

楼市故事

开封金池名郡·御园
让家在故乡

“与世界的开封人共迎中国年”系列报道之三

关于故乡，关于历代帝王脚下的这片土地，两千七百年的风云变幻中，她有着世人难以企及的峰度，也有着说不尽道不完的人文底蕴，让漂泊在外的游子，有了故乡天生的庇佑和积淀，使千年历史风云愁煞在胸，也濡染着七朝古都伟大复兴的巨大魅力。

而今，伴随着新开封的崛起，皇城宋韵的繁华归来亦愈来愈清晰。大相国寺的钟声，风云沧桑的铁塔、巍巍庄严的龙亭，或者一块汴绣手帕、一把水墨山水的纸扇、一卷古香古色的清明上河图，都让人梦魂萦绕，心潮与故乡澎湃着共鸣之声。

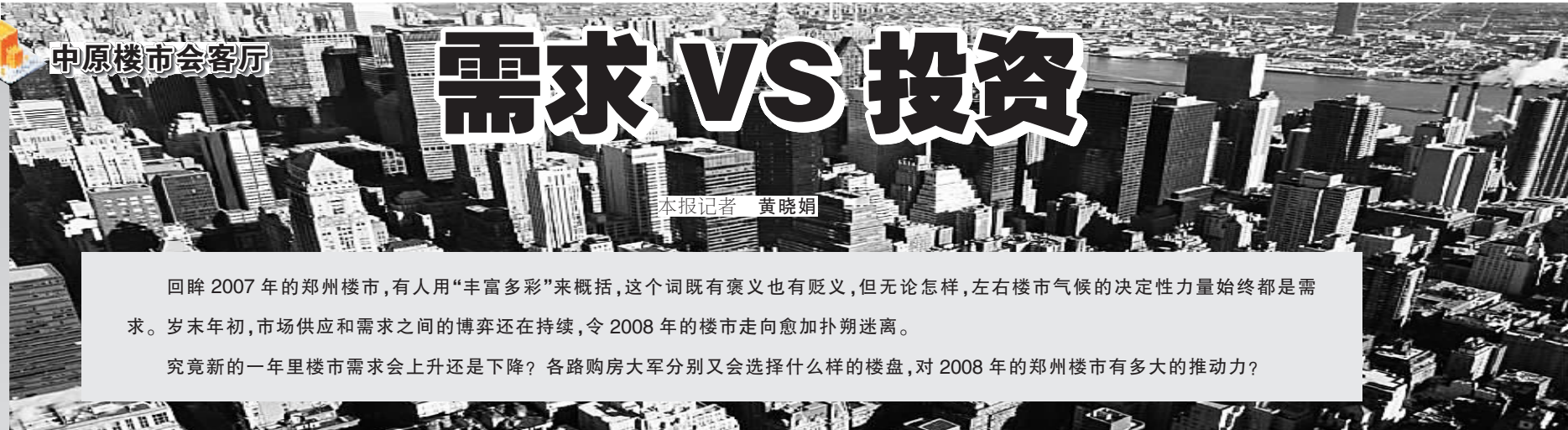
家在故乡，是温暖的，可以闻到故乡泥土的气息，可以听到故乡的风从耳边拂过的声响，可以让人想起儿时的理想和童年的回忆，那一切是那么的美好与亲切。

金明池畔，风华圣地，昔日的皇家园林厚址，穿越一千年，格局仍然壮阔如初，九门之尊的皇根气宇，是金明池最动人的胸襟。一阵风吹来，就能闻到北宋皇官朝香弥漫，恰如游子归乡一抬头的心澄气朗，重拾曾经难以平复的记忆，让回家的脚步，铿锵有力。

起于金明池原址之上的金池名郡别墅区，正是建在了历史和文脉的交点上，是历史资源、文化积淀与自然景致的高度融合之地。五代至今，金明池在中国传统文化脉络上代代相传，薪火不绝，文化积淀，无可复制。金池名郡，正是因为有历史资源作为内在的素养，不会飘浮；因为有自然景致作为怡情的滋养，不会躁动；因为既有文化的深厚积淀又有文化的供给，不会虚无。居于300亩金明池湖心之地，独立岛屿别墅·御园，东接金明池开阔湖面，西为园区内开阔的河面，天一生水，岸然崛起。它是东方的院落，是萦绕内心的居住情结；他有着稳重伟岸的气派，是幼时好奇的大户生活；他是兼容并蓄和谐共生，是大彻大悟后的自然真意。或可养生添岁，或可收藏自己的锋芒，或可沉淀攀登下一个顶点的壮阔雄心。

