



主持人：小墨 热线电话：13707587749

楼市风云的背后总是站着一些身影，他们是创造者。他们是海南房地产界甚至中国地产界的领军人物，他们为房地产行业健康发展做出了独到贡献。您可以“小墨会客”人物的身影中感受中国楼市的发展变迁，品味智慧火花碰撞出的思想盛宴。小墨会客室关注精英人物，也欢迎各位有识之士作客本室！

“2009 海南地产军团集结行动之‘冰城房展嘉年华’”进入紧锣密鼓地招商阶段,仅一周时间,已有五十余家房地产企业致电组委会,打听参展事宜。从“三亚春节房展”到“北方四市巡展”,海南地产军团集结行动已经被消费者广泛关注。此次“冰城房展嘉年华”又将如何引领海南楼市向前?近日,海南日报房产策划营销有限公司总经理栾岚走近小墨会客厅,且听她一一道来。

房展现状： 市场呼唤诚信、高效房展！

小墨：由于海南岛特殊的地理环境和区位决定了房地产业的客源主要来自外省市，岛外房展会就给开发商提供了一个展示平台，也给岛外消费者提供了进一步了解的机会。正因如此，岛外房展会曾经一度成为房地产开发商的最爱。开发商也经历了从“逢展必参加”到“犹豫不决”的心路转变，您怎么看待岛外房展的现状？

栾总：岛外房展作为一种载体，拉近了房地产开发商和消费者之间的距离，是一种全方位的沟通和交流方式。可是还有许多开发商向我们坦言，有许多展会并没有达到预期的效果，“四月北京房展，海南楼盘去了几家。在诸大的北京国贸展馆里，零星的海南展位淹没其中，找到都费事，哪有效果？”“山西一次展会上，听得最多的就是‘怎么是海南的楼盘呀！’人家消费者就没有心理准备，我们海南楼盘就冒出来了！”……开发商的心声让我们认真的思考房展市场。

如何才能办好房展会？其实开发商并不反对房展会，从长远看，一个能够代表开发商和购房者利益、费用较低、自助式的房展会模式受到大家的呼唤。于是，我们“冰城房展嘉年华”的目标很明确，也很实在，就是办一次负责任、有成效的房展！

媒体联盟： 海南日报办最放心、最有效房展！

小墨：的确，在哈尔滨第28届商品房展销会上，一些“五证”不全的楼盘堂而皇之地在房展会上大肆推销，许多购房者被售楼员蒙的一头雾水；五一期间原定在三亚举行的房展会，也出现了费用，而房展不了了之的尴尬场面。毫无疑问，负责任、有成效的房展是开发商与消费者都殷切期盼的，可这也不能仅仅是一句口号，您觉得此次房展有何优势可以兑现这一承诺？

栾总：随着房地产业的不断繁荣发展，房地产市场逐步走向规范，房地产展会也开始与市场接轨，政府指令色彩进一步减少。三亚房展汇的大获成功将媒体优势展现得淋漓尽致。第一，强势媒体有运作大型会展的经验，社会形象良好，开发商和市民对其策划能力和实力高度认可，在这方面，传统的房展操作方式是无法相比的；第二，由于有媒体作支撑，强势媒体主办的房展会可以通过大版面进行形象宣传，形成一种强烈的冲击，同时，使参展商的成本有效降低，而回报却更丰厚；第三，强势媒体主办的展会尤其是房展定位准确，宣传到位。毫无疑问，媒体办展特别是房展已成为一种独特的模式，也形成了独特的“媒体效应”，被开发商和消费者全面接受和认可。

事实证明，媒体办展会有优势，有些功能是非媒体办展会不能复制的。海南日报作为省内第一强势媒体，依靠其

强势宣传的优势在三亚成功地举办了“09 三亚春季国际房展汇”，紧接着联盟岛外两省六大媒体完成北方四市巡展。此次携手黑龙江日报报业集团，两省四大媒体联动，将再次成为岛外消费者关注海南的窗口。

