

“好不好,看户型;买不买,看环境”,住房消费市场日趋成熟,人们对小区景观的关注程度越来越高,而集中观赏、休闲与实用性为一体的小区景观,已愈来愈受到人们的青睐。 郑州晚报记者 王磊

依势借景诗意栖居 闲适生活健康自然



清华忆江南、新田城等生态大盘,暂别尘嚣,远离喧闹,纵情山水间、守拙归田园。

如今,越来越多的消费者希望,景观不仅要点、线、面相结合,讲求层次,同时,也要四季有景,色彩丰富。而开发商在景观的整体规划和布局上也更下工夫,很多郑州园林景观楼盘充分考虑了人性化的要求,包括功能上、生态要求上以及植物品种的选用对气候条件改善等方面。值得关注的是,近年来,“未造房先建景”、“从造景到借景”正逐渐成为郑州品牌实力房企青睐的推广方式,而“高尔夫”景观主题正成为豪宅新的代言。

以平原新区的恒大·金碧天下为例,该案独拥黄河北万亩湿地,1800亩凤湖美景,并在此基础上投入巨资先期造景营造优越的生活氛围。依山而建的居易五云山,更是以“山地生态公园”主题打造17000亩超级大盘。金沙湖高尔夫观邸、思念果岭国际社区则是郑州为数不多的“高尔夫”主题社区。

时下,随着全民休闲以及度假时代的到来,“纵情山水间,守拙归田园”将逐步成为市民生活的常态,郊区生态景观大盘正成为中产阶层追求“第二居所”的终极梦想。除此以外,郑州市区楼盘景观营造上则呈现出“融合与保留”的趋势,例如,昌建·誉峰在保留数十株60年树龄原生法桐的基础上,打造“两轴五园”溪谷坡地景观。这种对自然、人文、历史的尊重与传承,体现了设计者的责任与气度。市场也开始证明,一个园林景观突出的楼盘,正日益成为投资价值提升的“硬道理”。

保留原生法桐 绿荫大道显内涵

“绿城”是郑州人心中挥之不去的情结。可随着城市的天际线越来越高,街头遮风蔽日的大树却越来越少了。

当“绿城”早已名不副实,一些责任房企正在用实际行动挽留老树的“庇护”。几年前,鑫苑·国际城市花园保留地块上原生300米的林荫大道,全部是近50年树

原生态山水 依势借景诗意栖居

工业化、城市化在给人们带来经济繁荣与文明进步的同时,也引发了环境污染、生态失衡等灾难性后果,严重困扰着市民的生存与发展。曾几何时,以回归自然为主题,以环保、生态、人居为内涵的绿色浪潮正迅速兴起并席卷郑州。其中,山水景观住宅在经历了概念性炒作、依势借景、造景的阶段后,具备原生态山水的楼盘正以

高尔夫社区 闲适生活健康自然

对购房者而言,在社区拥有大片绿地、洁净的空气和自然的环境对于久居城市的人来说,意味着一份难得的闲适和生活的提升。而与绿色、健康比较贴近、令人身心放松、回归自然的高尔夫运动,正成为人们乐于拥有的生活方式。如今,郑州市场上出现的几家高尔夫主题社区,正成为对生活品质要求较高一族的终极之选,高尔夫更代表着一种健康自然的生活理念。

当然,对于投资而言,高尔夫景观住宅的供应量有限,在人们物质文化生活水平提高、生活习惯改变的前提下,高尔夫景观住宅的需求市场在逐年扩大,球场附近的住宅升值空间将不可估量。

无差别居住体验 先造景再卖房

当大多数开发商还只停留在沙盘上,向购房者描述楼盘未来园林景观的美好蓝图时,郑州市场上一些楼盘已开始率先“先造景再卖房”,向购房者描绘着无差别居住体现了。

事实证明,除了国内一线房企在郑州惯用此策略外,本土如康桥、居易、新田也

龄的浓荫法桐。华林都市家园同样保留长达数百米的原生梧桐林荫道,以超高绿化率彰显健康社区内涵。如今,这种保留还在传承,昌建·誉峰在保留数十株60年树龄原生法桐的基础上,打造“两轴五园”,其所营造的出繁华、入公园的舒居生活才得以实现。

其独特的魅力,正成为万众瞩目的“香饽饽”。如清华忆江南、新田城等生态大盘,暂别尘嚣,远离喧闹,纵情山水间、守拙归田园……这种绿色社区所带来的绿色消费、绿色经济、绿色人居正成为人类生产生活的潮流,原生态山水住宅更是成为人类追求的理想居住环境。



业内观点

如今,景观营造已经跳出了“新、美、特、奇、怪”的圈子,走入了更广阔的天地,这说明了开发商越来越成熟,因为他们正在真正地去研判市场。而越来越多的消费者也在逐步成熟,他们对社区景观的要求更加严苛,不再满足于景观概念,而是更多地注重居住体验,市场逐渐证明,一个园林景观突出的楼盘,正日益成为投资价值提升的“硬道理”。
——河南盛润置业副总经理吴建军

与传统相比,现代居住区园林景观出现了一些新的趋势:强调园林景观的共享性——使每套住房都获得良好的景观环境效果是对开发商开发实力的考验。比如在规划时应尽可能地利用现有的自然环境创造人工景观,让所有的住户能均匀享受这些优美环境。“好不好,看户型;买不买,看环境”,园林景观环境好坏已成为左右人们是否购房的一个重要的决定性因素。
——河南财经政法大学教授刘社

将“先造景再卖房”做到极致。这种营销策略引起了业界的广泛关注,业内人士指出,“先造景再卖房不是所有企业都能模仿的,这不但要求开发商有充裕的资金,还需要开发商有想实在做好园林景观的开发理念,简单说就是不但要有钱,还要舍得花钱。”