

关注“2010 中国海南国际旅游地产文化节”

三亚春季房展 即将在春节期间拉开帷幕

主题：
世界的海南，我的家

“世界的海南，我的家”是2010中国海南国际旅游地产文化节的主题语。2010年是海南建设国际旅游岛的开局之年，随着国际旅游岛建设帷幕的拉开，海南，这个中国最年轻的省份，正在给自己的未来重新定位。为进一步彰显海南国际旅游岛开发理念，促进海南国际旅游岛的健康发展，海南日报报业集团选择了海南备受关注的绝佳时机，代表海岛生活的两处海岸展场，以全方位、多角度的宣传攻势推出了“2010中国海南国际旅游地产文化节”。

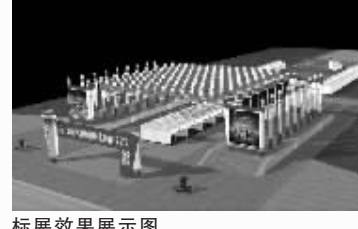
时机：
最黄金时间，汇最具消费力人群

“最具消费力的人群！最黄金的时间！最强势的媒体！最温暖的氛围！最火爆的楼盘！”这是2009年春节时在三亚房展上的广告语，火爆的展会现场及1个多亿的现场销售额让参展商们记忆犹新，也这则广告在海南深入人心。“三亚房展汇不仅为游客、参展商带来了实惠，也给三亚市带来诸多提升。”三亚市房协负责人这样评价2009年海南·三亚春季国际房展，三亚未来主要发展高端旅游房地产，此次三亚房展汇将会为三亚乃至全省优质房地产企业搭建沟通交流的平台，为城市建设开发项目搭建专业化、市场化的招商引资平台，促进三亚房产又好又快发展。

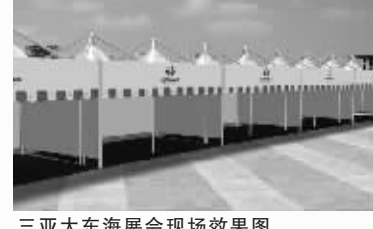
作为海南房地产业2010年开篇之作，“2010中国海南国际旅游地产文化节”首创中国海岸房展；首创三亚、海口两地互动式房展；首创海洋文化与旅游地产文化相结合的房展；首创房产销售与热带海岛生活方式推介相结合的房展。一经推出就被来自三亚、琼海、海口、陵水等地的房产商所关注，展位预订进入火热阶段。

地点：
最温暖城市，展最风情楼盘

三亚过往的游客量很大，越来越多的高端游客选择在三亚度假。大量的过往游客，要在很短的时间内一下看到很多楼盘有难度，因此阶段性的、聚焦性的展示是很有必要的。同时，泛三亚区域的房地产项目开发量已大大增加，需要放量的楼盘一定需要一个聚集的看房和购房平台，这使得三亚房展的市场需求非常明显。



三亚大东海展会现场效果图



三亚大东海展会现场效果图



三亚大东海实景图

中国夏威夷的新思考

思考，从反思开始

三亚，作为中国唯一的热带景观资源、国际旅游度假城市，无疑是战略中的关键角色。以海资源环境著称，承载着各种人群对第二人生的梦想生活方式。但度假的消费习惯被局限在海的范围，整个度假市场，各类产品都在给消费者这样的引导。而海景产品占位在资源占有的层面，这座城市能够给到人群的度假环境其实是人们蜂拥而至的理由，其实在三亚的选择却会因为度假的方式不同而各取所需。三亚的真正魅力不在于海，而在于宜居的气候环境，良好的热带景观资源。而这些，即使不在海边也享受得到。现有的海居度假环境只是抓住表面做文章，是在没有超出大众已知知的事物中失去其特质。而在享有同一片湛蓝天空与宜人气候的美丽三亚，度假方式却绝不只如此单调。

解，对度假有更深层看法的成功人士身上。人们开始懂得在度假中完成自身的提升和沉淀，越来越倾向于在度假中完成自我与自我的超越，体会放松的心境。因此，消费模式中首先有吸引的部分，来自产品能否满足人们度假的心理需求。

人群在短期的度假时光里，怀着轻松的心情和对资源占有的强烈渴望，纷纷坚定地又主动地挑选着心仪的度假之地，设想和实现着各种度假的生活方式。度假房地产市场的大兴发展伴随着一个趋势的成熟。

从海居到岛居的跨越的意义

山屿湖所提倡的岛居度假生活方式，就成了一种独立于海景、摆脱海景观束缚的新的探索。岛居由此开辟出另一需求市场，帮助对度假有深度需求认同的人，跨越对海景资源的盲目依赖感，在群体理解、共鸣的同时，思考度假的意义。从而对岛的不被轻易打扰，感到一种由衷的适合自己的度假观。

