

焦作建业府

# 隐于繁华中的闲适之居

本报记者 韩静森

自古以来,便有“小隐于野,大隐于市”的君子风范,体现了古代士人对于生活环境的独特追求。时至今日,人们依然向往着“出则繁华,入则宁静”的理想居所。既能享受物质的便捷,又可拥抱安宁的精神归宿,始终是中国人无法割舍的居住向往。焦作建业府择址我市老城区繁华地段,汇聚舒适居住生活与城市繁华万象,让生活变得高效、时尚、便捷、舒适的同时,回归内心的闲适与平和。

商圈环绕,享城市繁华。焦作建业府周边大型商圈环绕,焦作市百货大楼、百大超市、和平街商街,吃、喝、玩、乐、购,一站式即享。无论是柴、米、油、盐、酱、醋、茶的日常所需,还是季节变化添置新物,不管是特色小吃还是精致大餐……居于此,都能全方位满足业主的生活需求。

学府环绕,享醇厚学韵。从“孟母三迁”到“岳母刺字”,对子女的教育,始终被父母所重视。在现代社会,为了给孩子们创造更好的教育条件和学习环境,家长们纷纷选择迁居至名校周边。浓厚的文化氛围、优越的人文环境,让每一个孩子都能够得到更好的发展。焦作建业府与焦东路小学、焦作市第十七中学相邻,优质学府环绕,成长快人一步;出门步行不远即可到达学校,家长更可以目送孩子上下学,省时省心,使职场人士能够更加专注于事业的发展,实现事业与家庭的和谐平衡。



医疗高地,为健康保驾护航。医院作为城市中的稀缺资源,并不像商业配套那样广泛分布,因此对于有小孩和老人的家庭来说,与医院距离的远近直接影响到家庭生活的幸福指数。焦作建业府与市人民医院、市妇幼保健院相邻,可随时享受便捷、优质的医疗服务,为家人的健康生活保驾护航,幸福生活再加分。

品人间烟火,享绿色生活。焦作建业府毗邻市雕塑公园与市人民公园两大生态绿洲,融合城市的喧嚣与自然的宁静绿意,为居民创造了一个鲜氧环绕、自然宜人的居住环境。居于此,人们不仅能够沉浸

于人间烟火的温馨与多彩,更可近距离领略四季更迭所展现的自然美景,闲暇时悠然漫步于葱郁的林间小道,感受绿意盎然的生机与花香四溢的芬芳,或投身于丰富多样的户外运动之中,实现身心的彻底放松与愉悦。

让繁华与舒适、静谧的生活同在。焦作建业府致力于提升居住者的生活品质,以多维度醇熟生活配套资源,呈现不一样的城市精彩生活,为居者打造高品质美好生活场域。

上图 焦作建业府营销中心内景。 韩静森 摄

## 建业新筑

# 为爱置业 “住”定一生

本报记者 韩静森

婚房是每对新人未来共同生活的空间,承载着深厚的爱与期望。那么,究竟何种居所能够完美诠释浪漫与承诺,触动人们内心深处对于家的渴望呢?建业新筑洋房产品,作为焦作市场瞩目的热门楼盘,为寻求婚房置业的恋人提供了理想之选,引领相爱的两个人找到专属的幸福答案。

常言道:“眼见为真,耳闻易谬。”在房产市场中,期房因需长时间等待,其间变数难料,相较之下,已经交付的现房和能迅速交付的准现房,对于婚期将近的新人而言,实为更佳之选。建业新筑,以实景现房呈现,实现即买即可装修入住的便捷,低密度洋房设计,更显居住品质。6月26日,建业新筑二期产品提前交付,彰显了企业的责任感与执行力。而出类拔萃的产品口碑,则为婚房提供了坚实的安全保障。

据观察,部分住宅在居民入住后,常因物品增多而导致空间显得日益紧凑,进而影响了居住的舒适度。建业新筑洋房产品,其建筑面积约112平方米的三房户型,阳台、飘窗、电梯前厅区域巧妙设计,额外赠送建

