

2008年10月26日，中原新城首创的特德式国际生活实景体验区盛大开放，终结了中原房产纯“样板房”时代，开启了令全城惊艳的“实景样板社区”新篇章。市民李小姐就是在看完了实景样板间之后，立刻出手购买了中原新城的房子，用她的话说，“我对中原新城一见钟情，它的实景样板间实在太美了。”李小姐徜徉在对未来美好生活的向往里。

“以往，开发商多把样板房建在售楼部，同样装饰完美，但是它毕竟不是真正的项目中的实景房。因此，相比建在楼盘中的实景样板间，说服力就小了很多。”在中原新城营销总监万方看来，实景样板间对购房者来说，更具可信度与感染力，它会告诉消费者，“未来自己的家就是这个样子，就是这样的户型、这样的生活”。

2008年12月20日，中原新城一期住宅盛大开盘，开盘当日即热销3亿元，缔造了当时楼市的地产神话，被数十家媒体争相报道，更被行业传为一段佳话。

进入2009年，中原新城销售形势持续升温，一再上演热销现象。尤其是在最近的6、7两个月，该项目鲜有宣传报道见诸媒体，却依然热度不减，领跑着郑州楼市。对此，万方表示，中原新城之所以在年初的逆市和当前的暖市下，仍旧保持着较好的销售业绩，在于该项目在前期定位、规划，以及后期质量、售价等方面，都很好地契合了市场。

万方说道，不管是该项目的整体设计，还是单体户型的设计，以及各户型在整个项目中所占的比例，都很科学、完善，完全符合市场需求。在价格方面，楼盘定价适中，其较高的性价比消费者有目共睹。“郑州西区缺乏这种标志性城市综合体，中原新城无疑将填补这一空白，为西区人民开创一个人居新纪元。”

广度：将购房者需求全部吸纳，鲜见短板的地方

交通、环境、配套、户型，各方优势很均衡，将购房者的需求全都包含了进去。

但凡一个项目，这里、那里总会有一丝遗憾，不是位置不尽如人意，就是周边商业、教育等配套设施欠缺，要么就是园林景观或者户型不合购房者心意，等等，诸如此类，总让人心中留有一些遗憾。对于购房者来说，这些都已习以为常，不觉奇怪，只要不是无法接受，大多都是只要看中了项目的某一点优势，就会大方出手，签下订单。

但是在中原新城，很难找到该项目短板的地方，各方优势很均衡，将购房者的需求全都包含了进去。性价比高，包容度广。

交通：地铁、快速公交汇集于此，出行更加方便。

地铁1号、5号线，快速公交系统BRT，数十条公交线路交织于中原新城周边。作为交通枢纽型城市综合体，中原新城守护城市动脉黄金分割点，全面掌控着交通体系。

环境：伴水而息、临园而居，不再是中原人居的梦想。

11.3公里长的金水河及其滨河公园近在咫尺，造就“上善人居，大美城邦”。郑州市唯一儿童主题公园，成为业主及家人茶余饭后休闲娱乐的最佳去处。

教育资源：名校汇聚，为业主提供全程教

育版图。

从幼儿园到大学、从公立到私立、从普通到重点，各类教育机构累计逾百所。更为稀缺的是，该项目周边分布了郑州市一中、外国语中学、伊河路小学、外国语小学等多所国家教育基地，省级、市级重点教育机构。加上河南工业大学、郑州大学老校区、解放军测绘学院等大专院校，构筑最优等的全程教育版图与孩子的成长堡垒。

户型：33~170平方米艺术空间，一房到四房的双气生活。

采用国际先进的产品设计理念，首创架空层园林，赠送超大内庭院、入户花园，赠送面积高达70%的阳台以及卧室飘窗赠送设计。户型从满足单身33平方米到满足四代同堂的170平方米四房两厅两卫。在立面设计上采用简约的设计风格，大气风格历久弥新。

配套：28万平方米超级商业航母，让业主购物更加便捷。

依托180万㎡国际生活共同体，打造28万㎡超级商业航母，将集现代、国际、繁华、优越为一体，领衔打造大中原全能商圈。目前，已与世界五百强沃尔玛、肯德基达成战略进

驻协议，国内商业巨鳄国美、永乐、万达电影院线、汉江烤肉、中体倍力等商家也表现了强烈的进驻意向……

“中原新城所倡导的特德式生活是一种现代、国际、繁华、魅力的多元生活方式、生活态度，是我们对城市国际、多元、和谐生活价值的一次创新，也是对构建国际、和谐、融合的品质大住区的探索。”万方坦言。

由于中原新城一直以每天数十套的速度热销，很多户型已经销售一空，因此，中原新城决定将二期工作提前，在一期工程全面封顶的同时，于8月29日正式开始二期VIP招募。

据悉，二期项目无论是教育资源还是景观资源，都比一期更为优越。教育资源方面，二期临近伊河路小学和外国语中学这两个河南省教育资源丰富的学校，为孩子提供最为优越的教育体系；景观资源方面，更有郑州唯一的儿童公园为邻，40000平方米的公园，为客户带来了清新浪漫的生活。这对于很多在中原新城“一屋难求”的等待置业的人们来说无疑是一个非常利好的消息。

中原新城二期能否继续一期的传奇，让我们拭目以待。