

## 学区房 你选对了吗

本报记者 龙雨晴

### 毕业季学区房受热捧

据了解,从每年3月份起,教育地产就进入了传统意义上的旺季,5月份随着“幼升小”报名时间的到来,销售数据再攀高峰,而这个旺季将会一直持续到9月开学季。

调查显示,在郑州市最热的学区房区域,能划进名校的学区房和就隔几百米的普通住宅,房价相差高达5000元/平方米。“目前郑州的情况,学区房一般比同等区位、质量的二手房,价格上要贵20%-30%。”我市一家不动产公司的总经理说,一套90平方米的学区房,总价高出二三十万元,太正常了。

居高不下价格丝毫没有影响市民的购房热情。“好学校,意味着更丰富的教育资源、更优秀的师资力量,更健康的校园文化,孩子的起点会更高,这种情况下,学区房才备受关注。”河南亚星置业集团有限公司营销中心总经理段利表示,市场价格受供求关系影响,这直接决定了学区房无论在中国一线城市还是二三线城市都是引发人们关注的“抢手货”。例如亚星·锦绣山河因为签约了省重点学校外国语学校,从3月份开始销售情况就十分火爆,亚星·金运外滩签约的华中师范大学附小、附中虽然还未开学,但房子销量已相当可观。

清华·大溪地的置业顾问也告诉记者,因为

签约了郑州一中教育集团,自建郑西一中,“在清华·大溪地买房的业主,以后孩子可以上郑西一中”。这一措施吸引了很多购房者。“去年开盘的9号院本来预计会卖到今年三四月份,但去年9月就差不多卖完了。今年三四月份以来销量也持续升温,每天平均会接待10~20组客户,成交量也很不错。”

另外,泰宏建业国际城三期教育组团新品凭借着周边环伺的名校,今年一经推出就热销全城,销售业绩频创新高。

“在入学季来临之前,孩子上学问题总会困扰不少家长,热点学校的学区房刚好能满足家长对孩子教育的需求,自然受热捧。”郑州清华园房地产开发有限公司营销总监黄艳红认为,“而且学区房的升值空间稳定、巨大,在学区附近买了房,等孩子毕业了,还可以将房子高价卖出或租出。对于有条件的家长来说这还不失为一个好的投资选择。”

### “近名校”不等于“进名校”

为了“让孩子赢在起跑线上”,许多家长都希望买一套学区房,让孩子接受相对好一些的教育。殊不知购买学区房这件事也存在一些误区,每年都会有一些家长因此产生不必要的纠纷。

走访中记者了解到,“学区房”与“学位房”,“近名校”与“进名校”虽然只是一字之差,却大不相同。有的开发商告诉购房者周边有几大名校,等入学时发现确实周边有学校,但是房子根本不在划片范围。还有一种情况是,买房子的时候,二手房中介告诉购房者这个小区可以上某名校,可买后购房者就会发现,学校和开发商签订的协议是,一个房号只能上一名学生,有学生上过了,就没名额了。

“学校每年的划片范围,都是根据生源情况、教育资源等确定的,存在变动。”郑州市金水区教体局相关负责人介绍说,开发商在广告中宣传的“买房子上名校”,一般有以下几种情况:第一种是开发商捐建,政府认可,这种情况肯定是先保证小区的业主入学。第二种是划片划不到名校,开发商与学校合作,捐资助学,与学校签订协议,买断一部分学位,这些一般都有名额限制和年限限制。这也是为什么有些小区明明离学校很近却上不了,有些新建小区离得很远反而可以上。一般情况下,一套房子只有一个名额,再转手就没有了。

“相比学区房,学位房的学位指标相对充足,但要注意只有教育部门正式签了移交协议才能确定学位范围,只要没移交给教育部门,开发商打的任何口号都是开发商一方的说法,其单方承诺不代表教育局的意见。”上述负责人提醒购房者。



每到毕业季,学区房就成了热门话题。业内人士表示,名校资源有限,买学区房不失为一条捷径,但也要量力而行。购买时还要看清学区房存在的一些误区,避免产生不必要的纠纷。

### 理性看待 谨慎购买

一方面是学区房火热的市场和巨大的升值潜力,另一方面是购房中可能存在的一些误区,那么家长究竟该如何看待学区房?