我们期盼，农历丁亥戊子之交，五湖四海的新开封人回归到这片不平凡的土地，齐聚金明池畔，在游遍世界万象，阅尽世间繁华后，对于故乡开封那一份厚植乡根的眷恋，让世界的开封人响应故乡对自己的召唤，为故乡祈福，共迎中国年。

黄晓娟



中原楼市会客厅

需求 VS 投资

本报记者 黄晓娟

回眸2007年的郑州楼市，有人用“丰富多彩”来概括，这个词既有褒义也有贬义，但无论怎样，左右楼市气候的决定性力量始终是需求。岁末年初，市场供应和需求之间的博弈还在持续，令2008年的楼市走向愈加扑朔迷离。

究竟新的一年楼市需求会上升还是下降？各路购房大军分别又会选择什么样的楼盘，对2008年的郑州楼市有多大的推动力？

婚庆俱乐部李欢

关键词：婚房需求

猜想：持续升温

近几年的结婚热一直有增无减，2008年奥运会在中国举办，不少新人特地将“好日子”定在了奥运年，结婚热将再掀新的高潮。

郑州婚庆俱乐部的负责人李欢在对去年和今年上半年郑州的结婚人数进行估算后，认为从今年8月到明年8月期间全市预计约有3万对新人结婚。

伴随着众多的“70后”、“80后”在奥运年步入婚姻的殿堂，今年的婚房需求势必持续升温，成为刚性需求的主力之一。这些购房者受到经济承受能力限制，以及累计加息的影响，通常会选择交通方便、配套齐全、总价相对较低的中小户型。

思达置业副总裁刘文良

关键词：改善型购房

猜想：稳中有升

思达置业副总裁刘文良认为，改善型购房是与结婚、拆迁、城市化等因素并列的楼市四大刚性需求之一。

另外有调查显示，中国接下来20年的时间将会产生1/10的富裕人口，就是1300万，其中的1/3人口将是富裕级的，加上中国人特殊的心理因素，他们的购买能力不容忽视。改善型需求的客户以中年人为主，他们已经有了一定的经济实力，希望通过以小换大、以次换优的方式，

来改善自己的居住环境、提升自己的生活品质。

因此环境优美的大户型最受他们青睐，加息或者提高首付的政策对他们一般影响不大。

市教育局负责人

关键词：“新郑州人”

猜想：受政策影响大

据郑州市教育局副局长王海云介绍，2007年河南省的高校毕业生预计有35万人，其中，毕业研究生近7000人，本科生近10万多人，专科生近20万人，我省普通中专毕业生为13万多人，总数比2007年增加近8万人。而2007年的结果显示，80%的高校毕业生最终在郑州就业，而且还有大量外省高校毕业生涌入郑州。

作为交通枢纽城市，郑州的区位和经济优势明显，吸引了来自全国各地的梦想者来到这里求学、工作、经商、创业……他们最初大多要租房生活，在工作了几年有了一定的积蓄之后，加上家人的支持以及银行贷款再买房，因此这些“新郑州人”的购买力是逐渐释放出来的，如果房价涨幅过大或者银行频繁加息，就会影响到他们的购房计划。

市统计局负责人

关键词：人口老龄化

猜想：需求不断扩大

据郑州市统计局局长李德耀介绍，2007年，郑州60

岁以上老人共78万，占郑州总人口的11%。与此同时，郑州60岁以上老人的人数，仍在以每年3.3%的速度增长。

未来一段时间，我市人口老龄化趋势将呈现加速趋势，2001年到2010年，平均每年增加老年人口20万人；到2010年，老年人口将达1000万人，老龄化水平将达到8.23%以上。

随着人口老龄化时期的来临，老年住宅市场的需求不断加大。在经济水平较为发达的郑州，许多父母与成年子女更愿意相对独立、分开居住，因此老年人购房也成了潮流。他们买房一般都非常重视楼盘周边和小区内的自然、人文环境，同时对楼盘附近的生活、医疗等配套设施也比较关注。

房地产研究专家

关键词：投资型购房

猜想：或将受到抑制

2007年股市和楼市双双飘红，但去年股市的“5·30”大跌以及后6000点时代的大幅下跌都令投资者对于股票市场的风险性有了更深层次的理解，而购房人群中的部分投资型买家对于未来楼市的持续上涨也产生了一定的不确定性。

因此，专家认为，2008年股市与楼市联动的因素将依旧存在，但是在政府货币政策进一步紧缩的宏观背景下，大量的短期持有者将会被逐渐清洗出市场，投资需求进一步受到抑制，大多数投资楼市的购房者将转向追求长期和平稳的投资回报。

