一周楼市

清华·大溪地新推房源逆市热销八成

9月3日，郑西新城核心标杆大盘，CCR城市文化度假区清华·大溪地尊仰五区新推房源公开选房。选房当日火爆程度超乎预料，再次出现客户抢购现象，当天认购成功率近八成，一扫郑州楼市上半年低迷的阴霾。清华·大溪地此次推出了一栋89~107平方米的瞰景小高层和一栋120~127平方米的多层电梯洋房。 由于房源有限，开盘当天有不少客户没有选到合适的房源，应广大客户要求，清华·大溪地近期将加推五区三号楼回馈广大业主。 付晓

咖啡巨头星巴克进驻郑州中原万达广场

作为中原大型城市的郑州，经济实力、消费水平并不低，却一直未能吸引星巴克这种国际品牌大鳄进入，不能不说是郑州的遗憾。星巴克郑州中原万达广场店的开业，将弥补这一遗憾。据悉，这家备受瞩目的星巴克店约216平方米，位于郑州中原万达广场1号门入口第一间，现在已经进入最后的装修阶段，将于10月28日正式开业。目前正在装修的还有万千百货、万达国际影城、大玩家超乐场，以及大歌星KTV、沃尔玛、优衣库、H&M等国内、国际知名品牌专卖店，将与星巴克同期开业。 刘涛

大河龙城四期上周五举行媒体见面会

9月2日，大河龙城四期——颐河原筑媒体见面会举行。该项目由河南新东方地产发展有限公司开发，位于迎宾路和香山路交会处，紧邻三所，处于郑州市中央别墅核心区之内。之所以在郑州中央别墅区内开发多层电梯花园洋房和小高层住宅：67~90平方米两房、90平方米左右的三房，就是为了让郑州的白领精英能够入住中央别墅区，挑战富二代特权，享受绿色、生态、高贵的居住环境。另外，颐河原筑还推出了中央豪景大平层物业，面积约260平方米，一层一户，具备奢华大面积观景阳台，电梯直接入户，给业主超越别墅的居住享受。 赵蕾

中原名仕珠宝红酒品鉴会走进清华·忆江南

9月3日下午，“2011中原名仕珠宝红酒品鉴会走进清华·忆江南”活动在淡雅宁静的清华·忆江南项目上演。与会嘉宾不仅倾心于珠光宝气的华丽饰品，更被清华·忆江南依山傍水、朝阳坡地的珍稀地势资源捕获芳心。错落有致的层层退台、无遮拦的阔绰观景视野，最大限度实现了人们回归自然的梦想和精神追求，彰显了优雅品位与尊贵风范。当天，“袁丽萍论道江南——养生先养心”健康讲座也在清华·忆江南开演。国际注册营养师、中国高级心理学讲师袁丽萍女士与现场200余名来自清华·忆江南业主、骑行天下的骑友在山水江南宜人臻景中，阐述独具特色的养生方法，品味游闲健康生活真谛。 付晓

东方·鼎盛时代“悦庭”上周六开盘

9月3日，位于农业东路与商鼎路的东方·鼎盛时代23#楼“悦庭”开盘。此次主推的23#楼“悦庭”共有42套房源，户型涵盖：83平方米两房、94平方米三房，143~188平方米空中复式精品房源。“悦庭”作为首推新品，低密11层，拥有120米超阔楼距，开敞双叠阳台，稀缺价值不言而喻。此次开盘解筹率达86%，销售额实现4000万元。该项目紧邻省府、CBD、高铁商圈，占据农业东路、商鼎路双干道，是保证该项目升值保值的一大利好因素。同时，七里河滨河生态公园近在咫尺，更是引领了城市生活向高端品质生活升级。 赵金玉

花园路商圈向北延伸 东风路高端商业初现端倪

核心城区再现财富“黄金十字架”

正弘·蓝堡湾二期“贵人街”价值向心力“1+1>2”

今天的郑州，商业格局呈现出日益鲜明的发展特征，由“一心多点”向“多心多点”的格局转变，区域消费正在成为主流。因此，从当下来说，郑州或许不缺少新的商圈，缺的是具有高端消费能力、拥有商业综合体、位于交通枢纽点、拥有完善配套的高端消费区。

目前，在东风路与花园路交会处，具有高端消费特征的商圈正在汇聚并逐渐形成，不仅填补了郑州高端商圈的空白，也构架出一个新的引财聚富的“黄金十字架”。 晚报记者 梁冰

正弘·蓝堡湾二期“贵人街”日景

从奢侈品到贵人街 正弘品牌价值提升

作为二线城市的郑州，裕达国贸可以说是较早的高端消费场所，最初由于模式跟进迟缓，面临着激烈的竞争格局，之后裕达国贸引入多个奢侈品牌，以面对高端客户的方式进行模式更新。

同样，作为中原最早的奢侈品引入者正弘置业，深谙奢侈品运营规律，从第一家高端百货_正弘国际名店的创立，到郑州首家精装豪宅_锦绣国际正弘国际公寓，再到郑州地王_正弘·蓝堡湾，始终以高端客户开发为运营步骤砥砺前行。14年来不仅积累了数万高端业主，其垄断性的高端客户资源成就了不凡的品牌价值，同时依托蓝堡湾项目及周边富人集中居住区资源，将以不同以往的商业物业模式注入蓝堡湾商业物业的经营发展。

经过高度资源整合之后，正弘·蓝堡湾二期贵人街的优势价值体系更为清晰：本体消费资源的固化量稳定增加，外围区域消费资源通过地铁、百货辐射面不断攀升，使正弘·蓝堡湾贵人街拥有“1+1>2”的价值向心力。