作为我省党政机关报中历史最长的报纸，《海南日报》凭借多年来树立的强大品牌优势和独特地位，在读者群中有着极高的发行量和传阅率。此次联合哈尔滨发行量最大的《生活报》，在参展开发商岛内“做品牌”搭建平台的同时，更为海南楼市夏季营销突围提供巨大商机。

《生活报》由黑龙江日报报业集团主办，始创于1984年，是主要发行于哈尔滨市及黑龙江省各地市的省级晚报。《生活报》充分体现主流媒体、平民视角的特点，发挥生活报干预生活、服务百姓的作用。据中国新闻研究中心对中国内地的直辖市、省会城市以及计划单列城市的综合类(不包括党报)的大众报刊调查结果：生活报是哈尔滨市影响力最大的报刊。

另外，本次展会对参展商提高了门槛，只展“放心房”。无证房子别想露脸，让购房者逛房展可以放心大胆。

参展回报： 开发企业增值几何！

小墨：参展商能从房展中获得多少回报，这是众多房地产企业关注的问题。“冰城房产嘉年华”又给开发商多少增值服务？

栾总：在巡展时，我们率地产军团行程万里，横跨两省四市。在哈尔滨、大庆、太原、大同，海南地产巡展深深吸引了北方居民对海南地产的关注，提振了岛外对海南地产市场的信心。“在当前市场观望气氛加剧的形势下，北方四市巡展对打破楼市僵局，力托房地产市场起到了不可估量的作用。”“为期一个月的巡展所折射的海南房地产巨大魅力和吸引力，足以让人们对于海南楼市的未来充满信心。”这就是地产商对我们的肯定！

在此次房展中，《生活报》提前半个月对海南区域、参展项目进行宣传预热，开展前连续三天刊登海南参展楼盘广告，再加上两省报业集团和联盟媒体的大力支持，海南日报、南国都市报、生活报、黑龙江日报、黑龙江电视台、哈尔滨电视台、哈尔滨电台、南海网、搜房网、新浪网、生活知道网等平面、立体、网络媒体联手宣传，报道力度空前，影响力由哈市，向省内主要城市全面辐射，确保椰风海韵吹遍冰城每个人的心里。

另外，我们为开发商量身打造数款套餐，均可获得大型展场直道会刊全彩广告、《生活报》展会前期宣传软文、企业 logo 刊登 8 次，事后都可获得购房团的优先线路权。

半月预热和五天热闹展会，再加上现场征集购房团，有理由相信，“冰城房展嘉年华”将成为百姓关注度最高、异地购房者参与人数最多的盛会。



买房加分？ 教育不能承受经济之重

今年5月26日,《永安市2009年高中阶段招生工作意见》制定并公布。根据该意见,2007年9月至2009年6月1日在永安城区购置商品房、购房总金额达到25万元,购房户主子女享受10分照顾,免收学费、择校费减半。

一时间,“购房加分”成为永安市的热门话题。在当地的网络论坛上,《中考可以这么加分吗》、《买房加分“挑战”底线公平》等帖子,也引起了网友热烈回应。

中国人历来重视教育,在一些地方急于救市的心理下,教育被赋予了拉动内需、刺激消费的经济调控职能。所以,表面看来风马牛不相及的买房子和中考加分竟然联系在一起。类似政策的错误,除了让教育承担了不应承担也承担不了的责任之外,更大的危害则是直接损害了教育公平。

教育公平是社会公平的起点,已经成为当今社会的焦点问题,关系着人民群众的切身利益,关系着国家的未来和发展。房地产市场的低迷是暂时的,损害教育公平的后果却是长期的。一些地方政府在制定政策之时,目光短浅,急功近利,一心想的是如何渡过眼前的经济难关,不顾及社会的可持续发展,以致一些政策的科学性大打折扣。贯彻落实科学发展观,构建和谐社会,各级政府在制定政策时应当用全面、联系和发展的观点认识和解决经济社会发展中的问题,正确处理经济建设与政治建设、文化建设、社会建设的关系。