综艺盛典 奏响2008

城开集团2008新春客户答谢晚会成功举行

本报记者 周文玲 刘文旭



2008年1月18日，城开集团2008新春客户答谢文艺晚会在河南博物院隆重上演，来自社会各界的朋友和城开集团新老业主共同观看了表演。悠扬的琴声、优美的舞蹈、趣味横生的相声让现场高潮迭起，引来一阵又一阵热烈的掌声。此次晚会不仅为观众献上了一场精彩的艺术大餐，也为城开集团“2008客户微笑年”拉开了序幕。

立足中原，回报社会

十年来，城开集团秉承“诚信城开，服务社会”的经营理念，以开拓创新、务实诚信的态度，走出了一条独特的发展之路。先后成功开发了桃源洋房、金碧华府、香榭丽舍、林荫大道、开元公寓、开元安居小区、开元怡景园、开元新城、开元丽城、开元银榕、威尼斯水城、康城·棕榈泉等多个房地产项目，总开发面积逾百万平方米。并以卓越的建筑质量、优美的居住环境、良好的销售业绩分别被省、市建设单位授予“房地产开发先进单位”、“房地产开发优秀企业”、郑州市首家“商品房面积计量信得过单位”、“郑州市1999年度商品房预（销）售信誉楼盘”、“郑房40指数样本楼盘”、“2000年郑州市十大明星楼盘”、“2001中国（河南）房地产成功经营模式典范”等荣誉称号、2005年开发的

威尼斯水城项目获得“2005CIHAF中国名盘”、2006年城开集团荣获“2006CIHAF中国名企”……

微笑2008，再铸辉煌

为回馈中原人民，2008伊始，城开集团再度发力，进一步提高工作和服务质量，并将2008年定为“客户微笑年”，意即用微笑面对每一位客户，用微笑服务每一位客户，让每一位客户都享受到无微不至的关怀和周到的服务。

2007年一系列宏观调控政策的出台，为房地产的规范与和谐发展起到了积极的引导和促进作用，但同时也对开发商提出了更高的要求，开发商将面临更大的压力。“客户微笑年”的提出，不仅显示了城开集团高瞻远瞩的意识和开拓创新的勇气，更体现了城开集团时时以客户为中心，以客户满意为导

向、以优质服务为宗旨的工作目标。城开集团销售部负责人说：“广大市民可登陆公司网站（http://www.chengkaituan.com）查询相关细则，相信这一举动，必将进一步促进中原开发商新一轮的变革和竞争，引领中原地产再上一个新的台阶。”

双城同庆，共贺新春

威尼斯水城是城开集团在西区倾力打造的经典项目，700亩的宏大规模，引领西区进入了大盘时代。据了解，一期、二期均已交房，1300多户家庭已幸福入住，目前正在销售的3期亚德里亚湾，在继承了一期和二期成熟生活的基础上，集合各种产品及景观设计优势，全面提升项目品质——现代简约建筑由南向北依次增高，大型人工水系贯穿社区东西，弯弯曲曲的细流延伸到社区各处，形成丰富的水系网络，让生活的每个角落都

充满蓝色的诗意。创新的产品户型更是引来众多的消费者，销售开始20天劲销100余套。为满足客户需求，目前又加推了15号楼经典两房和观水三房户型，水岸生活理想热潮又将再次上演。

城开集团2006年推出的南加州风情社区——康城·棕榈泉，日前也已全部交付使用，康城·棕榈泉曾凭借其高尚的建筑和景观设计，以及其倡导的高尚生活方式引发中原名流的追随热潮。2008年，1000余户家庭将在康城·棕榈泉开始他们真正的高品质生活之旅。

