



米兰大教堂

举世闻名的米兰大教堂，坐落于意大利米兰市中心的广场，是世界上最大的哥特式教堂，也是仅次于梵蒂冈的圣彼得教堂和西班牙的塞维利亚教堂的欧洲第三大教堂。

米兰大教堂的建造历经五个多世纪才完工，因此，它的建筑风格包含了哥特式、新古典式和巴洛克式。上半部分是哥特式的尖塔，据统计共 138 座，最高的尖塔高达 108 米，尖塔之林直立挺拔，给人以飞腾升华、超脱尘世之感。下半部分是典型的巴洛克式风格，从上而下满饰雕塑，极尽繁复精美，是文艺复兴时期具有代表性的建筑物。由 12 根巨型石柱支撑的教堂大殿，内饰精美，仅雕像就有 800 余座。教堂有 24 扇世界上最大的彩绘玻璃窗，这些彩色玻璃造于 500 多年前，至今仍光彩夺目，令人惊叹。

建筑世界

特别观察

日前，国土资源部、住房和城乡建设部联合发布了《关于进一步加强房地产用地和建设管理调控的通知》，表示继续抑制房价上涨、促进房价地价合理调整。无独有偶，住建部、银监会日前联手出击，对北京等八大城市的二套房贷政策落实情况进行核查。与此同时，国家统计局也公布房价统计改革方案的征求意见稿。山雨欲来的局面再次出现……

“金九银十”仍房价坚挺 “二次调控”或箭在弦上？

本轮房地产调控半年将近，恰逢“金九银十”传统旺季，各地楼市供需两旺，部分地区成交量创楼市调控后的新高。广州惊现“日光盘”，福州又有人通宵排队买房，深圳中秋时不少房在涨价……

最近，《人民日报》依托人民网，开展“2010 年网上万人房价问卷大调查”，超八成网友认为调控政策落实不力。业内普遍担心，房价之所以继续坚挺，皆因“不差钱”开发商自以为新政执行不彻底，这种误判或许将倒逼出房地产二次调控政策的出台。

权威媒体屡屡亮剑预警

从“金九”开始前一天，新华社就发文分析在严厉调控下“逆市涨价”的行为，提出要铲除“土地财政”这个房价背后的“根”。随后面对楼市量价齐升，新华社密集发文否认楼市“回暖”，指责“楼市调控会影响经济增长”的论调别有用心，还指出“弄清空置房根本不是什么难题”，督促“调控应该态度更鲜明、立场更坚定”。

《人民日报》也早在 8 月 17 日率先质疑调控效果，《别让楼市调控成了百日维新》拉开了“调控必须继续深入”的宣传序幕。接下来一个月，《人民日报》接连 6 次发出政策调控预警，旗帜鲜明地提出“房价合理回落是大势所趋，符合人民群众期望”。

两部委严控楼市用地 一切以保障房为重

刚刚下发的《关于进一步加强房地产用地和建设管理调控的通知》明确规定，企业违约开发土地、因自身原因土地闲置一年的，都将禁止竞买资格。

《通知》强调，对依法收回的闲置土地和具备“净地”供应的储备土地，应优先确保以保障性住房用地的供应。对于没有完成上述住房供地计划的地方，不得向大型高档住房建设供地。另外，通知要求，市、县国土和建设部门，要共同建立保障性住房、棚户区改造住房、公共租房、中小套型商品住房行政审批快速通道。

检查调研多管齐下 为再调控做政策储备

据悉，住建部和银监会已经组成四个联合检查组，日前奔赴北京、上海、深圳、三亚等八个城市，对这些城市商业银行二套房贷政策的落实执行情况进行专项实地检查，这项检查将采用数据汇总、实地走访与座谈约谈相结合的方式。

国庆长假后，这项检查结果将向国务院汇报。中国人民银行某专家表示，近期几部委持续对房地产市场的检查调研可能是为今后的调控进行政策储备，新的调控政策或将分批出台。

统计局兑现改革承诺 房价不再由房企上报

日前，国家统计局公布《住宅销售价格统计调查方案（征求意见稿）》，其拟在 70 个大中城市直接采用房管部门网签数据或统计系统的统计报表数据计算价格指数，替代原来由各房地产开发企业自行上报的房价统计方法。

