

# 林溪湾 原墅生活问鼎中原



十年龙湖梦，万华斑斓，水清沙幼。一方璞玉之上，如若无宝玺加以辉耀，就算出身名贵，却再无永恒价值。

林溪湾，龙湖宣告不再沉默的凭据，中原平视世界高端品质的图腾，地块坐北朝南，左右十七里河，右有轩辕路，总占地面积43万多平方米，一种凌驾龙湖资源万里峰峦的度假生活，演绎着中原永恒的高傲。此刻的林溪湾，如同亚瑟王与石中剑般的传说弥漫中原，不同的是，亚瑟王扮演着林溪湾的永恒；龙湖成为了石中剑，挥出了一个时代的开篇。

## 全新理念 一个城市两种生活

5月末，位于新郑市龙湖镇的高端原墅项目——林溪湾在楼市情况不堪明朗时高调入市，全面接受消费者的咨询，短短数日，林溪湾必将引发中原低密度生活的革命，也将以其全新的建造理念刷新中原的低密度建造记录。

近日，记者来到郑州市区至新郑国际机场素有桥头堡之称的新郑市龙湖镇，此地正是林溪湾项目如火如荼的施工现场，记者发现，林溪湾项目以纯正的西班牙风格和对产品细节的严谨把控，以及其要打造中原顶级低密度生活区的稀缺定位，迅速在中原地区引爆，并得到了相关业内人士的高度评价，认为林溪湾必将引发中原低密度生活的革命，也将以其全新的建造理念刷新中原的低密度建造记录。

近日，记者来到郑州市区至新郑国际机场素有桥头堡之称的新郑市龙湖镇，此地正是林溪湾项目如火如荼的施工现场，记者发现，林溪湾项目以纯正的西班牙风格和对产品细节的严谨把控，以及其要打造中原顶级低密度生活区的稀缺定位，迅速在中原地区引爆，并得到了相关业内人士的高度评价，认为林溪湾必将引发中原低密度生活的革命，也将以其全新的建造理念刷新中原的低密度建造记录。

“林溪湾所倡导的‘一个城市两种生活’的理念，就是追求既能够便利享受城市资源，又能够惬意享受安静的低密度社区氛围。的确，能够在与城市中心25分钟车程内，享受第一居所的品质低密度生活，林溪湾不失为第一选择。”前来看房的夏炎在接受采访时表示。

## 细节把控 没有建筑突兀

林溪湾选取西班牙原乡手工陶瓦，墙面与屋檐丝丝入扣，同时，依地势走高，蜿蜒而上，利用台地的视野，将湾景与花木曲线延伸。在这里，没有建筑的突兀，没有景园的生硬，似乎这里并不是一个刚刚诞生的低密度社区，而是生长在此地多年，建筑与景观已经完全融为一体。再来看看林溪湾的红砖，经过精心的堆砌和拼接，每一块砖都经过人工手磨、窑变处理再烧制而成，如今所呈现的视觉效果则是从40多种拼接组合中逐层筛选出的，林溪湾所呈现的，就是这些源自细节之处的精工细作，稳重、典雅、而又历久弥新。社区的门和每户的小院门同样是纯手工锻造而成，每一个焊接点和每一条纹理都凝结着林溪湾的人文情怀。

而在项目建造上，通透空间中温暖与清新的氧气回转到厅堂之中，房间与房间之间的各显私密，保持最适合的距离。以一种凌驾龙湖资源万里峰的度假生活，演绎出生活

之处至高的心灵归处。

## 远离城市 享受惬意生活

在25分钟车程以内，新兴城区，庭院重重的原墅户型，正在成为老城一套大平层户型的替代选择。到底是在市中心买大户型，还是近郊买原墅？本报相关调查显示，对多次置业的市民来说，一些地段优越的原墅吸引力大于市中心大户型。这也使得定位群体相对一致的近郊原墅与市内大宅展开了客户争夺战。毫无疑问，由郑州新兴置业提供的城市低密度产品在这场“攻心之战”中将毫无悬念地胜出。

早期郑州的原墅项目都与城市有一定距离，有的甚至与亚城市中心的关系亦很微弱。这些楼盘或特立独行，或与少数几个楼盘毗邻而居，又由于未开发土地的阻隔而处于城市服务半径之外。交通的不便和服务配套设施的缺乏，使居住者很尴尬。林溪湾意识到低密度项目对城市依托的意义，与成熟的新兴小镇紧密联系，与区域城市功能共同形成一个完整的城市细胞。逃离大都市，却又不疏离。

