



在楼市大幅回暖的背景下,郑州房企加大推盘力度,“红五月”再现江湖。近期,高新区楼盘持续热销,曾一度跑赢全郑州,成为众人关注焦点,而新芒果春天则是这一区域内的佼佼者。赵娟

价格洼地吸引购房者 高新区楼盘持续热销

随着330新政、降准、降息等一系列楼市利好政策叠加,全国楼市强势回暖。“可以说,从今年3月份之后房地产市场开始复苏,进入成交活跃期,目前郑州市回暖态势明显。这一结果说明在政策利好的东风下,购房者已经在政策窗口期陆续入市。”河南财经政法大学房地产经济研究所所长李晓峰解释说。

“高新区,与郑州主城区动辄过万的‘高房价’相比,这里的房价显得格外诱人。成交量的持续走高,在意料之中。”针对高新区楼盘的持续热销,河南财经政法大学城市发展研究中心主任刘社表示说,随着万科、恒大、正弘、新芒果等众多知名房企的相继进驻,搅热了高新区区域土地市场。

随着高新区开发及框架的进一步拉大,高新区商业氛围仅仅是刚刚开始,其发展潜力及成长空间不容小觑。据了解,高新区新增公共绿化面积517万平方米,绿化覆盖率达到38%,科学大道西延生态廊道、绿谷公园、须水河生态水系工程成为新看点;新建中小学、幼儿园项目25个,枫杨外国语学校新校区、郑州八中、省实验小学、信大幼儿园、省实验幼儿园高新区分园等知名中小学幼儿园已先后入驻。优良的人文教育资源、便利的居住条件、成熟的配套设施等,为高新区新增了更多的附加值。基于此,购房者对区域的认可度已明显提升,加之远低于其他区域的房价,置业从众者源源不断。

楼市持续热销的样本解读 新芒果春天 优良的人文教育资源、全能配套设施、精工打造高品质

政策红利频现 高新区价值优势凸显

在政策红利下的高新区,发展机遇正在迅速蔓延。这一幕正如几年前刮起发展大风的郑东新区。十年间东区从荒芜到繁华的翻天覆地,房价从每平方米2000元到每平方米2万元翻倍增长。

彼时的郑东新区,此时的高新区。“由区变城”,无疑是高新区发展的最大政策利好。从2013年提出,2014的落实,再到2015年初,一场全面展示郑州高新区文化产业发展成果的展会,让高新区“千亿科技城”转型的梦想傲然而世。高新区不再是传统意义上的零散的独立产业园,而是中部地区正在崛起的“硅谷”。从政策引导到产业嫁接,高新区利用科技产业,增加自身吸客的魅力。

知名房企对商业都有着敏锐的

嗅觉,能够迅速地判断区域及地块价值的高低。从万科、恒大、正弘、新芒果等外来及本土较优质房企抢先布局,即可看出高新区的发展前景。同时,紧随开发商脚步的购房者亦看到了高新区的发展潜力。

“置业高新区,主要是看中它的升值潜力。因为价格能接受,以后上涨的空间还是很可观的。郑州房价短时间内是没有跌的可能,所以早买就是赚。”居住在西区的张先生,对自己的市场判断颇有信心,并打算近期在高新区新芒果春天入手一套房。

然而对高新区的“价格洼地”是否会一直存在?业内人士认为,高新区目前为郑州市“价格洼地,价值洼地”区域。随着高新区高价地王的频出,高新区的房价也将水涨船高。

解密样本 新芒果·春天掀起置业潮

曾经默默无闻的高新区,升级成了如今的“价值洼地”高新城,这不仅折射出郑州城市框架的迅速拉大,也宣告郑州楼市的主战场正式外扩。

新芒果春天,从面市以来,一直备受市场热烈的关注。2015年初,在郑州市普遍去化较慢的情况下,新芒果春天凭借前期品质产品的深厚积淀,首批近800套房源成功签约,在郑州楼市掀起一阵热潮。而新芒果春天究竟是凭借什么特质持续热销,激起郑州置业者购房热情?

成熟的配套,新芒果春天周边教育、医疗、购物等配套较为齐全,只有与百姓的日常生活息息相关才是得到消费者的青睐;

合理的户型设计,新芒果春天主推的是刚性需求,87紧凑三房、118㎡舒适三房等多种户型,而且又有n+1

户型,赠送额外面积,最高达12㎡,这些户型设计比较适合刚需消费者;

具有竞争力的价格,目前新芒果春天的价格,相对于市区整体房价来讲是性价比最高的,作为住宅、商铺、公寓为一体的成熟业态来讲,价格低于价值,升值空间巨大;

顾客的口碑,现在还没有太多人真正了解高新区,但只要来过高新区看盘,必然会去看新芒果春天,并且会被整体的良好服务氛围所感染;

建筑质量,十年新芒果,布局大中原,成就中原品质地产开发领军企业。作为新芒果集团在高新区的第一个项目,新芒果集团对此颇为重视,对工程质量的要求更是特别高,从新芒果春天整洁有序的施工现场就可以看得出来,房子的品质可以让购房者完全放心。

注重产品服务 健康诠释宜居魅力

“对于开发商而言,需要的不仅仅是为客户提供一个遮风挡雨的居所,更多是考虑业主以后在社区如何生活得更加有品质。”新芒果房地产集团常务副总经理陆相华介绍说,新芒果春天,提倡健康快乐的生活方式,在社区里特意设计了区域唯一的塑胶跑道,让居于其内的业主,在繁忙的工作生活之余,能够随时随地感受到运动带来的健康与快乐。

随着新芒果春天的整体特色、品牌优势被越来越多的人了解,其推崇的健康快乐的生活理念为越来越多

认可,其项目的持续热销,也自然为情理之中。

如果市场是验证项目价值的晴雨表,那么新芒果春天的热销就是产品核心价值与购房者的心理诉求的完美融合。

据了解,新芒果春天目前主推为刚需产品,但是依然注重做好产品及服务,就像其广告语一样“有春天,无所畏”,就是站在客户角度来考虑,让购房者买这个房子,感觉很值,很踏实,没有任何后顾之忧,这正是对一种尊重的体现,只有足够尊重市场的需求,才能得到市场的认可。

