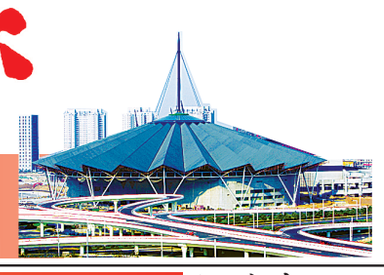
郑州日报
2009年12月10日 星期四
中原楼市
责编 马晓鹏
编辑 陈 茜 校对 孔媚媚
ZHENGZHOU DAILY REAL ESTATE



## 中原家居“奋斗2009”系列报道推出

本期，中原家居2009年度盘点大戏大幕开启。2009年即将过去，回首2009年，我们看到，中原家居企业作为中国经济的一个组成部分，纷纷推出了自己提振经济的举措，不仅注重自身的发展，也主动担当起了社会责任。

从本周起，《中原家居》将对国内著名建材品牌、一线家居企业进行深入采访，推出“奋斗2009”系列报道，以此向奋斗在中原家居行业第一线的劳动者致敬。

《中原家居》“奋斗2009”系列报道的推出，旨在对中原家居全行业进行一个梳理和小结，为能对全行业都有所照顾，所以我们需要听到您的声音，无论您是家居企业的老板，还是职业经理人，或者是策划者，只要你在2009年为本企业的发展做出过努力奋斗即可。我们相信您的奋斗已经推动了2009年中原家居行业的发展，行业的进步和发展离不开您的贡献。我们的报道也离不开您的声音。

无论是建材市场（商场）、家具商场（市场），还是家装公司、设计工作室，或建材品牌，我们都希望听到您的声音。

电话：13633810755
邮箱：5601839@163.com



# 遇冷经适房寻破局之道

本报记者 马晓鹏 文 宋 晔 图

### 11日摇号出结果 武汉6连号的事情不会发生

12月8日，在郑州市经济适用房管理中心，经济适用住房电脑摇号系统飞速地转动，随着市政协委员刘善松一声高喊“停”，经适房小区裕华美欣的摇号代表选出来了。

0059号刘淑丽和0008号李付生成为我市第六期经济适用房25名摇号代表中的两个。本周三他们接受培训并熟悉操作流程，以“备战”11日的现场摇号。

市政协委员刘善松和王中朝神情庄重，市经适房管理中心会议室中一片沉静。市房管局纪委负责人和市公证处人员以及媒体记者代表见证着这一幕。

“武汉6连号的事情绝对不会发生”，市公证机关负责人说，“欢迎计算机专家过来检测。”

据悉，当天参与摇号的计算机将进行封存。

### 遭遇冰火两重天 地段成为冷热分水岭

10个小区中最抢手的是凯田花园和紫东河一期，申购者和房源比例约为4：1和3：1。

尤其是凯田花园项目表现最为炙热和抢手，一共350套房子，申购人数达到了1437户。比较永恒尚东867套房只有179人垂青的“惨淡”境遇，可以说是一个天上，一个人间。

据市经适房管理中心经营科科长赵扬分析，凯田花园坐落在秦岭路和淮河路附近，是本次为数不多的环内项目，受到热捧成为必然。

而永恒尚东，地处南三环北、郑尉路南、中州大道北，该项目虽然打出了目前郑州楼盘最火的“东”部概念，但去过那个地方人都很清楚，此地汽配市场密集，周边生活、教育等都还是“短腿”。

而从“适用”角度看，经济适用房大多地处偏远，交通和生活成本昂贵，买下来住后似乎也不适用，许多入选家庭宁可“蜗居”市区，也不愿意搬到偏远的郊区。

此次经适房公开销售共推出6203套房源，创下郑州市经适房历次公开销售房源数量之最，但最终仅有5169人报名申购。即便这些报名者每人都能选中房子，还会剩下1034套房源。

申购者的眼光是雪亮的，追捧和冷遇的背后是各种因素的集中体现。

地段是先决条件，但并不是充要条件。经适房申购“遇冷”是假象，其背后折射出了我市经适房发展之路已经达到目标。

“从四次申购而不中，到现在的直接入围，表明我市的经适房发展已经成熟。”市政协委员刘善松如是表述。

### “遇冷”背后四大原因

在上周房管局召开的新闻通气会上，赵扬解释说，由于经适房新办法没出台，此次公开销售的对象，只能是2007年6月份之前取得购房资格证的市民。而这批人本来就不到两万户，去年摇号已经解决了一部分人的住房问题，今年年初还摇号销售5000余套，这样持有资格证的市民数量已比以前大大减少。

赵扬表示：“这是报名申购人数少的最主要原因。”