专家表示,为了孩子能够接受较好的教育,有能力的家长可以做前期投资。但如果会因此降低生活质量,让孩子背上心理负担,就没有必要了。学区房价位普遍较高,购置学区房应结合家庭自身的承受力。毕竟,家长的关爱和良好的早期教育,才是孩子赢在起跑线上的筹码。

在如何挑选学区房的问题上,段利建议购房者:首先,要学会看小区的规划配套,看看所购住宅在不在学校的划片范围。其次,要落实好配套教育资源的建成时间,不然孩子急着上学,买了房子却发现承诺好的学校迟迟没有建好。再次,就是捐建或者合作办学的教育资源,要向教育部门核准,包括落成时间、招生计划、范围等。最后,也是最重要的一点,买房子前,一定不要轻信口头承诺,要让开发商出具相关凭证。例如亚星的学区房都会提供承诺书来保护消费者的合法权益。

黄艳红也表示,家长在购买学区房前,一定要多咨询,对该区域学校落户年限、入学年限、同一套房的名额标准等问题了解清楚,确定自己的购房行为和学校入学要求相吻合。另外,她还建议家长在购买时最好购买那些小学、中学能够同时兼顾的学区房,例如清华·大溪地业主可同时享受到郑西一中附属小学和郑西一中(高中部、初中部)的教育。

当前教育和地产结合,是一种开发趋势,一方面充分发挥了优质教育资源的优势,另一方面,开发商提高了项目的自身价值,同时购房者也得到了实惠。但面对学区房存在的误区,需要的难道仅仅是购房者冷静对待,提高鉴别能力吗?

“作为开发商,更应该坚持诚实守信的原则,不仅要把真实信息提供给购房者,更应该兑现自己的承诺,做有责任的地产商。”段利表示。



## 居京声自远 峰高我为巔

——河南媒体北京恒大巔峰品鉴之旅纪行

本报记者 刘文良 黄晓娟

6月13日~15日,河南主流媒体代表一行20余人,和恒大一起出发,开启了一场历时三天、名为“给城市更多想象”的河南媒体北京恒大巔峰品鉴之旅。三天的所见所闻,颠覆了记者对恒大已有的认知和固有的形象,可谓亲眼发现恒大全新的蓝海,实地见证恒大建造华宅的实力。

有一种愿望,让郑州想象。当记者一行的视线和步履,从对北京恒大丽宫、华府两个项目参观考察时云中漫步般的“诗境”,回到郑州这一片厚土、郑东龙湖区域这一片热土的“尘境”,因为此次北京恒大巔峰品鉴之旅,有了对恒大在华宅领域的全新发现和深刻认知,有了恒大河南区域品牌部为此次行程的悉心组织而带来的感动,所以我们有理由对恒大在河南区域的战略布局、发展前景报以掌声投以鲜花,对恒大河南在郑东龙湖区域强手如林群雄争霸的“地王窝”的新作、恒大TOP产品线华府系的品牌落地之作——悦龙台,带给郑州、郑东、龙湖区域的政变和提升,带给恒大河南区域的机遇与挑战,给予更高的期许,更多的想象,更足的信心。

或许,在不远的将来,一座堪与北京华府比肩的恒大悦龙台,将让郑州人民足不出郑州,同样可以尊享华府人生。



### 恒大丽宫：北京中央别墅区的巔峰之作

如同经历过海,更懂得山;遍览全国华宅,更懂得恒大丽宫。一个下午的实地品鉴,记者对恒大的认知,平添了一个新的关键词:“巔峰”。

凡巔峰者,必属珍品,必然历久弥新。丽宫之巔峰,首先在天赋尊贵,得天独厚的中央别墅区区位。位于北京顺义、首都国际机场近郊的中央别墅区,是北京九大别墅区之首。中央别墅区中享誉全国的项目星罗棋布,除丽宫外,还有以长于打造中式院子著称的泰禾北京院子、远洋Lavie。置身在中央别墅区,群雄并起,丽宫更显英雄本色。