改革房价统计是年初国家统计局作

出的承诺，国庆节后征求公众意见，争取明年初实施。

业内人士认为，此改革意义重大，房企将失去新建住房销售间接定价权。

“回暖风”刺激决策层 箭在弦上不得不发？

业内一些人士认为，目前楼市回暖风劲吹，与一些开发商对政府重视公信力的决心估计不足有关。

有专家分析，2007 年 9 月房地产的宏观调控由于救市，使房价再攀高峰，已经招致民众的极大不满，当时政府尚有理由解释，由于金融危机的影响，不得已而为之；而今昔非比，此次房地产调控一旦成为“空调”，政府便再也没什么理由阻止其公信力下降危机，就像现在的国家统计局一样，统计方法的改革已是必须的。不管是民众的压力也好，还是政府从自身公信力的角度考虑，本轮新政只有负重前行，不见效果不罢休。

综上所述，房地产的二次调控或已箭在弦上不得不发，时限和方式倒并不是最重要的了。

品牌为王

海南房地产进入品牌竞争时代 恒大入主海南儋州、品牌实力西线称雄

2010 年 1 月 4 日，经国务院正式批复，海南国际旅游岛建设上升为国家战略，揭开了海南旅游地产发展的序幕。自此，各大开发商相继进入海南这一热土，万科、富力、雅居乐、鲁能等各地产大鳄纷纷圈地建设，争做国际旅游岛建设的领头羊。在东线海岸线上，富力、雅居乐等早已开始布局筹划，而作为中国房地产龙头企业之一的恒大集团却独辟蹊径，入主海南儋州，围绕海南西线海岸线悄然开始加速发展，独占鳌头。

80.16 亿 中国房地产品品牌价值第一名

9 月 18 日，中国房地产 TOP10 研究组在京发布 2010 年中国房地产品品牌价值研究成果，恒大集团以 80.16 亿元的品牌价值夺得中国房地产品品牌价值第一名，其后分别是绿城集团、合生创展、绿地集团、华润置地、中信地产、富力地产、龙湖地产等大型房企。在卓越品牌号召力的推动下，恒大在营业收入、销售面积等方面继续遥遥领先。2010 年 8 月，恒大实现合约销售额 44.4 亿元，较 2009 年同期增长 51.9%；合约销售面积 70.2 万平方米，同比增长 22.6%。今年前八个月销售额逆势突破 305 亿元，完成全年合约销售目标 76.2%，销售面积全国第一，进一步夯实了领袖房企的地位。

“双金”品牌 领袖品质

恒大在品牌传播形成了全覆盖态势，涉及战略管理、优异业绩、营销策略、精品品牌、体育慈善等领域。全新的多元品牌理念、创新的品牌传播方式，令恒大集团民生企业、精品地产、快速开发、高速发展的领航者形象深入人心，恒大在中国房地产界龙头企业的地位，也愈加强化。据了解，恒大地产持续致力于打造“双金”品牌，即企业品牌和产品品牌。恒大集团董事长许家印要求全体员工一定要树立品牌战胜一切的战略意识，永远保持恒大地产产品品质在房地产行业已确立的领导地位，使精品战略成为恒大地产战略中最核心、最实质的内容。

国际旅游岛高尚休闲人居新标杆

恒大地产率先倡导企业公民理念，从更高的层面上提升企业的道德价值和公信力。十多年来，恒大为中国慈善、公益和环保事业捐赠约 6 亿元，连续三年获得民政部颁发的“中华慈善奖”。

目前，恒大集团海南公司在儋州北部新区倾力筑就恒大名都项目，该项目的建成将大力促进儋州及西线房地产行业的发展。我们有理由相信，恒大集团将成为整个海南岛旅游地产的又一新名片，树立国际旅游岛高尚休闲人居新标杆。