## 手工研磨 与自然共生

世界高级度假生活的西班牙精髓究竟被

杜撰了多少？以世界作为版图，又有几人能揭开西班牙生活的谜团？

林溪湾创作团队寻古问今，终于找到谜团的真正答案，真正的西班牙建筑精髓，早已在欧洲绝迹。陈旧暗淡的建筑，只在诉说历史沧桑的无限停留。真正的西班牙，珍藏在美国圣巴巴拉。经过殖民时期毫无断档的保留下原乡韵味，热情的阳光、自由的建筑、手工的装饰细节、葱郁的繁花，曲径通幽中窥见花与花园的院子。首富阶层对生活的重新理解，呈现世界最细腻、最震撼的西班牙感动，林溪湾于世界三大富豪区王首，首次解开秘境层层迷雾。

世界建筑编年史中，以宫殿开篇，演变为传世堡邸贵族私藏，以湾为界临水留传百年越显尊贵奢华，湾畔的鸢尾花如同家徽般彰显传承不息。时至今日，但凡臻品原墅必然临水而建，如同贵族基因一般，界限如此分明。门前葱郁，繁华淹没的小径，曲径通幽，点映着束束海棠，西班牙红瓦黄墙下宛如一幅油画唯美，林溪湾的一切演绎在这浑厚的质感中，如同国王的生活，尽在林溪湾的私人堡邸之中。

宽适的尺度，在林溪湾低密度生活中成为恒久不变的中枢数据，只有这令人折服的尺度，才能引入更多风景，让全家在私人行宫中感受到度假生活的真谛。 张霞

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

## 家具行业渠道商 重寻市场坐标

本报记者 黄晓娟

随着经济的高速发展，家具市场的集中度变高，两极化现象明显，企业定位更加精准，高不成低不就的企业在市场不断竞争中纷纷出局。与此同时，存活的企业也开始逐渐改善自己的市场管理方式，压缩流通环节，日益减少代理层次，加大直销比重，以便更直接地接触市场，渐渐削弱渠道商的力量。回顾渠道商在这之间扮演的角色，可谓几多欢喜几多愁。

## 成也萧何，借势渠道商快速扩张

家具行业近30年来呈现快速发展之势，这个行业的生产基地，最初是以家庭作坊式集群发展逐渐走向规模化发展。短短几十年，众多国内企业影响力享誉全国甚至国际，渠道商在这其间起着不可忽视的作用。早在几年前，经销商在行业中几乎处于强权地位，对于新进入市场的品牌而言，借助当地渠道商扩张是成功的“捷径”，利用渠道商强大的分销能力将货分销到各个二三级地区，并尽快在当地立足、成长。这就导致一些当地的强势经销商开始主宰大权，想进哪就进哪里。然而对于很多手中不只代理一个品牌的经销商而言，他们往往会在市场链条中最大限度地牟取利益，这些经销商不但占据着当地大部分市场份额，还在当地享有极高声誉。因此，企业也只能自吞苦水，毕竟他们也成了品牌在当地市场的声誉。

## 败也萧何，渠道商迎来转折点

任何一个行业发展都有着它的生命周期，在行业初期，众多品牌在经营渠道、市场

布局都不成熟的时候，只能依托渠道商。企业在初期的“委曲求全”也纵容了渠道商的横行，肆意破坏价格体系，导致市场无序竞争，一个品牌产品的多重价格，被败坏的市场氛围并没有因此扭转历史前进的车轮，品牌繁杂的市场终究会被重新梳理，在经济环境不稳定的情形下，企业品牌一方面要面对国内同行的挑战，另一方面，要迎接国际品牌发起的挑战，最后依然屹立不倒的不是号令群雄的品牌就是权倾朝野的企业。而在新一轮一轮的革新中，渠道商已然失去了最初的优势。

## 市场步入深度调整期

随着家具行业的品牌集中度变高，很多企业在影响力做足之后，开始由做大转为做强，当企业规模足够庞大，具备了自营渠道所需的雄厚资金和实力时，企业开始逐渐摆脱对经销商的依赖，通过一系列措施让渠道扁平化，重新在行业中争到自己的主动权。