所幸,这种短视的政策以最快的速度得以纠正。各地还有多少这样的政策?有关部门真应该好好清理一下了。



商品房供应市场：
商品房供应市场：本周商品房供应量为零
土地供应市场：本周土地市场供应量为35.41万平方米。
商品房成交市场
本周商品房成交面积4.54万平方米,成交463套;商品房成交均价5648.53元/平方米;
本周商品住宅成交面积3.97万平方米,成交384套;商品住宅成交均价5162.79元/平方米。
成交情况
住宅成交情况分析(按套数、面积)
在本周商品住宅成交市场中,100-130平方米的面积段,成交77套,占总套数的

20.05%,成交面积为0.90万平方米,占比22.65%;80-100平方米的面积段成交77套,占总套数的20.05%,成交面积为0.69万平方米,占整个面积段的17.48%;60平方米以下的面积段,成交68套,占总套数的17.71%,成交面积为0.28万平方米,占比7.12%;60-80平方米的面积段,成交64套,占总套数的16.67%,成交面积为0.46万平方米,占整个面积段的11.68%;130-160平方米的面积段,成交57套,占总套数的14.84%,成交面积为0.79万平方米,占整个面积段的19.99%。从本周面积段分布情况上可以看出80-130㎡的刚性需求依然占据主导地位,小户型的成交也逐渐复苏。



飘红五月后,淡季将临未雨绸缪

5月份,海口市商品房供应市场新增供应量为18.27万平方米,环比减少14.42万平方米。即将进入6月份的海口,将迎来传统的房屋销售淡季,使得开发商推盘谨慎。

商品房市场共成交2114套,成交面积为23.29万平方米,环比增加4.84万平方米,成交均价下调至4631元/平方米,飘红的五月如期而至。

纵观五月,房展会开了个好头。今年五一房展会注重引入岛外客户,组织众多岛外购房团,对于海口这样典型的外销城市,将自己的产品展现出去才是最实际的。

其次,两个短假期利于客户看房,如果说五一房展在许多人心头挽了个结,那么5月的小假期在一定程度上为准购房者提供了时间上的便利。

总体而言,五月的楼市基本上延续了近几个月的向好态势,同时,本月商品房成交呈现出几个特征:成交项目多、分布均匀、本地客户占比明显上升。

5月份海口成交楼盘共计133个,与以往成交结构也有所不同的是,本月并不是几个

处于强销期的项目带动成交量上扬,而是普遍各个项目成交量都有所提升,尤其是以刚性需求为主的几个楼盘如文博府、蓝海湾、帝和华庭等都进入销售排行榜前10名。对于海口这个市场容量并不大的城市来讲,是一个非常好的发展趋势,有力的佐证了海口楼市的回暖态势。

另外一方面,市场供应量的减少也在提醒我们,海口房地产行业将进入传统淡季。接下来几个月炎热的天气对海口的旅游业带来明显的负面影响,进而波及到与旅游息息相关的房地产行业,开发商放缓推盘进度是适应本地市场变化的正确策略。

但是,我们相信上半年的良好市场状况,一定会提振行业信心,对10月份到春节期间销售预计可以给予乐观期望。淡季中我们更应该未雨绸缪,在项目推广、企业品质、人员素质等方面做好充分准备,以积极的姿态迎接市场机遇,那么这个淡季将不会平淡。

□易居中国海口房地产研究所 研究员 崔振

鲁能海蓝椰风依托原生态气质 开创海居新梦想

板块居住价值的最终体现往往与原生态划上等号。一个板块是否拥有自然馈赠的原生态,将会体现出不同的板块气质。随着城市建设越来越密集,属于城市的原生态景观将日益稀缺。因此,具有稀缺性质的原生态海景住宅,更具居住价值。

物以稀为贵 升值潜力巨大

海口东海岸与海口市区距离相近,环境却有着很大的不同。市区居住密度相对较高,开发过热,已经是车水马龙,喧闹的都市气息浓厚。而东海岸则烟树相对分散,开阔、安静、舒朗,给人一种世外桃源的归属感,是文人雅士的极佳居所。少了喧闹,多了一种安逸的、不张扬的氛围,使得海口东海岸原生气质更浓。

