

主编/汪开诚 首席编辑/熊键恒  
图编/言琼 美编/陈懋  
校对/张郁文

三湘房产网 [sxfdc.voc.com.cn](http://sxfdc.voc.com.cn)

2010年8月6日,对于《三湘楼市》来讲是一个特殊的日子。

以往,翻开《三湘楼市》,内容更多的是局限于长沙,对长沙以外的地市关注极少,和同城的其它纸媒一样,我们更确切的说只是长沙楼市。

从今日起,我们的新闻触角将扩张到全省,而不仅仅局限于长沙。我们致力于为全省的读者带来更多、更丰富的楼市资讯,致力于为行业精英带来更广泛、更权威的市场行情。



## “一小时生活圈” 六城样本

2009年12月29日,武广高速铁路正式开始运营。在许多人眼里,武广高铁其实并不仅仅是一条交通的道路,更是一条商业的道路,一条生活的道路,它成就的,是一个特殊的经济圈、生活圈,我们称之为——“一小时生活圈”。

“一小时生活圈”是指“以省会长沙为核心,一小时车程为半径范围内”的一个生活圈、经济圈。随着岳阳、益阳、娄底、株洲、湘潭、衡阳、常德等长沙周边城市之间交通网络以及经济的不断发展,人们的居住观念不断变化,“一小时生活圈”已经形成,并对湖南楼市起着不可忽视的推动作用。

### “一小时生活圈”渐形成

基础建设成就显著,交通设施不断完善,益阳、娄底、常德等城市与长沙之间,形成了一个以高速公路和国道省道为骨架、县乡道路为支脉,连接周边并运行通畅的公路网。而通过交通一体化的发展,湘潭、株洲、岳阳等城市与省会长沙之间,也逐渐形成以高速铁路、城际铁路高速公路为主的轨道通道与干线公交于一体的立体化公共交通系统。

2009年12月26日,武广高铁的正式开通使得长沙到株洲、衡阳的车程仅为15分钟、30分钟。随着高速公路的快速发展,岳阳、益阳、娄底等周边城市之间的车程更加缩短,“一小时生活圈”渐形成。

“综合立体网络交通提高了各大城市间交通的通达性,城市的凝聚力和辐射力增强,使得各大城市打破了地域限制。”顺天集团总经理何洪伟认为,“一小时生活

圈”实际上也是经济圈,在其发展的过程中,长沙这个中心城市与周边城市互为作用,发展越来越均衡,体现在数据上就是周边城市房价向长沙靠拢。

### 市场或将步入黄金阶段

郊区楼盘逐渐走俏,“一小时生活圈”使得郊区地段升值潜力大增,郊区与市区紧密联系起来。人们置业的产品类型和地域选择悄然变化,选择宜居住宅,污染较小,交通便利的郊区楼盘,“投资、居住、养老”三不误。另外,株洲城铁站点、武广新城、衡阳株洲沿线城市附近楼盘将成“香饽饽”。市民明显感觉购房的选择越来越多。

各大城市圈内相互投资变热。据了解,2010年,株洲、湘潭等城市市民在长沙购房比重逐步提高,长沙南城板块的楼盘中株洲、湘潭客户总成交量占1/3左右,个别楼盘甚至四成以上。与此同时,株洲的开发商也在积极“走出去”,进军长沙、湘潭等市州市场。如,湘银在湘潭开发了纳帕溪谷,华晨在长沙万家丽路开发规划建筑面积26万平方米的潇湘名城。城市化的加快,武广高铁开通后衡阳与各大城市的对接激活了房地产经济,衡阳的商品房价维持着“稳中有升”走势,成为极具潜力的市场洼地。

“‘一小时生活圈’是城市化发展的趋势,各大城市的房价将会更加的均衡,人们的选择更多,人口加速流动对二手房同样有相当大的促进作用。”上海天音地产华南区总经理撒韬表示。