国际旅游度假城市，更应该扎扎实实做产品，提升软实力，加强服务品质，拓展城市纵线，才真正匹配国际旅游岛称号。岛居地产价值的体现，点燃了包括开发企业、包括投资客户对三亚市的理解，三亚不仅只有海。山屿湖的成功也是三亚城市纵向发展的一种成功，不仅只是一种资源的占有，更应该是一个城市综合配套的成熟。

国际旅游岛的理解再延伸，不仅是国际旅游岛，更是国际休闲岛。只有把三亚市场的腹地向内再延伸，把三亚经济产业链条再延伸，使每一个人去三亚不是观光旅游，而是能够静下心来，重复地去三亚，在三亚每一次消费、休息的时间都会更长，才能真正实现三亚旅游业的良性循环。

荣域·名车嘉年华引发元旦购房热潮



伴着2010年新年的钟声，盛高·荣域的业主和喜爱荣域的客户们迎来了一个与众不同的“新年礼物”——“荣域·名车嘉年华”。活动期间，盛高·荣域营销中心接待到访客超过1000人，成交额超过6000万元。

盛高·荣域位于海口市以教育、居住为主的综合性片区——海甸岛北隅，西侧与政府重点打造的千亩白沙门生态公园为邻；北侧直面碧波万顷的琼州海峡；距离市中心仅10分钟车程。对比金贸、府城片区，低密度和大气的环抱使这里更适合居住，对比西海岸，完善的配套和便捷的交通使这里更适合生活。优越的环境、便利的交通、完善的生活配套是盛高·荣域得天独厚的外部优势。

之间的交流。最重要的是业主们通过车展嘉年华活动，感觉到盛高·荣域就像一个温暖的大家庭，“住在这里，除了享受高端生活环境，还有一种全新的生活方式的体验。”

盛高·荣域，高品质的海生活

盛高·荣域项目整体容积率仅为0.75，目前正在热销的是新一期H区单位——“双庭院·海HOUSE”全部为80-150㎡的6-9层花园洋房，户户均拥有超大入户花园，部分特色双庭院，超大景观阳台，让前来购房的客户一见钟情。

一位山西业主告诉记者：“住在荣域，家门口就是生态公园，推开窗就是万顷大海。我刚买了一套新一期顶层海景单位，前可观海，后可观公园；近看小区园林水系，远眺公园无限绿景。我看中的就是荣域绝版的区域位置和开发商的精心打造。这一期荣域新看‘双庭院·海HOUSE’大部分单位都能看到双庭院，更是价值巨大。无论是长期居住的岛内客户还是短期度假的岛外客户，盛高·荣域都是居住的不二之选。”

（彭思哲/王月婷）

别出心裁，一切为业主着想

盛高·荣域作为海口市内少有的既临海又临千亩公园的高品质楼盘，一直致力于“提供高品质生活”给业主们。

“荣域·名车嘉年华”是盛高置地继去年两次名车展以来举办的第三次名车嘉年华，也是海口唯一的一个连续由房地产商举办的非单一顶级品牌的大型车展，其规模、档次均无可厚非。现场展示了近20个品牌50余辆国际顶级名车，现场还设置了抽奖区、美食点、儿童彩绘区和儿童涂鸦区。

很多客户在车展嘉年华开始之前就到达了现场，名车试驾区、儿童彩绘区、美食点、儿童涂鸦区等各个区都热闹非凡。现场销售展厅内不断有工作人员通过话筒通报某一套房已售，好几位外地客户一口气买了7、8套房子。一位北京业主很早就到荣域买了一套房，今天带着亲戚朋友来参加名车嘉年华，玩得特别开心。正好也让亲戚朋友了解了荣域，他们也非常喜欢荣域，每家购买了一套单位，以后都跟我住同一个小区啦！”

在这里，业主们既免去了单一看车、看房的枯燥性，又能够借参加活动的机会加强业主

祗园服务式公寓 公开发售火爆



2010年1月1日，位于海甸岛和平大道北端的高端居住区祗园项目服务式公寓正式公开发售，此次推出的45平方米、89平方米一线海景单位。1月1日公开发售当日，天空还下着小雨，但购房者相当踊跃，销售形势火爆，当天成交近30套。购房者李先生就表示，祗园服务式公寓2楼就能看海，在海口能买到如此环境优越又极具性价比的房子实在少有。

祗园，占据优越的地理位置，北望南渡江及琼州海峡，西临白沙门公园，0.798低容积率，18%低建筑密度，50%高绿化率，是海南罕有的集海景、公园、温泉于一体的公园海景温泉地产。祗园产品形式多样，囊括了约536㎡的独栋别墅，367㎡的双拼别墅，93—218㎡的花园洋房以及45—90㎡的服务式公寓。值得一提的是，祗园“以为人中心”的全服务理念让更多的购房者无比心动，首家引进酒店家居一体化的星级服务标准，为业主提供个性化的贴心管家服务。并将此标准由服务式公寓延伸到每一套住宅，让全服务的气息弥漫在园区的各个角落，全心全意用优质而温馨的服务感动每一位祗园人。在祗园，不仅能尊享温馨家居生活，更能享受每日的度假生活，每日的酒店服务。