近日，记者采访了解到，家具行业已经进入了深度调整期，市场两极化现象开始凸现，品牌商开始更加注重自己的口碑和定

位，华日、意风、全友等行业领先者都在严格把关自己每个网点的品牌定位，一位从事家具代理销售10年的张先生告诉记者，宁缺毋滥，如果达不到企业要求，就直接清除掉。他们对于渠道商的价格控制有一套严格的体系，每个品牌都有自己的操作模式，价格体系的形成涉及销售模式、经营理念。“经销商在价格上混战的时代已经过去，但这并不代表他们的利益会减少。”

## 渠道商前行路在何方

渠道模式的调整是视市场成熟度而进行的。

渠道模式并不是厂商可以任意根据竞争的激烈程度和成本的需要而延长或缩短的。张先生坦言，家具企业开始摆脱传统的线性为主、层次分明的主流渠道模式，逐渐被以客户为中心的渠道模式所代替，整个渠道价值链正向服务和增值型的方向迅速转型。另一位业内人士分析，作为渠道商，只能回归自己的原始坐标，收敛行业姿态的同时也开始对代理品牌进行考量。他们应该从以前的只考虑品牌到转变衡量企业的市

场定位和产品更新力度以及是否迎合消费者口味等诸多方面。“存在即合理”。经销商、经销商都有他们存在的价值。

除了物流、资金流这些最基本的功能外，经销商在当地市场能很有效地帮助企业，他们对区域市场的了解、人脉关系等是厂商无法比及的。因此渠道扁平化到什么程度才合适，也是厂商一直在成本与效果之间寻找的平衡点。

## 活动速递

## 浪鲸卫浴万人签售即将登场

本报讯 7月15日，备受瞩目的浪鲸卫浴万人签售活动将再次劲爆登场，精品座便器，最低1折起售。

对中原的老百姓来说，浪鲸卫浴并不陌生，因为每年的7月，浪鲸都会拿出优质的产品，以超低的价格来回馈消费者，让越来越多的普通消费者能够切身感受浪鲸产品出色的品质和优良的服务。

无论是“总裁签售”还是“万人团购”，每一次浪鲸卫浴的活动都会让整个行业为之震动，让整个中原的百姓为之欢呼，因为他们可以以更低的价位购买出色的浪鲸卫浴产品。三年来，浪鲸依靠自己的卓越品质和完善服务，从一个对于广大中原消费者来说相对陌生的卫浴品牌，成为备受各界客户青睐的行业龙头。

位于有“中国陶都”之称的广东省佛山市的浪鲸卫浴生产基地，是一家集研发、制造、销售和服务于一体的专业性大型建筑卫生陶瓷生产

企业。主要产品有座便器、浴室柜、洗手盆、按摩缸、蒸汽房、淋浴房等十余个品种，是目前国内卫浴产品配套最齐全的厂家之一。主要经营中、高档“浪鲸”(SSWW)牌卫浴产品。

随着市场的变化以及人们生活水平的提高，浪鲸发现，以往仅靠中高端产品做特价已经不能满足人们的需求，所以在今年的活动中，浪鲸更加注重产品的升级换代，也更加注重产品的系列配套，将推出一系列具有超低震撼价的高端产品。

如具有电脑控制、防电墙(漏电保护)、脚踏按摩、针刺喷嘴、臭氧灭菌、恒温龙头等超级配置的豪爵蒸汽浴房，原价6万多元，本次活动签售价仅15888元；而具有智能遥控、自动冲水、喷水自洁、座感感应、自动除臭、前后摆动清洗



等多种功能的智能座便器，原价2万多元，本次活动仅售3699元；极具现代感豪华蒸汽浴房，配备有蒸汽桑拿、喷雾式背喷嘴，豪华大顶喷等舒适沐浴设施，原价2万多元，签售价只要6999元……多款高端产品，都将以平民价位走进我们的世界。

平民生活，奢华享受，顶级卫浴，即刻拥有。就在7月15日，就在浪鲸万人签售活动。更多详情，敬请关注近期《郑州日报》家居版。(冯成刚)

## 置业维权

### 二手房“退房” 律师提醒如何维权

首付款比例提高、贷款利率提高、异地购房限制、第三套房贷限制……自从更严格的差别化住房信贷政策实施以来，由于买方无能力或无法购房，各地退房情况屡见不鲜，国基律师事务所律师陈奎总结退房的三种情况，并给出维权建议。

据陈奎介绍，近期退房情况主要分为三类。一是楼市新政出台后，买方可能因为首付款比例提高、贷款不能或已购经适房等原因导致房屋买卖合同不能继续履行。律师建议，买方可以“情势变更”为由，起诉到法院，要求解除合同，退还购房款。

