

楼市博客

眺望下一个10年房价

即或是最富预见力与想象力的先知,也无法一一准确地告诉我们未来10年的清晰面目。那么,站在21世纪第二个10年的起跑线上,眺望10年之后的城市居住格局,我们当如何破题?

温故而知新,从常识出发,这是我们选择面对这一命题的自认为还算靠谱的破解路径。

让时光的分镜头切向过去10年的首端,公元2000年,此时,如果你从郑州的上空俯瞰这座城市,你会看到,以目前的快速公路线B1线路为分割线,周边的大片区域还是典型的城乡结合部,灰蒙蒙的多层住宅丛林中,高层电梯公寓还是这座城市的非典型居住形态。至于房价,郑州还处于单位福利房向商品房的过渡阶段。

那么下一个10年,我们还是先从“民生”角度说房价。

记得建业董事局主席胡葆森先生来报社作报告时曾说,10年前的郑州人们对房价是没有概念的,至于新兴起来的“投资”、“投机”就更加陌生了,所以有钱人都到香港去炒楼花了。

过往10年的伊始,这座城市大多数的市民还居住在单位福利房的“壳”中,房地产全面市场化的市场之手,尚未释放其后来显示出的惊人“当量”。回望10年间,这座城市的房价已翻了8倍多,由房地产行业所带来的整体经济效益已很难用语言进行描述。

循着过往10年房价的运行轨迹来揣度下一个10年,我们深信郑州一定会走向“理性”。

10年前,人均住房面积不足9平方米,如今人均住房面积约25平方米,增长了3倍左右;商品房均价约600元/平方

米,如今5000元/平方米,增长了8倍多。虽然郑州的房价比不上一线城市的疯狂,但却也演绎着惊心动魄的诡异,按照这10年的增速,该如何预测和猜想10年后的房价?

首先,稀缺的土地推动房价上涨。在争论高房价的口水战中,开发商必把高地价拿出来做事,开始给大家算账,算到最后好像已经没有利润可言了。

2009年7月之后,郑州市地价节节攀升,特别是12月,地价更是直线飙升。郑州永威置业常务副总马水旺说,高房价拉动高地价。“土地涉及生存,不少人认为房地产还有潜力,盲目竞争,拿高地价也不在话下,这是侥幸心理。超过成本,最终还是老百姓买单。”

其次,精装修、高品质房屋推动房价。2007年,郑州某高档楼盘以其大户型

精装修高调面市,价格也直接飙到每平方米8000多元,当时有业内人士认为卖到5500元利润就已经很可观了。虽然最后以精装修高科技的噱头进行营销宣告失败了,但从房地产品质发展的轨迹来看,10年后使用环保材料,运用智能高科技必将是成本上升的核心点,同时也将意味着价格的上涨。

随着有关房地产调控的部署密集出台,我们对房价走势、房地产泡沫的忧虑也一路走高,房地产泡沫说一浪高过一浪,甚至连外国人也关注起来,美国的《福布斯》杂志评论全球七大金融泡沫,中国房地产市场列第二。

的确,房价这个问题让普通阶层伤透了心。年年调控年年涨,2009年,房价又是一轮大幅度上涨,甚至愈演愈烈。至于最后的预测,还是留给专家们吧! 刘文旭

楼市资讯

西建材整体搬迁至中原百姓采博城



1月4日,记者赶到中原百姓采博城,看到的是人头攒动、摩肩接踵排队争抢商铺的现象,记者上前询问后方知,这些商户全部来自郑州市西建材市场。据记者了解到,这些商户是在1月2日接到通知,根据市委、市政府整体规划,二七区政府自2009年11月28日开始对齐礼阎村进行整体拆迁改造。西建材市场租用齐礼阎村的土地,也在本次城中村改造范围之内。