丽宫之巔峰,其次在于产品的极致和豪奢。在温榆河畔,在高尔夫果岭旁,坐落着1000~1500平方米的独栋独栋别墅,最小的单位有1000平方米,目前起价6600万元左右;最大的楼王单位有1500多平方米,赠送1700平方米的阔大花园,售价最高达到2亿元。这就是极致,舍弃了双拼别墅、联排别墅,不做则已,一做独大。

丽宫的独栋别墅,不仅面积大、花园大,还有众多颠覆我们固有思维、超乎我们现有想象的大尺度。比如全干挂石材立面;比如门厅挑空7米、客厅挑空11米,以记者经年所见,11米的客厅高度,为记者罕见;比如每栋别墅都有超大阳光落地窗,让阳光与建筑对话;比如有着“绿色建筑奥斯卡金奖”之称的LEED认证,丽宫不仅在京城别

墅市场首获认证,更达到其中最高标准“能源之星”;比如来自芬兰的百层空气净化系统;比如地源热泵、地板采暖、智能家居、加湿系统等高科技住宅配置,在一些豪宅项目中或许只能配置一二,在丽宫则是应有尽有。

**恒大华府：北京使馆区高层阔邸的巔峰之作**

恒大华府,是此行的第二站。位于北京市朝阳区第四使馆区、第三商务区、国际商贸区的恒大华府,不仅是恒大产品系中顶端产品系TOP系,又是该系列产品中的巔峰之作,还是北京高层市场的翘楚之作,在高层如林的北京住宅市场,一枝独秀。诸君请看——

占地4万平方米的恒大华府,景观面积就占了2.8万平方米,绿化率高达60%,你说巔峰不巔峰?

恒大华府容积率仅有1,占地面积1.2万平方米的土地上,仅仅规划了三栋21层的高层建筑和2万平方米的社区会所。三栋建筑沿河“一”字排开,不仅实现了楼间距最大化,还确保了所有南向房间能最大化地欣赏到中心园林景观。

恒大华府三栋高层建筑,仅仅规划两种户型271平方米和338平方米,整个社区只有126套房子,但是却可以享受2.8万平方米的欧式宫廷园林景观。

恒大华府的建筑立面通体采用供应稀缺的巴西金枫黄进口花岗岩。这种石材是项目开发团队走遍全球多个国家,于上百种石材中甄选而出,为精中选精、粹中选粹。多达3000处雕花细

节,全由工匠手工雕琢,堪称艺术品。

售价近30万元的冰箱,这种冰箱可让一个苹果保鲜一年;10万元的全自动洗碗机;10万元的全嵌入洗衣机,据称可以清洗鲜花……记者在恒大华府样板间真切领略了恒大9A精装的标准和内涵。恒大华府金牌销售肖宇告诉记者,恒大华府精装成品房厨房厨电系列,就价值150万元左右。不仅如此,恒大华府的卫浴系统,采用德国当代、赫普、唯宝,均为享誉世界的一线品牌。另外,像美国霍尼韦尔安防与家具智能化系统、法国爱迪士除尘系统、日本大金空调系统、德国欧文托采暖系统、美过水处理系统、法国施耐德强弱电系统,成就恒大华府皇家风范。

此外据肖宇讲解,恒大华府的入户门源自德国bifar,每扇门均为私家定制,门缝里镶嵌着设计师书写的签名。这种定制的入户门全球每年只生产2000多樘。该入户门的特点是:一为双开,此为大宅门标志;二是厚重,重达800多公斤;三是防火防爆防弹;四是手工制作,其中的纹理融入了傅抱石、李可染、张大千山水画作品的意境,与入口处的迎宾私家花厅水墨石相映成趣。

恒大华府每栋楼作一个门洞,设立三部电梯,电梯轿厢高大,可载13人,平均每户可享受1.5部电梯。电梯内设密码刷卡指令,确保一卡当关,万夫莫开。另外,像礼仪玄关,客厅带270度采光阳光房,双厅可分可合,人性化厨房带生活阳台、双主卧、全套房舒适居住。

综上所述,可以清晰地发现,恒大华府系产品无论在产品的研发、户型的创新、景观的营造、9A精装的品质、品牌、配套的高端、业主的阶层,都可以当之无愧地称之为华宅典范,平民阔邸的样板。不仅值得品鉴,更值得典藏。