另外，货币补贴政策的效应已经显现。今年我市有800多户持购房资格证的市民弃购经适房转购商品房，享受了购房货币补贴，也减少了本次申购的人数。

第三，今年年初廉租房资格放宽，部分符合经适房购买资格的家庭被纳入了廉租房保障范围，而弃购经适房。

第四，此次销售的经适房绝大多数是小高层和高层，每平方米均价比多层贵700元左右，部分符合条件的申购者对此不感兴趣放弃申购，希望能再等等买多层房屋。

12月3日，从市国土资源局传出消息，7块经济适用房用地共583.21亩将推向市场。这些小区均要求2011年12月31日前竣工。

有市场观察人士表示，一边是经适房遇冷，一边是继续加大力度，值得思考和分析。

### 廉租房能否成为破题之道

郑州，绝非个案。

合肥市政府曾公开承认，大部分经适房既不经济也不适用。不适用的原因是因为距离市区太远，加上交通成本，市民宁愿在市区住小房子也不愿到远郊区住经适房。

今年4月14日，深圳保障房选房首日，380户被安排前来选房的家庭，但到场的仅仅60户，而真被选中的房子只有41套。一直以来僧多粥少的保障房竟然遇冷，引起市场一片惊呼。

实际上，这一情况不只发生在深圳，此前有媒体披露，广州、武汉、重庆、长沙等城市都遇到了类似的问题。

经济适用住房原本是指由政府组织房地产开发企业或者集资建房单位建造，以微利价格向城镇中低收入家庭出售的住房。现在经济适用房遇冷，是否意味着它变得既不“经济”，也不“适用”了呢？

河南省住宅产业商会副会长兼秘书长赵进京认为，要解决这一尴尬局面，恐怕需要地方政府真正从民情出发，在保障房定价、定位以及具体操作方面不断完善，才能叫好更叫座。

一边是交易火爆的商品房，一边是遭遇“寒流”的经适房，经济适用房“路在何方”？

记者在合肥市住房建设保障中心网站上看到，为了将银行放贷风险降到最低，今年4月份，合肥市政府向银行方出具了《回购承诺函》。根据这份承诺函，一旦购房户不能偿还银行贷款，政府会出资将经适房回购。回购的经适房将用作下一次申购；或转作廉租房，供给符合条件的人居住。

武汉实行经适房“租售并举”的政策，据说效果“很是明显”。

不同的地区有不同的实际情况，经适房只是住房保障形式的一种。

“对于郑州来说，可以加大廉租房的建设比例。廉租房的产权更明晰，而且对低收入群体来说更有利于其工作、生活。但是一定要有严格的准入和管理制度，这样才能保障低收入群体的利益。”市房管局局长王万鹏表示，“新的政策年底即将出台。”

# “鸿韵”之后 “鸿图”大展

## 美景鸿城二期登场

5月20日，“150万平方米新中原精神城邦”美景鸿城“郑州之璧”销售中心正式开放，项目甫一推出，受到业界的高度关注和市场的火爆追捧。
10月17日，美景鸿城一期“鸿韵”盛大选房，仅一天时间便创下选房当日1300套，销售金额逾5亿的销售奇迹。
12月4日，从刚刚结束的“2009第十一届中国住交会”上传来喜讯，美景鸿城荣获“2009CIHAF三名大奖”之“中国名盘”权威大奖。
12月5日，国际钢琴大师郎朗走进美景鸿城；12月6日，“郎朗2009迎新春钢琴音乐会”在河南省体育馆举行，郎朗抒美景，琴音绕鸿城。
与此同时——美景鸿城二期“鸿图”正式登场亮相，鸿城鸿愿，风行中原大地……

朗朗一行参观美景鸿城售楼部

### 郎朗抒美景 琴音绕鸿城

12月5日，在美景鸿城“郑州之璧”销售中心，郎朗与美景置业副总经理赵诣等主要领导及“郎迷”代表进行了热烈的交流。郎朗激情迸发，特别为美景置业题词——“美景鸿城，大展鸿图”。

在美景鸿城大沙盘前，郎朗就自己感兴趣的问题进行了详细了解，对美景鸿城建筑的艺术性及新中原精神与建筑的完美结合叹为观止。作为“郎朗2009迎新春钢琴音乐会”活动协办方，美景置业主要领导代表向郎朗赠送了具有浓郁中原艺术气息的汴绣礼品《清明上河图》。

美景置业作为协办单位强强联手“郎朗2009迎新春钢琴音乐会”，是美景鸿城二期“鸿图”亮相的重磅事件。郎朗亲临美景鸿城现场，更将美景置业及其美景鸿城项目的品牌影响力提升到了新的高度。

此前，就各种针对“郎朗2009迎新春钢琴音乐会”与美景鸿城项目推广相结合的联动宣传已经展开。并在“郑州之璧”连续六周举办了“郎朗2009迎新春钢琴音乐会百名琴童选拔赛”系列活动。

12月6日晚，“郎朗2009迎新春钢琴音乐会”在河南省体育馆举行。本次音乐会，是美景置业继《雪狼湖》活动、“蔡琴不了情”活动之后，再次以“高层次、高品质、高享受”为目标举行的社会营销活动，郎朗音乐所表现出来的高尚文化与美景鸿城“新中原精神”融为一体，相得益彰，继而得到升华，是美景鸿城立足打造高尚品质生活的完美体现。

