

# 郑州楼市再度劲销一万套

楼市资讯

## 原河南机电学校地块将拍卖

日前,记者从郑州土地储备中心获悉,近期将对位于农科路和文博路交会处附近的原河南机电学校地块进行拍卖。

据悉,原河南机电学校规划用地位于花园路以西、农业路北侧,总用地面积48888平方米。本地块处于金水区农业路中段,西临文博东路,东至花园路,北临农科路,为真正的坐北朝南地块。同时,其位于花园路商圈辐射范围内,地块周边的生活配套非常成熟、完善。以地块为圆心,3公里半径范围内汇集了完备的商业、餐饮、医疗、金融、休闲娱乐等优质生活配套元素。从该地块本身来说,原为机电学校厂房和宿舍用地,地势平坦,整体较为规则,有利于建筑规划布局。不过,值得注意的是地块仅有沿农科路一个出入口,对地块的出入性有一定影响。 晚报记者 梁冰

## 200套廉租房有望年底推出

近日,郑州市政府出台《郑州市实物配租廉租房管理办法(试行)》(下称《办法》),将从12月1日起试行。郑州市低收入人群租住政府建的廉租房将有章可循。据悉,郑州市年底前有望推出首批200套实物配租廉租房。 郑州市房管局

## 果岭高尔夫精英赛完美收杆

11月7日上午11:30,第二届“果岭山水业主杯”高尔夫邀请赛于河南思念高尔夫球场拉开帷幕。此项比赛是目前在中原地区唯一能为业主专属定制的尊贵赛事,比赛历时7个小时,颁奖晚宴于18:20拉开帷幕,随着一个个奖项的颁布,第二届“果岭山水业主杯”高尔夫精英邀请赛圆满结束。

果岭山水3期岛屿生活于10月31日成功开盘,已然成为中原高端度假休闲社区的标杆项目。岛屿生活不但将人文建筑以及每一处景观做到极致,而且还具有代表国际风尚的高尔夫运动作为尊贵的配套设施,带给业主的是一种专属的尊贵感。 付晓

## 大观国际正式亮相郑州



11月6日,大观国际居住区揭开了神秘面纱,正式亮相郑州。本着塑造国际化居住品质路线的高标准要求,大观国际居住区的公开给郑州楼市带来了新的标准与居住理念,得到了郑州众多市民的高度评价与认可。面世以来,大观国际居住区以其绝版的核心地段优势、高品质综合配套以及超前的创新户型设计,成为绿城焦点、备受瞩目的对象,吸引着中原置业者的普遍关注。 张辉

## 一线城市住宅供地持续偏紧

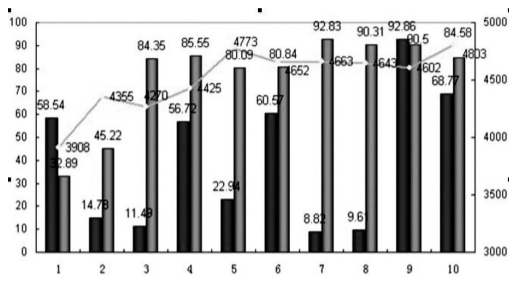
据悉,目前多数城市年度供地计划难以完成。但由于地价飙升,高价地频繁涌现,使得不少地方的土地出让金水平创下历史新高,一举超越了2007“地王年”。

中原地产研究中心数据显示,前三季度重点城市土地出让金收入已经超越2007年全年水平。显然,在土地财政“盆满钵满”后,地方政府加大供地的实质性力度将减弱。

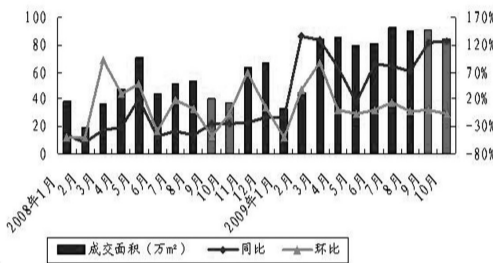
从前10月的统计数据看,部分城市住宅用地成交已超越去年同期水平,但北京等多数城市供地持续吃紧,并已连续数年未完成年度计划。 中国证券报

