



本报讯 本着“暖心、感恩”，为了给新老客户带去更多魅力和自信，绿都会“美丽女人月”系列活动于3月14日拉开帷幕。

本次“美丽女人月”的活动内容包括：四季保养常识、人生各年龄段女性的皮肤护理秘籍、护肤产品的选择方法、日常护理习惯的纠正等。当日下午，近百名绿都会的准业主和前来观房的客户聚集在销售大厅，倾听美容顾问进行示范和讲解。

在随后的沙龙论坛中，大家互相交流和沟通，毫无保留地介绍自己的护肤法宝。

活动当天，郑州绿都会销售中心又迎来了新乡绿都会的VIP客户参观团，新乡客户在领略了郑州绿都会的大盘风范之后，又邂逅了绿都会美丽女人沙龙的无微不至，更是让各位远道而来的新乡客户赞叹不已，连连为绿都会的服务品质叫好。（聂鑫）



楼市活动

3月13日、14日，北京华联广场人头攒动、锣鼓震天。有“中原文化荟萃”之称的第二届中原精品生活博览会成功举行，两天累计吸引观众上万人，现场意向成交近千户，对于尚处于经济危机之中的郑州楼市而言，此次博览会让业界感受到了春意和“暖流”。



楼市漫谈

找开发商“商量”什么

本刊主笔 马晓娟

最近郑州楼市氛围好像天气一样，似乎有转暖的趋势。

但楼市回暖的标志是什么？可以概括为两个条件：一则成交量大幅回升；二则市场信心大幅恢复；而我们现在静下心来看看这两项指标，便可以知晓“回暖”一词的苍白和喊者的底气了。

当国内外整体经济的大环境不见转暖，当购房百姓的价格抗性不见转变，当开发商降价自救的生路未见转折，单单只靠自卖自夸者哼着几声回暖的小曲，就想扭转行业复苏的大戏，着实有点皇帝新装的自娱自乐的味道。结果，想恩弄百姓却恩弄了自己，想娱乐市场却被市井娱乐了。

“两会”上齐整在记者会上的一句“商量”，使开发商似乎感觉到一夜之间失去了组织，甚至业界内诸如王石、许家印、黄文仔等几个“带头大哥”，都只字不提救市和回暖，更使底气不足的开发商喊得格外逼真和卖力。

之所以喊得投入却听着漠然，是因为喊者深谙一个诡异的营销法则：喊声只费点体力而不需要血本，只专注忽悠而不必在乎责任，甚至不惜泼脏，于是“刚性需求论”甚嚣尘上，充斥弥漫。

需求有以下表现形式。第一种需求是投机和投资需求，已经因为无利可图和高风险而急剧萎缩，资金投到更赚钱的地方去了。第二种需求是升级需求，一套换一套，总量不变。第三种需求是大涨导致的恐慌性购买需求，因为目前在下跌，所以不见了。第四种需求是刚性需求，即生活必需不得不买而且买得起。过快的房价上涨是对未来的透支和透支。目前房价已经远远超过绝大部分普通消费者的实际购买力，支撑市场的有效刚性需求已小于供给。

因为高收入家庭有N套房，低收入家庭已买不起房。所以，如果当前当地的价格中收入家庭买不起，那么房子谁来买？购买力不是无限的，房价上涨到中等收入家庭月供还不起就是突破极限了，房价就会下跌了。开发商王石在“中央2套”经济频道接受采访时说：“房价涨到心惊肉跳，涨到年收入6万到20万的中产阶层都买不起，不调整就会像日本泡沫破裂那样受到惩罚”。

刚性需求将在房价上涨中被消灭干净。竭泽而渔，渔夫也完蛋了。

永远不要问王婆的瓜甜吗，永远不要和开发商“商量”房子的价格和买房的时机。与虎谋皮，这个成语大概的意思好像就是有些事情不能“商量”着来。

采访中无数次听开发商说：“土地和开发成本高，要是降价就亏本，亏本生意没人做。”照此说法，做生意就没有亏钱的人了，股市就没有割肉的人了，拍卖行和典当行就该关门了。

春回大地 楼市涌“暖流”

第二届中原精品生活博览会成功举行

本报记者 黄晓娟 刘文旭 文 李利强 图



13日上午10时，北京华联广场礼炮齐鸣。第二届中原精品生活博览会在激情火爆的开场舞中拉开帷幕。台上激情奔放，台下人如潮涌。看房、看车、看装修，顺便还能咨询一下孩子上学的事。“逛今天的展会很有收获，这种多业态的集中展示在郑州我还是头一回参加。”市民翟先生称赞。现场参展商更是忙得不亦乐乎，耐心的讲解、温馨的建议让前来参加博览会的市民笑逐颜开。

本次博览会除了传统的房地产、汽车、装修、教育、金融、消费等内容外。还创新性地举办了一系列活动，歌舞琴弦、金牛迎春、小记者文艺汇演、婚纱走秀、人体雕塑等。精彩纷呈的节目使本届展会已经不单是行业形象和销售的展示，更成为一场热闹非凡的文化盛会。

参展人数多 开发商促销忙

14日，郑州的气温高达20摄氏度，本来就热闹的北京华联广场更是人声鼎沸，前来看房的李大妈找到了记者，“姑娘，你给俺介绍介绍，人实在太多，我挤不进去。”在记者的介绍下，李大妈把所有参展的楼盘都看了一遍，最终选择了永威·鑫城56平方米的2房一厅。