### 鸿城执万象 鸿图展无量

美景鸿城一期火爆“热销”，供不应求，可谓“鸿韵”当头。按照房地产业内惯常的做法，美景鸿城二期产品可以照葫芦画瓢，或稍加改动就迅速推出，依然会广受欢迎，并为美景置业创造巨大的经济效益。但是，美景人却给出了否定的答案。

美景鸿城项目从规划之初，便充满了原汁原味的原创味道。不仅整个项目的规划与设计，体现出对“原创艺术”的一种把脉，而且分期项目也摈弃了对自身产品简单、机械的“复制”，全面显现其所独有的原创气息。

美景鸿城二期“鸿图”在建筑立面、户型设计等方面均进行了全面创新，与一期“鸿韵”一脉相承，却又迥然不同。“为了给业主打造更好的产品，带给居住者更加完美的居住体验，我们在二期产品中加入了新的创意。它是一期产品的全面升级，而非简单复制。”美景置业营销总监付晶告诉记者。

二期建筑立面撷取明末清初大家风范，融合现代建筑品位，造型简练，以线为主；户型设计则多有继承发展，秉持“居住以人为本”的筑城理念，甄选一期经典户型，精攻二、三、四房住宅空间，不论户型大小，皆有不等的空间馈赠；在窗窗观景、户户通透的品质畅想中，以“赠”、“景”、“变”、“创”、“精”的户型规划手法，创意中原人居。

如果说建筑立面、户型设计为美景鸿城二期项目赋予了更为新鲜的人居内涵，那么其临水而居则无疑是该期项目最天然的地利优势。自古以来，倚山而筑、临水而居就是人们最诗意的居住理想。二期“鸿图”无疑将满足人们的这一愿望。它紧邻七里河东岸，业主可饱览七里河滨河公园浩瀚绿景，可以尽赏中央公园写意山水与逸趣园林。 刘文旭

**记者手记**

“150万平方米新中原精神城邦”美景鸿城，其所独创的“新中原精神”，开创了中原地产新的历史时空。按照计划，占地800余亩的项目将分多期来开发。通常情况下，在一个项目中，位置最好的区域，开发商往往会放在最后部分开发，为的是有更丰厚的市场回报。作为企业，追求利润的最大化无可厚非。

然而，美景置业却几乎反其道而行之，将紧邻七里河河畔、处于整个项目西侧的绝好区域作为二期产品来开发。此举为何？

提及此，美景置业营销总监付晶坦然表示：利润当然是每个企业所追求的，但除此之外，品牌企业的社会责任更必不可少；美景置业打造高性价比的精品产品，愿意让利给广大的消费者，来回馈大家的厚爱。

美景置业，耕研中原人居六年，以“美丽地产，美好生活”为核心价值观，屡创奇迹，屡获殊荣。以责任打造中原地产，其实是美景置业一直以来的写照。

**楼市现场**

## 正弘·蓝堡湾开盘售得5.8亿元

本报讯 12月5日，位于花园路东风路交会处的正弘·蓝堡湾开盘。当日，现场共接待VIP客户2000余名，以突破5.8亿元的销售额完美验证了正弘品牌强大的市场号召力与地标项目的口碑价值。

据介绍，正弘·蓝堡湾项目作为正弘置业2009年的领军产品，主推户型为110~360平方米的平层大宅。现景观已基本竣工、项目工程进入花岗岩石材立面安装环节，成为城市繁华核心罕有的准现房项目。

据了解，在正弘全面接手蓝堡湾之后，倾尽自身资金人力，以其12年对高端市场的深入了解，专注挖掘高端市场客户需求，建立规范科学的销售体系，从接盘、全面复工、建立完善的销售体系到最终推出产品，仅仅用了短短5个月时间。无论是从速度还是品质抑或是成交量，正弘·蓝堡湾均刷新了郑州高端房地产市场的热销纪录，以一席景观、宅居、经济三重地标价值压轴登场，闪耀全城。 （张 霞）

## 绿都城小学举行奠基仪式

本报讯 为进一步改善中原区办学条件，整合城区教育资源，优化学校布局，推动全区教育事业均衡优质健康的发展。12月9日，中原区环线外首所高标准小学——绿都城小学奠基。郑州绿都置业有限公司董事长兼总经理赵岩、郑州绿都置业有限公司郑州公司总经理路向前及施工单位等相关领导参加了此次奠基仪式。

今年10月10日，郑州市中原区人民政府与郑州绿都置业有限公司签订合作办学的协议，决定在绿都城社区建造绿都城小学——伊河路小学西校区，其一期工程计划2009年年底开建，于2010年8月份建成并投入使用。除绿都城业主子女外，也为周边适龄儿童提供了优资的教育资源。

绿都城小学建立后，它对进一步改善中原区办学条件，整合城区教育资源，优化学校布局具有重大意义。同时更有利于进一步促进中原区的城市建设，满足居民日益增长的对优质教育的需求。 （马 召）