新政下清水湾持续热销 新品上市再续品牌传奇

在新政实行四个多月后，8 月份全国楼市普遍成交量环比大幅攀升，为“金九银十”的到来注入回暖的生机。据统计，全国 30 个城市有 26 个成交面积环比上涨，其中 11 个城市上涨幅度超过 50%。面对市场回暖迹象，引发不少专家对下一波楼市走势的猜测，楼市究竟假性反弹还是真正回暖？在此背景下，海南楼市该何去何从？

五星品质淡市也旺销

近期，记者带着疑问走访了海南旅游地产标杆性楼盘——海南清水湾。记者在销售中心看到，现场人流涌动，咨询和签约的客户挤满了整个销售中心。据销售人员介绍，9 月 11 日瀚海银滩组团一线海景酒店式公寓全球优先认购，并且当天取得认购逾 150 套的喜人成绩。在新政的影响下，全国房地产市场持续低迷，不少开发商将开盘计划延迟。记者走访了海南不少的楼盘，唯有海南清水湾敢于在冷淡的市场环境下果断开盘，并一直保持热销的态势。

地段优越升值前景美好

据悉，瀚海银滩海景酒店式公寓毗邻六星级莱佛士酒店和滨海高尔夫球场、贵族游艇会、国际品牌城，地段优越，升值前景更广阔，度假投资两相宜。户型面积由 77—175 平方米不等，均价 2.4 万元/平方米，拥有超大观海露台，并赠送 4000 元/平方米豪华装修及家私，拎包入住。

在现场，一位来自浙江的陈女士在认购了两套酒店式公寓后，兴奋地向告诉记者：“上次国际旅游岛获批后，我专程从浙江跑来

买房，清水湾新开的星海传说组团 800 多套房源 4 个小时全部卖光，结果只能让我空手而归。这次新推出海景酒店式公寓我都关注 9 个多月，今天终于认购了两套。每次来清水湾都有不一样的感觉，在现场感受到了清水湾开发规模气势磅礴，物业配套很齐全，而且是国际旅游岛中重点打造的精品项目之一，我十分看好这里的升值前景，在海南清水湾可以看到国际旅游岛的未来。”

稀缺资源焉能不开门红

据现场介绍，今年 6 月 8 日《海南国际旅游岛建设发展规划纲要》出台后，明确规定海岸线最高潮位 100—200 米以内禁止审批住宅用地。因此，海南清水湾占据一线海景的酒店式公寓即将成为真正的稀缺资源产品。据统计，今年 7 月份海南清水湾新推出的泰式欧式别墅赢得市场青睐，开售当天首推 50 套全部售罄，半个月销售逾 100 套，并取得淡季旺销的佳绩，9 月 11 日新推出海景酒店式公寓，再次赢得开门红。简毓萍女士在接受采访时谈到，海南清水湾是中国滨海旅游地产的标杆项目，稀缺的滨海资源、日益成熟的湾区配套及产品的高性价比，再加上雅居乐品牌影响力是海南清水湾在淡季一直持续热销的关键所在。

雅居乐海南清水湾开发两年多来，累计完成投资超过 70 亿元，开发面积逾 100 万平方米。目前，已建成两个高尔夫球场、四个不同景观的和风格的建筑组团，并且引进国际品牌城，打造海南国际旅游岛购物天堂，第一条商业街区已开业，现拥有 5000 名来自全国和世界的社会财富阶层成为清水湾的业主。

楼市物语

京城房展 海南楼盘占据“半边天”

9 月 16 日-19 日，被称为楼市风向标的秋季房展在北京国贸中心如期举办。为了抢占“金九银十”的购房高峰，国内外近百个项目齐聚京城，参加本次展会。其中北京楼盘仅占 50%，其余展位全部被海南等地以及国外项目占据。其中海南参展项目多达 38 个，几乎清一色推荐以度假休闲为主导的旅游地产。