昨日,记者见到了关于郑州市二七区商贸服务业发展指挥部的文件,内容是关于西建材整体迁移至中原百姓采博城的工作方案,方案中提出:为照顾商户利益,稳定伤员,经各部门与中原百姓采博城协商一致,决定将西建材市场商户优先、优惠入驻中原百姓采博城。

记者在现场看到除西建材市场之外的北建材市场商户,这些商户都是与西建材市场商户之间关系密切的,他们得到消息后,也一起来到这里。此次抢购商铺,都是由商户之间传递消息,相约来此的,记者还见到了西建材市场经营浪鲸卫浴的代理商,她在西建材的经营面积为600平方米,来这里准备将其店门扩至800平方米,除此,还有经营立邦漆、多乐士等品牌的经销商也在里面选购商铺。

中原百姓采博城位于嵩山路69号,其中A区为百姓建材城,仅建材城占地就有200余亩,是集仓储、物料配套为一体的现代化建材交易市场。其发展目标为“三个最”:郑州西区规模最大、品种最全、最具专业化的建材交易市场。 马晓鹏

正商业地产资助第六十三中学



近日,正商业地产资助郑州市第六十三中学教育捐赠仪式在六十三中举行,正商业地产王金虎副总裁、六十三中赵校长以及航海东路街道办事处领导出席了捐赠仪式,200余名师生代表共同见证了这一难忘时刻。

仪式上,王金虎副总裁代表正商业地产向郑州市第六十三中学捐助“正商教育基金”150万元人民币,价值13.08万元的瑞风商务车一辆和一座工程造价35万元的书吧,总计198万元。六十三中师生代表以雷鸣般的掌声表达了对正商业地产的感谢,并以学生优秀获奖作品回赠表达谢意。

以质量求生存,以品质求发展,正商业地产十二年来,正是凭借质量和品质赢得了客户的信赖和喜爱,从而取得了迅猛的发展。2009年,正商业地产销售收入将突破40亿,不论是销售额还是销售面积都将荣登郑州房地产第一名。

创业不忘回馈社会,正商业地产曾资助1200余万元高标准兴建港湾路小学。而正商旗下的金色港湾、蓝钻,即将建成的幸福港湾、新蓝钻等小区居民子女是学校的重要生源,此次捐赠既是正商业地产回馈社会对教育事业作出的一点贡献,同时也是为正商的品牌创造价值。 朱华

富田太阳城元旦热销

2010年元旦期间,富田太阳城“元旦购房,红包赠送”活动,吸引了全城购房者的眼球。元旦期间热销50套,迎来了2010年的销售开门红。

1月3日,现场看房的客户络绎不绝,记者随机采访了正在现场签订预售合同的客户刘先生,他告诉记者之所以选择这个时候来买房,主要是买房自己住,怕了年房价还会继续涨,另外自己对富田太阳城的小区环境、生活配套以及大商进驻后的未来商业升值潜力非常看好。

据河南振兴房地产(集团)有限公司副总经理孙军展向记者介绍,元旦期间据不完全统计,富田太阳城每天来电量都在百组电话以上,来访客户都在50组左右,签合同以及定房客户50套。这样的销售业绩对于新盘来说可能不算好,但对于处在完美收官阶段的新盘富田太阳城来说却是很不错,迎来了2010年的销售开门红。 杨得军

怡丰·森林湖超值优惠献礼新年

1月1日起,怡丰·森林湖在旺销的基础上更进一步推出“老带新”案场优惠活动。为期一个月的活动期间,凡推荐成交或重复购房的客户均可享受额外优惠。对产品价值的细致打磨和有效的案场活动,使得森林湖成功延续了开盘月的销售奇迹。

2009年11月21日,位于郑州市天河路北段的怡丰·森林湖首次开盘,开盘当日首推联排别墅全部售罄,退台洋房实现销售近八成。开盘以来,怡丰·森林湖保持了火爆热销的良好销售势头,并以其生态环境、产品价值、开盘超值价位等优势引起了市场广泛关注,形成了市场热点话题。