“永威·鑫城的房子在西区离儿子近，里面的环境也好，设施也齐全而且还是现房，我们买得放心，更重要的是户型、价格都适中。”这个收获，让李大妈很高兴。

小户型、价格适中不仅是李大妈相中的，更是多数参观者心仪的。一对前来看房的开封夫妇介绍说，他们是看到本报的宣传后特地来参加这次展会的，“想买一套60平方米的2房1厅，为了孩子在郑州上学，所以

很想在这次展会上有所收获。”这对夫妇表示。

由于参展人数的不断增多激发了参展商的热情，销售人员纷纷向路人发放楼书并向过往观众介绍自己的楼盘，还有举着促销牌排着长达10米的队伍从现场穿过，阵势真可谓壮观。

金牛、活体雕塑“点睛”博览会

“金牛来了，金牛来了！”14日上午9时，一只憨态可掬的小金牛出现在展会现场，接着第二只、第三只、第四只也先后登场，他们的出现立刻引来众人瞩目，也使整个会场气氛沉浸在喜气洋洋中，孩子们欢呼雀跃，大人们同金牛握手，看完房后还不忘和金牛合影。

“今天真是收获颇丰，本来是带着孩子来演出的，结果又买了一套房。”市民李先生高兴地说。

最引人瞩目的莫过于活体雕塑，两个勇猛、威武的古罗马武士出现在会场门口，使原本平淡无奇的大门口陡然高大、气派、神秘起来，华丽的铠甲和强壮的肌肉，让参观者禁不住去抚摸一下。

而另两个时尚、前卫的西部牛仔成为众人合影留念的对象，他们表情木然，形态各异，不时还变换造型，他们的出现不仅点亮整个展会现场，还吸引了路人驻足。

利好政策促楼盘成交回升

2月份，一股暖流袭击郑州房产市场，楼盘成交量出现了回升。中鼎翡翠的有关负

责人分析，从本届展会创下新高的参观人数可以看出，在去年年底一系列房地产利好政策的作用下，刚性需求累积性释放，购房者买房欲望相当强烈，对楼市的关注程度有增无减。但同时意向成交金额与前两年相比仍较低，说明购房者出手仍比较犹豫，等等再看、理性购房的心态依然十分明显。

而有关专家认为，当前购房者出手依然不够快，这主要还是源于价格，消费者需要的还是真正看得见、摸得着的实惠。当前“小阳春”的出现多数还是因为刚性需求的爆发，消费者只有看到真正实惠才肯出手买房，楼市回暖才有希望。

“一年之计在于春”，2009年第一个大型博览会便取得了开门红，这无疑是个好兆头。相信随着购房者的不断入市，开发商的推盘促销以及更多方的共同努力，郑州楼市全面复苏的日子已不再遥远。



活动花絮

可爱的小看房者

由于本次精品博览会行业齐全，多数参观者感叹不虚此行，很多购房者也全家出动，在提前做好看房准备工作的前提下跟随置业顾问逐一了解参展企业的项目情况。

参观此次博览会的看房大军中不但有已退休的老年人，有青年白领一族、中年投资者，还有一位年龄非常小的看房者，别看她年龄小，但她已不需要妈妈的照顾和指导，在妈妈咨询置业顾问叔叔的同时，小姑娘俨然一副专业的模样，歪着小脑袋，认真地研究、分析户型是否理想。

大隐隐于市

“这是不是真人”、“走两步看看”、“简直太像了”……本次博览会上，主办方精心安排的人体雕塑令参观市民发出一阵阵赞叹声。

手拿弓箭的古罗马骑士、造型要酷的古铜色雕像……立在那里一动不动，吸引

了大量参观者。小孩子们还好奇地上前摸摸人体雕塑上的衣服，看看是不是真人，而在确定这是真人扮演的彩塑模特时，则感到很新鲜，纷纷抢着上前和人体彩塑留个影。然而，就在人们纷纷“骚扰”其他彩塑模特的时候，记者发现穿梭于人群中的一尊“彩塑”居然没被人发现，直到记者给他拍照时，旁边的人才露出一脸惊讶的表情。无奈令人感叹古人的至理名言：大隐隐于市！

优惠自助餐

如果把整个博览会比作一场色香味俱全的饕餮盛宴，那么不断穿插在会场中、高举手中广告牌的销售队伍就好比一份经济实惠的“优惠自助餐”。

异域风情穿着的置业顾问固然引人注目，犹如长龙般的服装促销队伍毫不逊色。业内一直吵嚷着要揭秘铺艺·新时代的销售秘诀，在此次博览会上，铺艺索性大方地把“销冠”秘诀公诸于世：一条蜿蜒的宣传“长龙”，高举手中的广告牌。低首付、

精装现房免费住……为何如此大方？实际在说：“学吧，反正我没几套房了。”

博览会来了“洋员外”

正当博览会进行得如火如荼之时，组委会突然发现会场正中出现了“洋员外”的身影。

组委会：“嗨，干嘛呀？好像没你们的戏份吧。”

“洋员外”：“中外友好，邻居之间应多亲近亲近，我们免费供水。”

女生在仰望

白色婚纱是婚礼文化中最重要的一部分，在西方，新娘会将结婚礼服细心保存起来，让圣洁的婚纱成为美丽的珍藏和爱的传承。

博览会当天中原摄影特别为中原百姓奉上了一场美丽、圣洁的婚纱秀。金色阳光轻柔地洒在洁白的婚纱礼服上，引来台下小姑娘们羡慕的目光。“别急，你们还早着呢……”