近日,记者从郑州市房管局获悉,郑州市区10月份商品房销售再破1万套大关,达到10331套(间),自今年6月份以来,郑州楼市连续5个月商品房成交套数超过一万套。

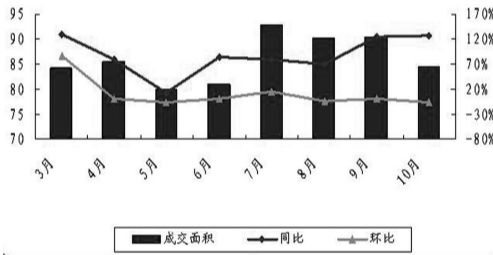
晚报记者 袁瑞清



郑州市商品住宅销售情况(面积)



郑州市2009年3-10月商品住宅销售情况



## 房价新高 10月份涨了201元

作为“金九银十”传统销售旺季的关键月份,今年10月表现依然不俗,虽在黄金周期间,市场表现平平,但呈现出低开高走之势,郑州商品住宅销售均价再创新高,达到每平方米4803元,较9月份上涨了4.37%,每平方米涨了201元。

今年以来,郑州商品房成交均价一路走高,在2009年6月份达到高峰,从1月到6月的半年时间内,郑州商品房成交均价从4264元/平方米上涨到5126元/平方米,增幅达到852元/平方米。尽管6月份后,商品房成交均价出现微调,开始向下行走,但10月份,商品房均价再次上扬,突破5000元/平方米,较上月上涨了2.45%。

郑州同致行运营总监曹庆伟认为,商品房成交均价经过几个月的微调之后,基本维持在5000元/平方米左右,“在楼市供应局面不变的情况下,短时间内很难出现大幅度的调整。”

他认为,10月份商品房成交价格之所以

再次上扬,主要是由于商品住宅成交均价大幅上涨带动的。郑州同致行提供的数据显示,今年1-10月,郑州商品住宅成交均价涨幅每平方米达到895元,5月份出现了一次微调,从5月份的4773元下调到9月份的4602元,但10月份又突然向上运行,10月份住宅均价相比9月份涨201元/平方米,达到历史最高水平。

去年的9、10月份被戏称为“铜九铁十”,但今年却已是大不相同,郑州美丽桃园房地产咨询有限公司总经理曾华认为,10月份的郑州楼市延续了9月份的良好态势,今年的“金九银十”成色还是相当不错的。

与去年的9、10月相比,曾华认为,除了在销售价格和成交量上的变化,最重要的是消费者的心理有了新变化,“去年大家都处在观望状态,甚至很多人坚信房价会下调,但经过一年来的市场洗礼,消费者的心理变得更加理性和健康,这也将成为楼市健康发展的基石。”

## 销售火爆 连续8月高位运行

10月份商品住宅成交量突破万套,使得郑州楼市连续5个月商品房成交套数超过1万套。而自今年3月份以来,郑州商品房销售量就一直在高位运行,连续8个月维持在9000套以上。

似乎冬季的到来,并没有影响到郑州楼市的火爆行情,而是延续了前三季度的良好态势,前10个月,郑州楼市商品房销售面积达到904.1万平方米。

“楼市持续的火爆行情造成了楼市供不应求局面的产生。”根据河南合富辉煌房地产顾问有限公司对市场的监控显示,10月份,郑州楼市商品房预售面积为78.29万平方米,与成交面积相比,相差约18万平方米。前10个月,郑州楼市商品房预售面积共计471.11万平方米,仅1月份和9月份预售面积超过成交面积,甚至有4个月份预售面积低于20万平方米。

曹庆伟介绍,商品住宅供求格局与商品房市场基本一致,呈现出供不应求局面,10月份商品住宅成交面积超过预售面积,前10个月商品住宅预售仅405.1万平方米,而商品住宅成交面积达到767.2万平方米,供求比为1:1.9。

“主要是由于去年以来市场供应量的减少”,曾华表示,在今年上半年的成交客户当中,自住客户是成交的主流,但随着楼市的转暖,投资客也逐渐增多,尽管为数不多,但仍传达出对楼市看好的积极信号。