对比市区,东海岸板块原生态的价值是独有的资源优势,东海岸区域的土地资源受地域影响本身就极为稀缺,海口东海岸是最新规划的生态发展带,顺区域发展之势,已成为重点开发热土。作为生态带中的一方宝地,是资源保护的典范区域,现已明确了发展的生态、人居以及综合服务几大城市功能。随着政府保护力度不断加大,不可再造的自然景观加上优越的地理位置,使海口东海岸板块更加显示出“物以稀为贵”,居住价值与升值潜力巨大。

位于海口东海岸龙头地带,占地2000亩的鲁能海蓝椰风,占尽东海岸天时、地利、人和,所拥有的海居生态价值和巨大升值潜能成为业内人士一直看好。

原生态提升住宅含金量

想要做出独一无二的楼盘,就必须有别人复制不了的资源。而这个资源,就是“自



然”。“自然”恰恰是海口东海岸最大的优势。“东寨港红树林”这个象征着环境保护指数最高的国家自然保护区,早已闻名遐迩。而现在,桂林洋、南渡江、20余公里海岸线,随处可见的海景生态园林和天然渔港等更是东海岸生态区的重要构成,包围着区域形成了天然的氧吧。

位于海口东海岸的鲁能海蓝椰风尽最大努力保持地块生态的原始性,纵深200米的防风林带和各种原生植被保存完好,并在其中植入新的植物体系。大海、沙滩和防风林景观带、中心绿化带、前庭后院融合,一起组成了相互辉映的五重景观体系。而在接近生活的局部区域,注入新的景观和活动休闲元素,比如在滨海防风林景观绿化带中置入慢行步道、烧烤场、露天泳池、休憩区和观景亭等休闲活动设施,真正做到了人随景异,步随景移。

依托原生态之气质,海口东海岸展现了她独有的更是弥足珍贵的生活价值和区域价值。沐浴着大海的蓝色文明,鲁能海蓝椰风于海口东海岸开创了一段全新的海居梦想。

泰河阁开盘受热捧

由海南泰河置业有限公司开发,位于海府路龙岐立交桥东侧的泰河阁一开盘就受到消费者热捧。

好地段引来八方客

“我就是看中了这的地段好,价格也合理。”一大早起来的王先生已经选楼近两个月,还是觉得泰河阁比较满意。距海府路仅80米的泰河阁位于省彩票中心后侧、海口实验中学旁,出行极为便利。另外,毗邻美舍河带状公园,周边银行、学校、超市、医院、市场、餐饮娱乐设施一应俱全,轻松打造舒适方便的居住生活。

好规划成就好品质

据负责人介绍,泰河阁为板式结构,一梯两户,属南北朝向,有98、110、122、135、138、178、221及301平方米各种经典户型及少量顶级的花园式跃层,户型方正、阳光充足、通风良好。套内均有两个以上2.2米宽大阳台,10%-12%的公摊率也极大的提高了项目的性价比,给置业者以实实在在的商品。另外,首层及地下室设152个停车位,人车分流,小区内有心花园,绿化率占48.6%。

另外,二十四小时安防监控巡逻,智能化物业管理全天候保障住户人身财产安全。

国家统计局公布 1—5 月全国房地产市场报告 三亚二手住宅销售价格涨幅最大

据中国信息报网站报道,国家统计局6月10日公布1-5月全国房地产市场运行情况。

房地产开发完成情况
1-5月,全国完成房地产开发投资10165亿元,同比增长6.8%,增幅比1-4月提高1.9个百分点,比去年同期回落25.1个百分点。其中,商品住宅完成投资7105亿元,同比增长4.4%,比1-4月提高1.0个百分点,比去年同期回落30.6个百分点,占房地产开发投资的比重为69.9%。

1-5月,全国房地产开发企业房屋施工面积21.85亿平方米,同比增长11.7%,增幅比1-4月回落0.7个百分点;房屋新开工面积3.57亿平方米,同比下降16.2%,降幅比1-4月扩大0.6个百分点;房屋竣工面积1.62亿平方米,同比增长22.6%,增幅比1-4月回落4.5个百分点。其中,住宅竣工面积1.33亿平方米,增长23.6%,比1-4月回落4.9个百分点。