在中原地产高速发展的背景下，只有以消费者为中心，不断完善自身，才能走得更快、更远，相信城开集团的“客户微笑年”即将为我们揭开中原地产崭新的一页。

温商聚首百姓广场 共论商道

相关链接——

中原百姓生活广场十大优势

- 1.地理位置优势：位居郑州西南经济发展核心地带，毗邻连霍高速、郑少洛高速、郑石高速，紧依城区多条主干道，立体交通网络，货运四通八达，带动郑州城市群至全省并辐射周边五省。
- 2.基础设施优势：项目作为全新规划的新型批发市场，市场的相关配套设施十分完善，二十亩平湖水面、四十亩生活广场、六十亩景观绿化；七大分区、十六个行业类别、一百一十部电梯；容纳一万多家客商，大跨度钢结构，是一座具有现代化风格的新型建筑。
- 3.行业资源优势：区域资源的再利用空间大，与商会结成战略联盟，在投资运营与营销组合渐入佳境之时，以前瞻性的规划思路和战略格局，构建以流通领域为主，以民营经济推动，以带有总部色彩“分部经济”的温商总部大楼，同时积极促进中原小商品特色工业园建设，从中转地批发市场转变为中转与产地相融合的批发市场。河南财经学院博士生导师李雪峰教授说：“中原百姓生活广场无疑是目前中原地产投资市场最具潜力的蓝筹股和原始股。”
- 4.商会带动优势：中原百姓生活广场，在促进业态升级的同时，将增强与各商会、协会的紧密合作，增强与浙江小商品产业的关联效应，实施名牌市场带动战略，具备生产、展示、贸易、物流、信息

- 等功能，成为培育名、优、新、特产品的品牌荟萃之地，打造独具特色的小商品批发经济城。
- 5.规模经营优势：项目占地421亩，经营面积达30万平方米，总投资4.6亿元，是目前省会城市和二线城市中在市区内规模最大的小商品为主的综合批发市场。
- 6.政府支持优势：项目的发展定位与政府的区域发展战略相吻合，能成为政府重点支持对象，使区域的发展空间更为广阔。
- 7.区域共赢优势：项目的建设能进一步扩大和完善区域的规模和功能，使之成为区域行业增长的支持点。
- 8.领跑优势：十年以前，专业批发市场万客来食品城，以超前意识赢得先机；十年以后，综合批发市场中原百姓生活广场，以领跑优势赢得未来。
- 9.品牌优势：在构建和运营批发市场过程中，积累了大量客户资源，有品牌影响力和市场号召力。
- 10.定位优势：总体定位，市场体系、总部大楼、特色园区三态合一的批发联合体；市场定位，以小商品批发为主，以产业链带动，体现其独特性；经营定位，项目与战略合作伙伴、品牌合作伙伴、厂商合作伙伴，形成联盟机制，以专家协销机制，确保投资回报。



此次论坛发表了致辞，河南省人大领导对中原百姓生活广场进行了视察。

“百姓”联姻温州商会

中原百姓生活广场位于郑州市南三环以北，嵩山路以东，兴华南街以西、郑航北路以南，规划占地面积421亩，建筑面积30万平方米，总投资4.6亿元，是目前省会城市和二线城市中在市区内规模最大的小商品综合批发市场。论坛现场，该项目分别与郑州温州商会、北京温州企业商会、温州平阳商务礼品协会签订了“关于三位一体运作中原百姓生活广场项目的战略框架协议”、“关于包销中原百姓生活广场六万平方米商铺的意向协议书”、“关于共建商务礼品专业批发市场的协议书”。

该项目与商会经济缔结战略联盟，三链联动，打造中国新型经济城；完善市场链，以中原百姓生活广场为平台，联通温州周边的产地批发市场体系；构建产业链，以中原百姓生活广场为窗口，在郑州市及中

原城市群中建中国小商品特色工业园，从中转式批发市场向产地批发市场转变；促动价值链，在中原百姓生活广场建温州总部大楼，并以此为基础建立总部园区。该项目集批发市场、总部大楼、小商品特色工业园为一体，是一个新型业态联合体。

蓝筹股和原始股

中原百姓生活广场总体定位为市场体系、总部大楼、特色园区三态合一的批发联合体。

该项目作为全新规划的新型批发市场，市场的相关配套设施十分完善，20亩平湖水面、40亩生活广场、60亩景观绿化；七大分区、16个行业类别、111部电梯；大型中央空调、研发配置100辆电瓶车服务到三楼；容纳1万多家客商，大跨度钢结构，是一个具有现代化风格的新型建筑群。

该项目区域资源再利用空间巨大，在投资运营与营销组合渐入佳境时，以前瞻性的规划思路和战略格局，构建以流通领域为主，以民营经济推动，以带有总部色彩“分部经济”的温商总部大楼，同时积极促进中原小商品特色工业园建设，从中转地批发市场转变为中转与产地相融合的批发市场。河南财经学院博士生导师李雪峰教授说：“中原百姓生活广场无疑是目前中原地产投资市场最具潜力的蓝筹股和原始股。”

洪吉林 刘文旭 文/图

2008年1月18日下午，“百姓广场 智行中原”温州商会经济高峰论坛在中原百姓生活广场隆重召开。来自北京、上海、温州、义乌、郑州等地的温州商会会长、专家学者和各地商会组织的代表80余人齐聚一堂，以中原百姓生活广场项目为变革案例，围绕着商会经济、总部园区、热议中原百姓生活广场与商会经济战略联盟的推动作用。郑州市领导为