



一线城市成房企抢地“集中营”

1月份土地成交530亿元

本报讯 据中原地产市场研究部统计数据，2015年1月份，一线城市合计成交土地58宗，成交金额达到了5309亿元，与2014年12月份的378亿元相比，环比上涨了40.4%。更值得关注的是，1月份土地成交平均溢价率达到了28.6%，这意味其平均溢价率创下2014年1月份以来的最高点。

记者注意到，2014年全年，除了1月份一线城市土地出让平均溢价率达到50%以上外，其余11个月均低于26%。

2月3日，首創置业以5.98亿元夺得北京顺义一块包含经营性养老用地的土地，商品房部分楼面价为每平方米11万元，如果加上对养老地块的投入，商品房住房部分楼面价每平方米将超过两万元，溢价率超过30%。

值得注意的是，房企对这块地的争夺非常激烈，经过56轮厮杀才定下买主为首創置业。“多家企业竞争拿地，基本可以判断2015年北京土地市场的竞争会非常激烈”。中原地产首席分析师张大伟向记者如是表示。

此外，中原地产监测的另一组数据显示，以华润与首开、招商的联合体为例，其1月份在北京拿地金额合计达到192.81亿元。由此可见，房企在一线城市拿地积极性明显比2014年上升。

对此，张大伟表示，拿地节奏可以看出房企对未来楼市的判断。2014年初，20强房企在土地市场上表现得较为保守，直至去年9月份，部分企业才出现在土地市场上，其中，万科、远洋、保利等企业当时均大幅度拿地。此后，房企逐渐开始对一二线城市

增加土地储备。

不过，另有业内人士认为，目前从土地市场的出让情况来看，房企布局正发生变化，三四线城市由于过量的楼市库存难以消化，市场饱和度高，房企到这些区域拿地的意愿非常低。

相反，一线城市和部分二线城市成为房企抢地的“集中营”，甚至不断推高地价。目前，一线城市楼面价接近或者超过周边房价已经成为土地市场的新常态。有分析人士认为，房企高价拿地是有风险的，从北京2015年供应

的豪宅规模就可以看出，北京动辄每平方米售价达10万元以上的豪宅在多区域内集中入市，这势必对高端楼市竞争格局造成影响。毕竟，大量豪宅入市后卖给谁，市场是否真正具有接盘能力都有很大不确定性。

对此，世茂集团副总裁蔡雪梅曾对记者表示，开发商依靠挖掘土地增值价值找利润的地产高速增长时代已经结束了，未来将以拼产品见长，企业应该严控负债率、回款率、利润率和销售率。

(证券)

寻找鹰城乐跑族

“万人乐跑”3月揭幕

自从“华诚荣邦杯鹰城·万人乐跑活动”举办消息发布以来，迅速激起了鹰城市民运动健身的热情，两部报名热线电话一直响个不停，有个人报名，也有全家出动，更有组团参与的。

据不完全统计，目前报名参与比赛的人数已经超过了千名，还有更多市民因为人数过多而无法报名参与。“华诚荣邦杯鹰城·万人乐跑活动”将于今年3月份在新城区举行。

“万人乐跑”3月开跑

在电影《阿甘正传》中，有一场令人印象深刻的长跑，这场横贯美国的长跑持续了三年零两个月，阿甘为什么而跑，从来不为伟大的理由，阿甘说：“我只是想跑！”仅此而已。如今，在平顶山，同样将进行一场令人动容的“万人乐跑”活动，吸引了众多跑

步爱好者的追随。

世界卫生组织的数据显示，全世界亚健康人口占比已达75%，真正健康人数只有5%。人们因为各种各样的原因长期处于紧张的环境压力下，很容易进入亚健康状态。除了身体的健康水平长期处在一个灰色地带，亚健康也同时表现在心理上，现代人常常感到不快乐、不幸福，这也是亚健康的表现。

“华诚荣邦杯鹰城·万人乐跑活动”以“跑出快乐、跑出健康、跑出友谊”为口号，畅游全城，宣战亚健康，呼吁全民培养健身意识。其实，除了健康，我们还有其他奔跑的理由，你可以为快乐、为生活、为友谊，甚至像阿甘一样，不为什么，Just Run!

“万人乐跑”引发全民健身热

自1月14日“华诚荣邦杯鹰

城·万人乐跑活动”举办的消息在本刊发布以来，迅速引燃了鹰城市民运动健身的热情，竞相报名参加活动，平顶山日报社房地产广告部和蓝湾新城销售中心的两部报名电话就没有停过。

本次活动由华诚荣邦地产股份有限公司承办，以蓝湾新城小区北门为起点，以湖边西湖公园为终点，全城开跑。开跑路线为：蓝湾新城小区-长安大道-公正路-西湖游园公园-长安大道-翠竹路-蓝湾翠园。

“虽然强调乐跑，但我们也为参与者准备了精美大礼”。据主办方负责人介绍，大赛将最终评出金银铜牌得主若干名。金牌得主将获得4999元现金和20000元购房券；银牌得主奖品为价值1000元的物品和10000元购房券；铜牌得主奖品为价值500元物品和5000元购房券。

如何参与比赛？本次比赛不

设门槛，凡热爱跑步的市民均可报名参加，想参与的市民即日起可前往平顶山日报社房地产广告部和蓝湾新城销售中心报名。

搭好舞台，全民乐跑

“这是我们酝酿很久的活动，推出这个活动就是让鹰城更多的人能参与进来，运动起来，让我们的身体更健康”，华诚荣邦地产股份有限公司营销策划部负责人表示。

他说，为了让大家享受健身的乐趣，让大家尽量呼吸到更清新的空气，所以将活动地点设置在了环境优越的新城区。“华诚荣邦搭建这样的平台就是让广大人员参与进来，我们不仅要为城市的建设提供物质建设，更希望为我们鹰城的精神文明建设做出贡献。”

他同时表示，乐跑活动只是

一个开始，活动期间，华诚荣邦将推出一系列公益活动。如健康新城。城市乐跑倡导健康活力的生活方式，同时结合其他健康活动，比如老中医把脉问诊主题活动，促进活动的提升。同时，还推出以下活动：

先住后付。利用蓝湾新城的样板房，推出先住后付活动，借助微博、微信、报纸等方式持续更新，让广大业主借助近在身边的媒体感受真实的蓝湾新城生活，从而传播、了解和认可蓝湾新城。

装修创意大赢家。邀请专业装修公司走进蓝湾新城和业主互动，指定装修公司装修某些房源，同时和准客户或者业主积极互动，以业主青睐的装修公司为首选。

帮扶互助。建立蓝湾新城和业主帮扶互助村，组织爱心义捐和爱心互助活动，践行华诚荣邦的公益理念。(段晓芳)