陈奎提醒说，存量房屋买卖合同中如约定“如果买方贷款未获银行审批或者未获银行足额审批，则买方应当在过户交易时用现金补足”，此种情况不得使用情势变更原则。

第二种情况是买家主动违约，他们基于对楼市新政的理解以及对未来房价下降的预期，宁愿损失定金或承担相应违约责任。

第三种情况是买方被动违约，如买方只有先将自己的房产出售于第三人，才有能力履行与卖方签订的存量房屋买卖合同，由于第三人主动违约或其他原因而导致自己的房屋未能如期出售，进而导致买方不能如期履行合同或无法履行合同。

在买方违约后，卖方可能主张买方承担合同总价20%的违约责任。法院在裁判违约责任时会综合考虑诸多因素，如作为守约方的实际损失、存量房屋买卖合同的履行程度、违约方的主观过错程度、守约方的预期利益等。买方律师如从这几方面入手，违约金数额可能会大大降低。(段晋玉)

## 家居资讯

### 爱格超级E0板材 将落户瀚美居

本报讯 当“好厨房配好橱柜”的观念已经深入人心时，作为行业领先品牌的瀚美居又抢先一步将目光放在更好的箱体上。

在整体橱柜中，箱体占了全部所耗板材的75%左右，另外箱体是食物、厨具储藏的主要地方，所以箱体的质量环保与否直接影响橱柜的品质好坏。追求“内在美”，方能选到好橱柜，即箱体的材质第一重要，其次才是看橱柜的配置、设计及其外观等因素。

爱格板是由世界最大的装饰板材制造商——奥地利爱格木业集团生产。世界上著名橱柜品牌均采用爱格板作为门板和箱体材料。它是经过原木切割、粉碎、高温、高压复合而成，再经过抗磨、防火、防水系统处理，具有超强的三耐特性(耐高温、耐酸碱、耐刻划)，与同类产品相比，在抗变形性和其坚韧性上爱格板更胜一筹。由于厨房自身的特殊环境，决定了人们选取耐高温、耐潮湿的爱格板成为必然。同时，爱格板的甲醛释放量微乎其微，整体低于欧洲E1级的环保标准；基本不会闻到甲醛的气味，闻到的只是木材的清香，环保100近乎完美。

瀚美居橱柜秉承“诚信第一，质量为王”的宗旨，一直致力于为消费者提供放心满意的健康产品，使其快速挤进中国橱柜一线品牌，更是因其高质量、高环保而深受广大客户的喜爱。2010年是瀚美居树立行业标杆，引领行业环保低碳的重要一年，7月上旬在瀚美居十年店庆和东大街E0预约概念馆开业之际，瀚美居将与爱格举行隆重的签约仪式，把与爱格的多年合作更加深化，荣膺爱格中国的钻石合作伙伴。(冯成刚)

福仕达 万家幸福路 海马福仕达

综合补贴最高可达 20% (实用版除外)

## 你购车 我送油!

——海马福仕达欢乐一夏，千万钜惠!

- 购买福仕达任何一款车型，均可获赠1000元油卡!
- 十一项免费检查，三项免费添加，工时费8折优惠!
- 购车即送名牌家电+装饰大礼包 (实用版除外)

本次活动最终解释权归海马(郑州)汽车有限公司所有

海马福仕达一直以来凭借高性价比和良好口碑赢得了市场的青睐，成了物优价廉的一面旗帜。为回馈广大客户的支持，现更重磅推出“你购车，我送油，我送油！”——海马福仕达欢乐一夏，千万钜惠！行动，多重好礼等你拿，这个夏天叫你乐翻天。

活动时间：2010年5月10日—6月25日

海马福仕达“乐享生活”指定车型

河南涌畅汽车销售有限公司 销售热线: 0371-65703555 65703605 服务热线: 0371-65654777  
地址: 郑州市花园北路柳林北100米西 集团采购电话: 15093333569  
北环专营店 销售热线: 0371-63562185 63562186 地址: 郑州市北环路中原汽车交易市场西区8号厅 郑州中博直营店 13523414044  
新郑直营店 0371-62625222 登封直营店 0371-62102899 中牟直营店 0371-62111119 郑州南环店 13703931067  
郑州西环店 0371-67645888 荥阳直营店 0371-64608881 新密直营店 0371-69869258 巩义直营店 0371-64421677

垂询热线: 400-811-0371 网址: www.haima-zz.com

海马汽车