大盘争奇 小盘荟萃

海南项目几乎把北京四季房展当成了海南以外的另一个竞技场。海南之心、清水湾、神州半岛、平海逸龙湾、海航地产等纷纷设立独立展位，并在现场推出各类优惠活动，吸引了不少投资客和高端度假休闲人群的目光。而由三亚房地产协会组织的多个项目集中展示则更受到银发购房者的青睐。虽然展会期间，北京秋雨绵绵，但海南楼盘的展位前始终人头攒动。其中，海南之心项目最受欢迎。展会开始不

到一小时，就很快售出两套迷你别墅产品，还有客户表示对他们尚未推出的独栋别墅非常青睐，开盘后一定会购买。

性价比是决定销量的关键

“在海南买房的外地客户都不是首次购房，很多时候客户比销售代表还专业。项目做得好不好，客户一眼就看出来了。”参加房展的一位置业顾问这样告诉记者。在房展现场，记者明显感受到了参展的海南项目为了更好地满足客户需求，越做越精，越做越好。从以前单纯追求“海景”已经发展到了注重产品各方面的均好性。

就拿海口的一个超级大盘——海南之心来说，首先，海景是必须的。整个项目坐拥海口市中心岛屿新埠岛，整岛海岸线全长 13 公里。第二，配套全面高端。海南之心项目的一期实现了全岛各主要配套。包括拥

有近 150 个游艇码头的国际游艇俱乐部，五星级酒店大酒店，6 万平方米的商业街——星海湾广场和企业总部。第三，产品规划设计超前：海南之心的整岛规划是由设计过北京奥运公园和上海世博场馆的国内著名建筑大师周恺先生及其团队倾力打造的。从宏观角度看，整个项目根据整岛地形和新埠岛的文化传统设计了六大公共配套区和六大高尚住宅区，做到了以人为本，因地制宜。从微观角度看，一期的新亚洲游艇别墅设计得滨水邻湾、前庭后院、户户美景。第四，极具海南特色：考虑到海南购房者大多以度假和养老为目的，户型面积以实用为主，总价不宜太高。海南之心的游艇别墅面积在 148—306 平方米之间。综合上面几大因素，海南之心的市场认可度必然很高。据该项目的营销负责人介绍，这个项目开始特惠认购十余天，已经售出 70 多栋别墅，实现回款 2 亿多元。

海南项目备受北京媒体关注

“现在，北京人买海南的房子已经成为一种趋势。在一个圈子里，只要有一个人买了，他的朋友都会很快成为海南楼盘的业主。大家都以拥有一套海景房为荣。”北京某媒体同行这样跟记者说。在房展现场，记者发现北京各大媒体都格外关注海南楼盘。因为当地读者希望借房展之机，通过他们熟悉的媒体更多地了解海南楼盘的情况。

据统计，现在北京人已经成为海南楼盘购买者的主力军。尤其是高端项目，几乎占到三分之一，数量远远超过了大家传统上认为的东北人。针对这一点，各大楼盘也纷纷推出针对北京房展的优惠。比如给客户赠送海南特产，报销北京至海南往返机票等等，就是希望借此机会，更好的向北京客人推介海南楼盘，推介海南岛。

样板间

项目地点:清水湾
设计单位: 恒泰装饰 三亚设计中心
设计师: 王振
风格: 地中海
主要材料: 仿古艺术砖, 马赛克, 大理石, 防腐木等



本案的主色调运用清新素雅的白与蓝，象征着蔚蓝色的海洋与白色的沙滩。没有艳丽的颜色和夸张的装饰，以白土白为主，浅浅的具有不同质感与色彩的白与蓝色条纹，在家具，墙面，顶棚立柱各个面的化解与延伸使整个居室充满了视觉的清新感，呈现质朴，唯美的空间气质。

《房产周刊》特约家居装饰公司:恒泰装饰
三亚分公司地址:三亚市金鸡岭商品达新世纪花园首层
电话:0898-88391699
海口总部:0898-68551911
海口万佳分部:66830908
琼海分公司:62926611
家俱厂:65923077

恒泰装饰
HENGTAI DECORATION
全国免费咨询电话: 800-8765-009 www.htdc.net