兰海·美丽新海岸 奥运冠军业主正式入住小区



1月4日上午，陈中、吴静钰、邹市明、张小平四位奥运冠军来到位于三亚湾路的兰海·美丽新海岸小区，办理交房手续，正式成为兰海业主，成为三亚的邻居。

交房手续在小区物业服务中心办理，4位冠军在收楼确认书上签字，并接过钥匙和兰海业主俱乐部会员卡，作为兰海·美丽新海岸的业主登记入小区物业的资料内。4位冠军的住房都位于小区的8号楼。打开新家的大门，雪白的墙壁，光洁的地面令冠军赞不绝口。小区的环境、绿化等也与去年大不相同。据了解，此次交房的第二组团共有900户左右，连同小区先期交房的业主，将一起成为奥运冠军的近邻、邻居。

2008年，14位奥运冠军作为三亚城市精神的代表，在兰海·美丽新海岸小区种下冠军林——14棵美丽的凤凰树。四位冠军重访冠军林，看望自己当时栽下的小树苗。如今，迎风摇曳的凤凰树舒展着枝条，小树苗已茁壮成长起来，冠军林初具规模。四位冠军为小树浇水，并在冠军林下合影。

由兰海集团开发的兰海·美丽新海岸小区到今年9栋楼已有7栋正式交付，兰海·美丽新海岸小区是三亚湾沿线体量最大的楼盘之一。兰海集团自2001年开发了三亚湾兰花园一期项目至今已拥有6000多户业主，一直以来致力于更好的服务业主，于2009年兰海物业在三亚首家通过国家二级资质认证。

锦地翰城 秀终身教育服务体系 签品牌联盟合作单位



2010新年的第一天，以法国画家古铁雷斯和海南大学校长之教授“对话海南”画展为开端，锦地翰城终身教育服务体系第一次亮相。50万平方的锦地翰城以教育复合型地产第一城定位。对文化的复合不仅是硬件，如一期的书吧、二期的美术馆，还有后续的图书馆等等；软件方面，以终身教育服务体系为核心居住观（幼儿养成、童蒙养正、少年养志、成人养德、老者养性），通过与文化单位和专家的合作，建立锦地翰城终身教育服务体系品牌联盟，服务社区。品牌联盟涵盖幼儿、少年、中年、老年、音乐、美术、国学、拓展教育等等各个方面。

锦地翰城终身教育服务体系品牌联盟合作签约仪式同期举行。首批签约的分别是：中国音乐家协会、海南省油画协会、舞蹈家协会、春之声琴行、国际心理专家、教之教授等。

锦地翰城由罗山山股份有限公司、锦地地产开发，位于海秀区白水塘路11号，处于规划中的教育示范基地的中心位置，四所学院环绕，北临海口市第一中学高中部，南临海口景山学校，西靠海口市旅游学校，中接海口市交通学校，东接海口市卫生和边防学校。学府之根，深蕴绵泊。周边玉龙泉国家森林公园、海口市火山地质公园、216洞洞洞高尔夫球、华侨城旅游、海口南部绿化控制带，从教育文化、休闲、苍翠一起成就了这片土地的自然、休闲、充满文化体验的人文绿洲。在时间赋予的舞台上，海秀区正一步步的完成自己的蜕变。

源于对这片土地的珍视，锦地从一直在思考人居方面的突破，从物化到文化，锦地从中间捕捉到人居的精髓。试图恢复业已失落的精神世界，找回人生的光影阅历，让人文和自然达到平衡。教育复合型就这样开始落地生根。因此项目推崇的终身教育服务体系，并运用到项目中。包括教育主题园林、文化步行街、四个文化主题会所，都无一不是最真实的文化居住的诠释。



设计师：莫明辉
建筑面积：约200平方
户型特点：结构方正 南北通透 前庭后院
主要材料：艺术砖\酸枝饰面\韩国墙纸\进口石材
设计理念：在满足业主要求的前提下，设计师选择了现代款式或者说是简约欧式，整体设计以简洁的线条，在配上欧式风格常用的色调以及装饰

《房产周刊》特约家居装饰公司：恒泰装饰
海口总部：海口市国贸大道新达商务大厦二樓
电话：0898-68551911
海口万佳分部电话：66830908
琼海分公司：62926611
三亚分公司：38890866
家俱：65923077

恒泰装饰 HENG TAI HENGTAI 全国免费咨询：800-8765-009 www.htdec.net