



洛阳楼市的2014 获奖楼盘的2014

洛阳楼市“大咖秀”

出场大咖 河南天地辉煌置业有限公司副总经理潘毅兵

投资养生度假旅游地产将成趋势

现在洛阳人对环境、空气质量的要求越来越高,很多购房者逐渐将目光投向养生度假旅游地产项目。这种现象在2013年已经出现,必将在2014年延续并发展。

洛阳发展养生度假旅游地产,从资源整合和环境优势来说,有一个发展方向,就是沿着龙门石窟景区和伊河,一路向南。因为这里有龙门山、伊河水,有龙门国家湿地公园和富含近30种微量元素的温泉资源,还有数不清的人文历史资源。从历史上看,具备山水生态、人文休闲、湿地温泉养生的度假休闲系统,符合中国传统的天人合一的养生哲学。因此,2014年,在城南山水中休闲养生、到城南度假轻旅行、到城南近郊投资,必将成为洛阳楼市的一大趋势。

2014年,我们将围绕项目配套进行整个社区生活品质的升级,打造“院子里的大龙门生活”。除了温泉合院和山水院馆的持续销售,还



要加强项目的软实力,将万亩养生度假蓝图逐步变成现实。

目前,直升机驾校、直升机俱乐部、游艇会等配套已经在龙门一号落地,依托伊河文化旅游风景区的开发建设,2014年我们还将陆续将水上高尔夫、温泉酒店、直升机停机坪等项目不断推进。槐树里创意文化街区建设将于2014年5月1日完工,10月1日开始试营业。(刘丁)

出场大咖 洛阳嘉禾置业有限公司副总经理秦文

房价稳中渐涨 但涨幅同比会降低

2013年洛阳楼市火爆异常,仅前10个月的房屋销售面积就超过了2012年全年的总销售面积,而且,2013年房价上涨势头强劲。但是,随着年末银行贷款收紧,2013年12月份的房地产市场开始逐渐降温。此外,从国家的宏观政策来看,政府主要的调控方向开始由政策为导向向市场为导向转变,这预示者2014年的房地产市场将主要受供求关系的影响。

从我们对客户的了解发现,近两个月主要的购房客户多为刚需型客户及改善型客户,投资型客户一方面受到银行贷款的压力,另一方面出于对2014年房地产市场的担心,投资热情普遍不高。就像前面说的,受市场规律的影响,相信在未来一段时间内,这一状况不会发生明显变化,而这一不变性又会促使房地产市场趋于稳定,因此,我预计2014年洛阳的房价应该是在稳定中渐涨,但这个涨幅相比2013年会降低。



美景阁是稀有的临水生态楼盘。它牢牢占据着洛阳市最稀缺的水景资源,而这种资源在某种程度上说是不可再生的。正是因为这稀缺的资源以及独特的区位优势,美景阁才赢得了最佳亲水宜居楼盘的称号。2014年,随着商铺的招租、临河样板间的开放以及住宅的交房,美景阁将以最直观的方式让客户感受到“最佳亲水宜居楼盘”的真正含义。

(张宝峰)

出场大咖 洛阳天城房地产开发有限公司营销副总李涛

高端楼盘入市 提升居住水平

2013年,洛阳楼市可谓百花齐放,新开项目17个,老盘后续开发项目24个,多家具有品牌号召力、产品优质的房企不断进入洛阳市场。

2014年洛阳房企将会更注重产品细节、深挖住宅品质,预计将有11个全新项目入市,这些高品质楼盘的入市将会提升洛阳的整体居住水平。通过2013年洛阳楼市均价涨幅等数据看,2014年洛阳房价仍将整体稳步上升。同时,楼市竞争无疑会更加激烈。

天城一品作为教育大盘,一直以“专注品牌发展、倡导品质居住,发扬创新精神,为洛阳市民创造更多更好的精品建筑,为洛阳的城市建设做出更大的贡献”为宗旨,无论是建筑、景观还是配套设施都精雕细琢,一砖一瓦、一草一木都尽显高品质要求,为购房者提供繁华与静谧自由切换的品质生活。

2014年,我们将给购房者一个幸福的承诺:全年将致力于推进



历史文化主题广场建设、中心景观湖开放,让所有途经纱厂西路或到访天城一品的市民,都能感受到洛阳历史文化带来的震撼。而项目的样板间开放、商业外立面呈现、一期房源交房等好消息,也将让购房者深切感受到天城一品的产品细节和居住品质。

最后,恭祝全市人民和天城一品所有业主新年快乐、万事如意!(刘丁)

出场大咖 洛阳市增凯房地产开发有限公司营销副总曹乐音

房价稳中有升 但涨幅有限

2014年,洛阳楼市在房价方面将持续保持整体稳中有升,但涨幅有限的发展态势;在市场竞争方面,也将从传统的突出地段优势、价格优势,变成综合比拼,不仅会在提升产品品质、完善居住功能和配套设施上展开全面竞争,甚至会将竞争延伸到后期的物业管理、社区文化氛围等方面;在楼盘品质方面,随着房地产行业日益激烈的竞争,房企将加大升级步伐,针对市场需求改进产品,不断提升产品附加值,并进一步细化客户群。

此外,近几年在外来企业的带动下,洛阳楼市已逐渐转入“品牌竞争”时代。2014年,这种趋势将会更加明显。对此,本土开发商普遍怀着虚心态度,一方面努力学习先进理念,另一方面积极树立品牌意识,利用本土化优势,做适合本土市场的产品。



2014年可谓增凯地产较为忙碌的一年,香榭里·定鼎广场、香榭里·畔山兰溪、香榭里·舍三案并举,将续写增凯地产新的辉煌。此外,增凯地产也希望通过这几个项目的成功操作,提高“香榭里”品牌的知名度,建立起强大的品牌号召力,使增凯地产在2014年来一个华丽的转身。

(霍媛媛)