另悉,在新年来临之际,怡丰·森林湖一期中央景观区实景呈现,样板示范区投入使用,一期联排别墅A组团全面落成,一期退台洋房施工接近尾声,怡丰·森林湖至东湖景观大道建成开通。 马召

中原家居 栏目责编 冯成刚 电话 13633810755 E-mail: f10755@163.com

元旦促销 开启2010家居之门

本报记者 冯成刚 黄晓娟

红星美凯龙 单店接待客户万余人

红星美凯龙在元旦活动期间,推出了升级开业虎“惠”全城套餐重礼来答谢中原人民,据红星美凯龙郑州商场总经理蒋刚介绍,为了准备这次活动,可谓是下足工夫,精心准备了万余款特价商品,全部都是全国知名家居品牌,优惠力度是绝无仅有的,也是对2010新年的最好献礼。

蒋刚说,除了诸多特价名品,红星美凯龙还推出高达65%的返现金促销力度另加送50元现金红包,买床送床垫、沙发以旧换新活动;另推出新贵达人、奢华达人等套餐超值优惠活动。

在中原家具店和建材店一楼大厅,记者发现,礼品摆得像小山一样高,涵盖了春节的所有年货,小到健康抱枕,大到液晶彩电、空调等等,在商场的各个收银台挤满了交款的顾客,各个商家的展厅里更是人满为患,营业员应接不暇。消费者反响热烈。实实在在的让利,实实在在的实惠,在传统的淡季里熊熊燃烧了一把烈火,红星美凯龙用一场活动证明“逆势飘红”的销售神话。

按照以往惯例,进入新年,天气比较冷,家具建材业步入“冬眠期”,而红星美凯龙为期三天的活动,仅单店接待客户万余人,活动当天还启动了家居生活专家战略联盟仪式,其目的为顾客提供一站式置家的向导,做广大顾客扮靓新家的最好帮手。红星美凯龙用实际行动证明了家居行业的龙头地位,为引导中原百姓健康、品位家居生活作进一步的努力,为中原消费者提供更多的高品质高性价比的家居产品。



凤凰城

掀起今年首个销售高峰

凤凰城作为具有15年历史的成熟市场及中原建材家居行业的领航者,于2010年1月1日至3日重磅启动了声势浩大的建材家居大甩卖。

元旦期间,凤凰城与数千家建材家居厂商以压倒全城的独家底价,将普惠进行到底。从瓷砖、洁具到家具、木地板,再到灯具、布艺等,全部通过“真金白银、真实直降”的方式贴本让利,打出了2009年从来没有过的超低价格。如此力度甚至超越“五一”、“十一”黄金周的优惠,活动还未开始就成为消费者关注的焦点,活动期间更是引得无数消费者争相订购。

“大甩卖在当前大环境下取得这样的销售业绩,与上游楼市反弹、厂商货源倾斜以及凤凰城诚意利民、惠民息息相关。”据凤凰城市场运营总监乔东透

露,1月1日~3日,凤凰城人潮涌动,客流量突破数万人次,开创了进入2010年的第一个超级震撼的销售高峰。

记者在各大品牌的店面都看到了排队抢购低价商品的火爆场景,有些商品甚至一天之内便被抢购一空。据格林之嘉建材卫浴超市总经理王福科介绍,店面的客流量和销售额都创下了新高,活动的火爆程度远远出乎我们的预料之外。

浪鲸卫浴

首届万人团购节启动

1月1日~3日,浪鲸卫浴第一届万人团购节正式启动,作为回馈多年来中原消费者对浪鲸卫浴的大力支持,在本次万人团购节上,记者看到多款2009年最新款式,原价数千元的浪鲸卫浴产品活动价仅几百元。