■记者 唐琨 实习生 黄姝

### 业内声音

事实上随着房地产市场的发展,越来越多的开发商将触角伸至长沙以外的市州。三湘都市报内容先行,有前瞻性。走不同的路子,才会越走越宽。

——湖南金科房地产开发有限公司总经理何希平

希望三湘都市报以后能真正做到全方位,全视角对全省各地楼市的报道,为开发商和购房者提供全面的指导和参考。

——湖南富基置业有限公司董事长魏朝阳

三湘都市报本身就是唯一发行覆盖全省的都市报,三湘楼市加大对市州的报道力度,一方面契合了报纸本身的定位;另一方面也有益于全省各地楼市理性健康的发展。

——竞投银泰(湖南)置地投资有限公司副总经理朱李平

■记者 何小红

### 市州楼市

#### 岳阳

合富辉煌数据显示,2010年6月岳阳楼市高层均价为3171元/m<sup>2</sup>,多层均价2023元/m<sup>2</sup>。

#### 湘潭

今年1-5月,全市商品房均价为2636元/平方米,较上年同期增加705元,增长36.5%。其中,商品住宅均价2519元/平方米,同比增加666元,增长35.9%。

#### 郴州

2010年上半年出让住宅及商住土地共15宗,成交总面积为216206.27平方米,土地流拍仅1宗。其中4万平方米以上的地块有两宗,1-4万平方米的有四宗。

#### 怀化

怀化房地产快速发展主要的支撑力量仍是市区内改善型与新增刚性需求。怀化房地产市场处于上升阶段,高层均价在2500元/平方米左右。

#### 株洲

7月第一周、第二周,株洲市区商品住宅成交均价分别为2955元/m<sup>2</sup>、2969元/m<sup>2</sup>。进入购房者视线的最敏感市场数据从“3”字开头一下子变成了“2”字开头。

#### 常德

2010年1-4月,常德市城区新投放商品房7.95万平方米,同比下降53.32%。其中新投放商品住宅6.86万平方米,同比下降42.83%

■制图/杨诚

## 坚持筑梦前行 融汇国际视野 和记黄埔地产 掀开星城豪宅新一页

如果说,产品给人的印象更多是外在的,物质层面的,那么,品牌则是企业在长期的历史积淀中逐渐形成的一种内在的涵养和气质,和记黄埔地产的品牌就是在优秀的建筑、园林、服务的基础上,更为注重内涵、文化、气质、品位等精神层面软环境的营造。

这是一个不断产生商业神话的时代。神话的创造者,如比尔·盖茨、山姆·沃尔顿、沃伦·巴菲特、杰克·韦尔奇等,他们以巨大的商业成功,享受着大众近乎狂热的崇拜和追捧。

在短短数十年间,和记黄埔地产集团融汇全球各行业智慧和世界地产开发经验,以独特的建筑设计、品牌的卓越,创造了一个又一个令人惊叹的地产神话。目前,和记黄埔地产的足迹已经遍布全国18个城市,更不断开拓市场,于英国、新加坡与巴哈马等海外国家均拥有投资项目。

坚持筑梦前行,拥有深厚积淀,和记黄埔地产的品牌已经深入人心。在开发产品的过程中,和记黄埔地产一直希望通过各个环节的结合,努力营造一种文化气质的内涵表现。

在建筑细节上,和记黄埔地产摒弃一味重视容积率的做法,以低密度的建筑,让生活于城市的人们得以心灵上的舒缓。

在景观细节上,和记黄埔地产在香港首创「花园城市」式住宅概念,创造最为纯粹的居住体验,让看不到绿色的人们得以走近自然,此后更将香港及海外的成功经验引进中国内地。

在物业管理方面,和记黄埔地产引入国际管理理念,致力提供细致贴心的服务,让住户享受更舒适写意的生活。



在品牌细节上,和记黄埔地产始终挑战自我,追求“城市、风景、品位”的高端品牌,实现对于国际化、自然化人居的重新诠释——在品位之上的品位追求,让习惯了简单生活的人们得以体验精致生活。

“不要局限自己,眼光要放远些。”这就是和记黄埔地产提出的“大城无界”理念,在这一些理念指引下,和记黄埔地产凭借国际化的视野、精细的管理、丰富的开发经验成就无数高端产品,与世界并肩。