购置面积9875万平方米,同比下降28.6%;完成土地开发面积8845万平方米,同比下降13.3%。

商品房销售情况
1-5月,全国商品房销售面积24644万平方米,同比增长25.5%。其中,商品住宅销售面积增长26.7%;办公楼销售面积增长1.8%;商业营业用房销售面积增长18.3%。

1-5月,商品房销售额11389亿元,同比增长45.3%。其中,商品住宅销售额增长49.0%,办公楼和商业营业用房销售额分别增长11.6%和27.9%。

房地产开发企业资金来源情况

1-5月,房地产开发企业本年资金来源17523亿元,同比增长16.1%。其中,国内贷款3962亿元,增长15.8%;利用外资225亿元,下降8.7%;企业自筹资金6244亿元,增

长10.9%;其他资金7091亿元,增长22.3%。在其他资金中,定金及预收款4158亿元,增长17.2%;个人按揭贷款1983亿元,增长39.8%。

70个大中城市房屋销售价格指数

5月份,全国70个大中城市房屋销售价格同比下降0.6%,降幅比4月份缩小0.5个百分点;环比上涨0.6%,涨幅比4月份扩大0.2个百分点。

新建住宅销售价格同比下降1.3%,降幅比4月份缩小0.4个百分点;环比上涨0.7%,涨幅比4月份扩大0.4个百分点。

分类型看,与上年同月相比,经济适用房销售价格上涨0.4%;商品住宅销售价格下降1.5%,降幅比4月份缩小0.5个百分点,其中普通商品住宅销售价格下降0.9%,高档住宅销售价格下降3.6%。与上月相比,经济适用房销售价格持平;商品住宅销售价格上涨0.7%,其中普通商品住宅销售价格上涨0.8%,高档住宅销售价格上涨0.6%。

分套型看,90平方米及以下的新建住宅销售价格同比下降0.2%,环比上涨0.6%。

分地区看,与上年同月相比,新建住宅销售价格上涨的城市有28个,其中涨幅最大的5个城市是:银川5.9%、兰州5.7%、西宁4.5%、锦州4.4%、牡丹江3.1%;价格下降的城市有41个,其中降幅最大的5个城市是:深圳下降6.9%、石家庄下降6.3%、广州下降5.6%、徐州下降5.6%、桂林下降5.5%。

与上月相比,新建住宅销售价格上涨的城市有60个,其中涨幅最大的5个城市是:温州3.8%、厦门2.1%、深圳1.7%、金华1.5%、长春1.5%;价格下降的城市有6个,价格降幅均在0.1%-0.5%之间。

二手住宅销售价格同比上涨0.9%,涨幅比4月份扩大0.9个百分点;环比上涨0.7%,涨幅比4月份缩小0.1个百分点。

分地区看,与上年同月相比,二手住宅销售价格上涨的城市有35个,其中涨幅最大的5个城市是:三亚10.7%、南宁7.1%、郑州6.7%、哈尔滨5.7%、洛阳5.3%;价格下降的

城市有35个,其中降幅最大的5个城市是:吉林下降9.8%、石家庄下降6.1%、唐山下降6.0%、岳阳下降5.6%、济宁下降4.6%。

与上月相比,二手住宅销售价格上涨的城市有46个,其中涨幅最大的5个城市是:深圳4.1%、乌鲁木齐1.8%、济宁1.8%、温州1.7%、厦门1.7%;价格下降的城市有9个,其中烟台下降1.3%,其他城市价格降幅均在0.1%-0.4%之间。

新建非住宅销售价格同比下降0.2%,环比上涨0.3%。

与上年同月相比,办公楼销售价格上涨1.5%,商业营业用房销售价格下降0.6%,其他用房销售价格下降4.4%。与上月相比,办公楼销售价格下降1.3%,商业营业用房销售价格持平,其他用房销售价格上涨0.4%。

全国房地产开发景气指数

5月份,全国房地产开发景气指数(简称“国房景气指数”)为95.94,比4月份提高1.18点。