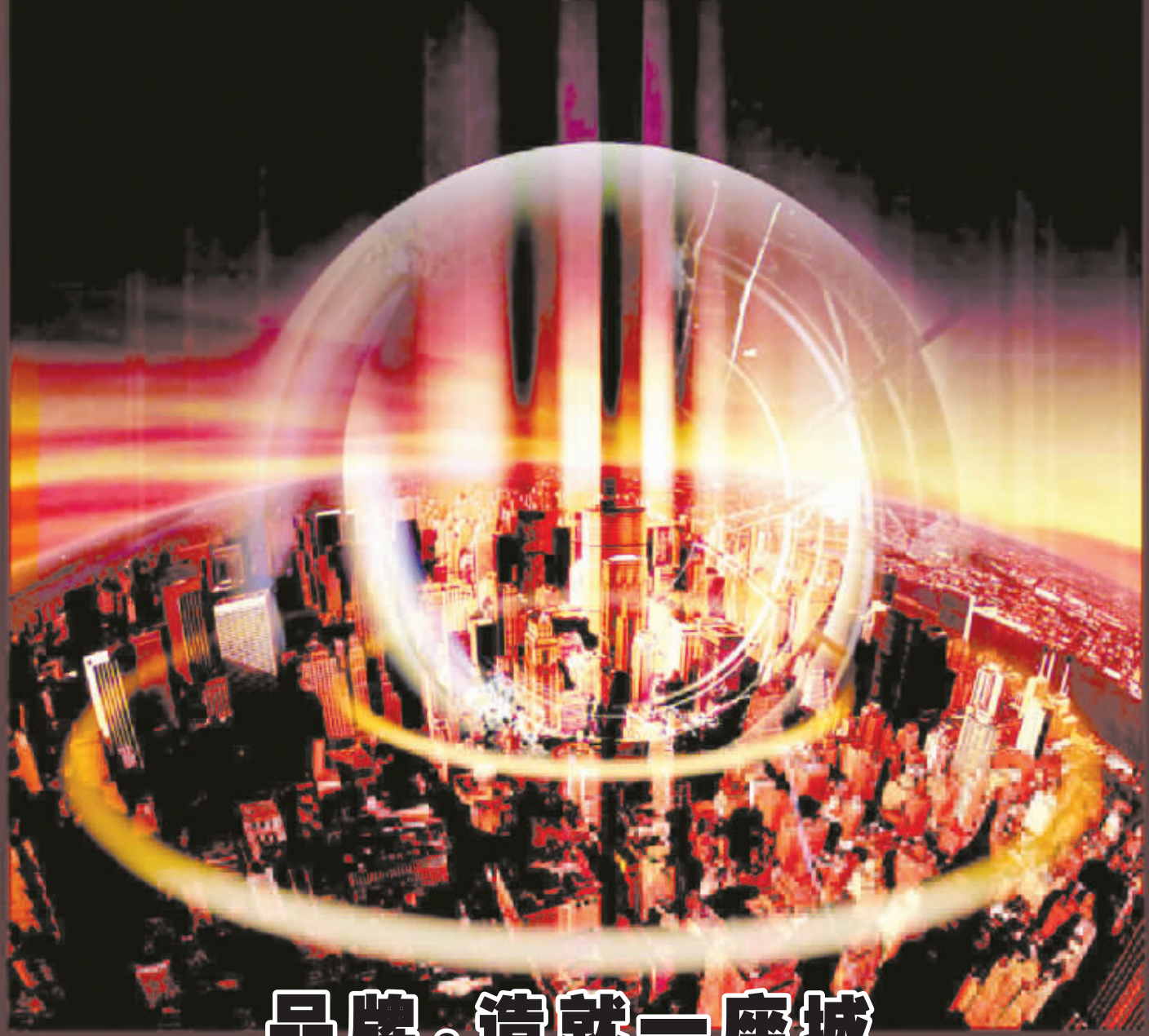
BRAND FUSION

品牌聚变

“曼哈顿效应”



品牌，造就一座城

每个城市都有一个灵魂，城如人人心中都有一个信念。

美国曼哈顿，一个占地50多平方公里的半岛，会聚了百老汇、华尔街、帝国大厦、格林威治村、中央公园、第五大道……绝佳的地理区位，强大的企业支撑，让它成为美国乃至全球的经济中心。而事实上，在很多人心中，曼哈顿已经不再仅仅是区域的名称，而是一个繁华、富足、高尚、顶极的代名词。从某种意义上说，它代表了很多城市都梦想拥有的灵魂。

今天，当美国曼哈顿经历4个世纪的风雨征途后，远在大洋彼岸的中国郑州，随着中部经济的急速崛起，一座同样的曼哈顿也正在诞生。

2005年，燕庄拆迁协议签署，2006年7月，河南升龙置业有限公司首次公布了“郑州曼哈顿广场”方案，一个集高档居住、商务办公、商业、娱乐休闲为一体的综合建筑群，目标是打造中原地区标志性建筑群落。8月，燕庄最后一栋高楼成功拆除，“曼哈顿广场”正式开始了它的中原征途。

到今年9月，曼哈顿即将迎来它的1岁生日。然而这个看似年轻的楼盘在短短的时间内，却创造了无数个奇迹：每周一层的曼哈顿速度；上百家国内外名牌争相入驻曼哈顿的盛举；5个月15亿的销售奇迹……如今的郑州曼哈顿广场，正在幻化着某种蝶变，更纯粹地说，是一个品牌的聚变。

随着曼哈顿品牌的崛起，它正在用自身的魅力，书写着一个城市的神话，铸就一个城市的品牌……

晚报记者 卢林