业内人士认为，位居城市中心的高端品牌项目不仅能塑造新的商圈，更能提升整个区域的商业物业消费水平，其力量不容忽视，而潜在的投资机遇或许将带起新的一批财富阶层。

蓝堡湾高端商业 符合四大“掘金法则”

最近，资深投资客陈先生急于再购买一套商铺。看来看去，这位投资者最终把目光锁定在了东风路与花园路交会处的正弘·蓝堡湾二期“贵人街”。他之所以选择“贵人街”，是因为“高端商业林立，已经形成了高端消费的氛围；周边都是高档社区，消费力强；交通便利，便于聚集更多消费人群”。

在今天的郑州，一个具有高端消费能力、拥有商业综合体、位于交通枢纽点、拥有完善配套的商业项目完全符合四大“掘金法则”，其区域中心的消费格局已经初具雏形。以东风路与花园路交汇处为原点，向西至“中原硅谷”，向东至“传媒大道”，向南至农业路商圈，向北还可延伸至汽配、汽车销售带，典型的城市商业中心即将形成熠熠生辉、引财聚富的“黄金十字架”。而正弘·蓝堡湾正位于这个“黄金十字架”上最为璀璨、最为核心的位置。

这个区域，之所以被认为是高尚富人消费区域，最重要的原因之一是这里聚集了大量具有号召力的商业资源。除周边几大高档社区拥有的配套商业外，片区内还有中原硅谷，银水湾高档餐饮，农科路酒吧一条街，以及由丹尼斯百货、360广场、大商新玛特形成的农业路百货商圈，尤其是结合二期“贵人街”，15万平方米高端国际一线百货，即将在正弘·蓝堡湾三期出现，这个位于花园路东风路“黄金十字”的点睛之笔，将再次将该片区提升为城市富人消费高地。

东风路花园路高端社区聚集 商业经营急待掘金

目前，在东风路花园路附近，集中了正弘·蓝堡湾、恒大名都、英地·天骄华庭、鑫苑·世家等数家具有标杆意义的高端楼盘，这些项目体量巨大，未来将聚集一大批具备高消费能力群体。

据相关数据统计，仅上述4个高端楼盘，共规划接纳约12500常居住户，其中以正弘·蓝堡湾项目规模最大，约6000余住户，按户均3口人计算，4个楼盘常住户可达到37500余人，加之较早的文博花园、农科院家属院等已有住户，该区域的常住人群将突破50000余人。

正因如此，在东风路花园路这个交通便利、配套成熟的区域，庞大高端群体、丰厚商业前景正在支撑一个新的高端商圈快速崛起，也诱发大量资本前往掘金。

在这其中，正弘·蓝堡湾不但社区规模最大，其商业体量也是最大，二期4.7万平方米的商业街铺、三期则规划近15万平方米高端一线百货。现今推出的“贵人街”，因优越地段以及对作为百货业态的延伸，使其率先成为城市同类产品中最具投资价值的商业体。它坐拥正弘·蓝堡湾后期优质的商业经营资源与如潮般的人流，共享周边花园路农业路、东风路文化路两个成熟商圈，规划中的地铁2号线和8号线在此坐标上双线交会，更加拉升该区域商业消费能力，从而促成蓝堡湾贵人街的真正核心地位。

平面惠展之曲梁服装城

全国纺织服装一级批发市场正在崛起

诸多品牌看好郑州“裤都”潜力，抢先入驻占商机

郑州是河南省的省会城市，也是全国交通的枢纽和物流中心。在郑州打造全国纺织服装一级批发市场具有得天独厚的区域优势。 晚报记者 王亚平

打造全国纺织服装一级批发市场

郑州二七区与新密市曲梁镇及新郑相连区域的服装生产企业有5000多家，裤业以曲梁为中心，在全国服装市场销量占有三分之一，全国服装行业美称为“郑州裤都”。

现在众多有远见的商家和市民看好郑州裤都的发展潜力，都先入为主抢占商机，参与投资。因其投资综合成本低，房地产价值随着时间的推移和发展快速提升。郑州锦荣置业有限公司与新密市已签约入驻郑州裤都区域建锦荣服装城，中国纺织服装企业集团已进入郑州裤都区域投资50亿元打造全国服装交易中心。

郑州裤都的发展为宜居服装城的建设铺垫了良好基础，郑州裤都即将成为郑州新城_宜居服装城的行政、文化、旅游、商贸中心，郑州裤都是河南省政府重点建设项目，也是郑州市政府跨越式发展的重点园区。

“联盟”产业集群助力裤都发展

去年，中国纺织服装企业集团、各省、市服装协会、各品牌服装企业联合成立“中国纺织服装企业集团市场联盟”，推选郑州裤都置业有限公司董事长肖稼祥为中国纺织服装企业集团市场联盟首届理事会主席，5261家服装生产企业已加入中国纺织服装企业集团市场联盟理事单位，“联盟”加速了郑州裤都打造全国纺织服装一级批发市场的坚定步伐。

郑州裤都置业有限公司同时发挥中国纺织服装企业集团市场联盟资源优势，在郑州裤都新区成立全国首家纺织服装一级批发市场，旨在聚集全国纺织服装生产企业直销产品，省去买卖双方中间环节，为纺织服装企业提供交易平台，以便各省市二、三级纺织服装市场商户及代理商一站式选购优质价廉服装，全力打造一站式购销平台，带动生产企业入驻园区加工服装就地批发。

据了解，全国纺织服装一级批发市场将于年底开业，由郑州裤都统一经营。为保证一级市场没有代理商，也没有个体经营户的中间环节，只有郑州裤都独家代理中国纺织服装企业集团市场联盟的2000多家生产企业面向全国直销产品。