筑面积约14平方米的空间,相当于增添了一个小房间,从而有效降低了居住密度,提高了得房率,展现出极高的性价比。

此外,建业新筑还提供了建筑面积约125平方米的三房洋房产品,该户型特别设计了约5米宽的宽敞客厅,为生活场景提供了灵活的变换可能。从二人世界的温馨私密,到孩子游乐的欢声笑语,这一空间能够灵活适应居住者的不同需求,可进行拆分、重组乃至扩展,展现出强大的可改变性,让空间持续焕发新的活力。

为确保每户均能独享独立空间,建业新筑的洋房产品将室外前厅设计打造为室外玄关,不仅为爱家增添了额外空间,还通过一梯两户的设计,极大地提升了居住生活的便捷性。该户型配备超大阳台,且三开间均朝南,使得整体空间通透性与视觉



观感达到极致。室内光线充盈,视野开阔,让居住者能够轻松举目赏景,享受惬意生活。

最为深情的誓言,并非仅仅局限于“让我们永远在一起”的浪漫表述,而是蕴含着“我将永远守护你”的坚定承诺。恋人在传达爱情的甜蜜与温馨之际,更应致力于为对方构建坚实、可靠的港湾,建业新筑愿成为你爱情居所的守护者,将以家为中心、以幸福为半径,营造更有质感、更温暖的社区,为业主描绘更美好的品质生活。

上图 建业新筑小区实景。 韩静森 摄

## 小区电梯广告收益 你享受到了吗

本报记者 王倩

说起小区广告,大家都不陌生。小区门口、车库出入口、电梯里,各类框架广告、电视广告铺天盖地。小区广告无处不在,作为业主的你同意了吗?而小区的公共收益又去了哪里?记者近日走访发现,很多小区尽管有不少看得见的公共收益,却很少主动公开,业主对于这一部分隐藏收入自然不得而知,更别提发红包或者福利了。

记者走访了我市多个高层住宅小区了解到,不少住宅小区的电梯轿厢里都有商业广告,但大部分业主都不知道电梯轿厢里的广告收入该归谁所有,更不知道这些广告收入具体是多少。记者在采访后得知,电梯轿厢里的广告牌大多是广告传媒公司和小区物业服务公司签订的合同,商业广告要进入小区,必须通过广告传媒公司,这些公司会向小区物业服务公司支付广告位租赁费。我市一部电梯轿厢一年的广告收入大概是300元,具体价格略有差异。小区物业服务公司将这些广告收入花到哪里了呢?记者走访了几个小区的物业工作人员,他们表示电梯轿厢内的广告收入大多贴补到了电梯维修或者小区内公共设施设备的维护和维修上。“我们小区每年都有公示,业主可以清晰知道小区各种收入和各项支出。”我市一物业服务公司负责人表示。

根据有关规定,小区内的电梯作为共用设施,属于业主所有。当物业服务公司或其他管理人在电梯内张贴广告所产生的收入,在扣除合理成本之后,属于业主共有。这意味着,电梯轿厢内的广告收入在扣除相关成本后,应当由全体业主共享。此外,物业服务公司有责任向业主公示电梯广告的收入和成本,确保透明度,并且由业主大会或业主委员会决定收入的分配或支出。

“利用小区公共部位进行收益,一定要征得全体业主同意,所得收益应当主要用于补充住宅专项维修资金,也可以按照业主大会的决定使用。”业内人士对此表示,这一规定旨在保护业主的权益,确保公共设施产生的收益能够惠及每一位业主,同时促进小区管理的透明度和公正性。

电梯广告收入作为利用业主共有部分产生的收入,其归属权明确属于全体业主。要让这笔钱来得清楚、花得明白,就需要业主积极关心和参与小区公共事务,一起维护自己的合法权益。