曹庆伟也认为,今年10月和11月,郑州楼市出现了很多新开的楼盘,特别是一些大盘的入市,会在一定程度上缓解供求紧张的局面,“这些新盘的销售数据可能会在11月和12月得到体现,因此,这两个月的成交量可能还会得到进一步的放大。”

# U5生活 成长型家庭的最爱

### ——瑞隆城二期U5产品鉴赏会隆重召开

“我相信今天在座的各位会喜欢U5,住上U5,爱上U5,一辈子一座城,一生一世在瑞隆城,这是2000位业主的厚重托福,也是瑞隆置业的荣光职责。” 瑞隆置业董事长王超英



2009年11月7日,金桥宾馆5楼多功能会议厅,500多位客户齐聚一堂,备受市场关注的瑞隆城二期——U5公开推介,房地产资深专家、瑞隆置业等各界人士与业主齐聚一堂,从各个角度讲述了U5的产品魅力,让每一个到场的人都兴奋不已,在一片欢声笑语中,U5生活渐渐成为人们议论的焦点,这个冬天,注定为市场注入一丝新鲜的暖意。

## 瑞隆城二期 U5产品鉴赏会举行

激情的开场舞之后,瑞隆置业董事长王超英致欢迎词。他表达了瑞隆置业对二期产品开发的一种生活理念,力争献给业主一种和谐的生活,把最好的产品、最好的服务、最好的生活奉献给喜欢U5的人们。

王超英充满信心地说:“相信今天在座的各位会喜欢U5,住上U5,爱上U5,一辈子一座城,一生一世在瑞隆城,这是2000位业主的厚重

托福,也是瑞隆置业的光荣职责。”他道出了一个负责的开发者的低调办事和充分的信心。

随后,著名房地产策划师、瑞隆城营销顾问雷广辉,为现场的客户们讲述了《我和U5的故事》,主要内容为城市中奋斗打拼的成长型家庭所面临的置业尴尬,同时详细阐释了瑞隆城二期U5产品的特点,他的讲解也把现场气氛带入高潮。

郑州正岩建设有限公司的师宗理、河南省城市规划院工程管理有限公司代俊禹,分别发表了讲话,他们对规划设计和工程质量的介绍,给在场客户们吃了一颗定心丸。

最后,紧张激烈的抽奖、精彩神奇的魔术表演以及美轮美奂的歌舞,给客户们带来视觉及听觉的强烈冲击。

## 零空间浪费 超高得房率

针对客户们最关心的问题,雷广辉从风水

地势到U5的产品特性等一一做了细致的回答。瑞隆城二期U5,将地气、风水、布局、建筑等综合考虑,从而达到人、建筑、自然和谐共生、人宅相扶、宅兴人和的境界。二期U5的产品,也是专门为“成长型家庭”考虑的绝佳最爱,47平方米的一室两厅,有独立的厨卫和独立的卧室、客厅,合理的分割使小户型的使用功能得到了很大提升。

69平方米的户型方正、阳台、飘窗一个都不少,更难的是拥有较高的得房率,没有死角,没有多余,一切都刚刚好;75平方米的两房也是最年轻人的喜爱。还有80平方米三房、89平方米三房,专门的老人房、儿童房,深受有孩子、老人的家庭的热烈追捧。雷广辉总结说,U5产品设计好,总价低,而使用功能相对很高,买这样的房子,负担就相对轻了很多。

鉴赏会还针对瑞隆城二期即将公开选房的部分房源公布了价格区间,使到场客户提前了解到房源价格,做到明白置业,放心置业。在意犹未尽中,瑞隆城二期U5产品说明会全部结束。时间虽然短暂,但是这种根植于客户需求的开发模式,让客户从心底感受到的关怀却会永恒留驻。

瑞隆置业在乱花渐欲迷人眼的房地产市场,坚持做民生地产,坚守“让更多的人,花更少的钱,住更好的房子”的产品设计理念,深入大时代下的主流客户需求,为成长家庭思考更多,把几种优秀户型的利用率、舒适度再优化,“零空间浪费、超高得房率”、“两房预算,住三房U5”等产品优势和特色,成为市场上难得的产品经典。

王亚平