据浪鲸卫浴河南营销中心负责人

介绍,此次活动大力促销的产品均是浪鲸卫浴极为畅销的产品。

此次活动没有专门针对低端消费群体推广产品,而是把原来比较高端的产品做到精致的价格来应对当前环境,不是说把材质或者品质降下来去推给消费者,而是把高端的产品低价销售,真正让利于消费者。此次活动不仅仅是产品价格上的超值优惠,更重要的是,它为更广泛的消费群体提供了超值享受国际卫浴品牌的机会。“价格优惠,品质不减,品牌才能更响亮。”该负责人说。

浪鲸卫浴本次“万人团购节”活动除了众多产品以更低的价格让利销售外,浪鲸2009年最新产品也以更超值更优惠的价格让更广泛的消费群体有机会享用。

北京实创

为市民提供套餐实惠

2010年,随着实创家具的摆放到位,2009年12月中旬,实创家具店正式在红星美凯龙二期6楼开业,实创装饰正式推出了“¥59900,精装修家具家电全拥有”的套餐。此套餐包括288套餐精装,同时还包括了¥12999的家具套餐,以及¥18101的苏宁家电套餐。真正做到了,消费者60天的轻松拎包入住。

实创装饰立志打造最适合中原市场的家装套餐。由于此套餐的针对性较强,一经推出,就引来了很多消费者的目光,宣传第一天就有许多消费者纷纷打来电话进行咨询。同时,还有许多老客户也打进电话询问,希望自己能够享受到家具家电套餐的实惠。

而现在,经过这一系列的市场反映之后,实创装饰和苏宁电器正在想尽办法,让整个¥59900套餐,成为像288、588套餐那样,作为一个长期的套餐,为更多的消费者带来实惠。

2010室内设计流行趋势

2009年古典奢华风格大肆流行,银箔、古典巴洛克风格的家具,赋予简化的法国宫廷水晶灯系列,加以现代奢华派系的家具,以及一些玻璃材质的现代表现,为大家呈现出一副主流样板间流行体,那么2010年这个风格如何演变与发展? 从材质和颜色上看,今年

的流行载体会逐渐趋于成熟化,从色彩以及配饰的角度,更加会与国际流行接轨。在色彩上明年会趋于成熟化,以黑白灰色调演绎古典奢华,更为细腻(沙发、茶几、餐桌、餐椅等)家具及配饰品等,无一不流露出家的低调奢华及浪漫温馨。

作品秀台

本案设计灵感来源于法式的雍容华贵、浪漫、梦幻,会让人直接联想到浪漫的国度,这就是设计师想要表现的法式风格。设计师在注重实用和品质的基础上,根据户型结构,进行大胆改动,原本进门的人口就是餐厅可以直接看到客厅,设计改动后保持了客厅的神秘感又增加了客厅与餐厅的独立性。客餐厅互不影响,增加趣味性的浪漫色彩。

留白手法,混油喷漆制作;力求最大体现空间层次感和景深效果。圆拱门和垭口,作为一个有效的法式造型符号贯穿整个空间。白色的壁炉、白色的装饰柜、漂亮的花卉装饰屏风和雅致的地毯(沙发、茶几、餐桌、餐椅等)家具及配饰品等,无一不流露出家的低调奢华及浪漫温馨。

如果说客厅餐厅是奢华的象征,那么卧室就是温馨的标志,花草壁纸弥漫开来,床品与之遥相呼应。 罗美勇



设计师讲坛 电话: 0371-67655260 邮箱: zrbzyls@163.com

刘建友 室内设计硕士 国家注册设计师



●中国建筑装饰设计商会副秘书长、中国设计艺术沙龙理事;2002年成立北京建友环境艺术设计事务所。

●个人作品:北京城铁13号线车站设计、河南广播电视台中心餐厅设计、郑州西部肥牛王、单行道酒吧、郑州思念果岭山水别墅、郑州东方今典、郑州普罗旺世等。

●样板房、售楼中心作品:河南骏景房地产开发有限公司开发“骏景尚都”售楼中心、样板房;河南建业房地产公司开发“建业桂花居”会所、售楼处;上海中凯东兴房地产开发CBD涉外社区“中凯铂宫”售楼中心等。