



第十一届中国(郑州)国际园林博览会
The 11th China (ZhengZhou) International Garden Expo

诗与画的新郑州 你和我的园博会



遵义园 铭记红色文化



遵义园靠近园博园东门,占地2000平方米,以“红色丝路,引领绿色城市新起源”为主题思想,以“遵义会议”、“四渡赤水”与红军烈士陵园、红娘子雕像等为历史符号,以铭记历史、不忘初心、百折不挠、攻坚克难精神为主线,在园内打造一条红色丝路,表现了走在新长征路上的绿色新遵义、生态新遵义。

遵义处于云贵高原向湖南丘陵和四川盆地过渡的斜坡地带,地形起伏大,地貌类型复杂。海拔高度在800~1300米,在全国地势第二级阶梯上,常有“地无三里平”之说。遵义园通过对微地形的塑造,模拟遵义连绵起伏的地形。展园中心水景通过红色砂岩模

拟赤水河谷的地形特征并结合了“四渡赤水”战役,希望既能给游客展示赤水的丹霞地貌的风采,又能让游客加深对“四渡赤水”的印象。园内还建有“红娘子”雕像、“遵义会议会址”模型等,铭记红色历史。由于茅台酒独产于中国贵州省遵义市仁怀市茅台镇,遵义园内还建有“茅台酒”流水陶罐,表现茅台文化。

为了让游客感受到遵义湿润凉爽的气候,园内特别加入了冷雾系统。当冷雾系统打开时,整个园区云雾缭绕,清凉宜人,宛如仙境,让游客从视觉、触觉中感受到凉爽的遵义。

郑报融媒记者 裴其娟 文/图

武汉园 孩子嬉水乐园

武汉园面积2100平方米,园区设计主题为“水”,以大江大湖大武汉的地域特色为基础,通过柔和云梦大泽、鼎立三镇、楚水建筑等文化元素,以创新的手法打造山水生态园林。

武汉与水有缘,武汉园由梦泽记忆、大水之魂、治水历程、浪漫江城、嬉水乐园、依水栖居六大部分组成。嬉水乐园,设置临水场地,使水面可以漫过岸边形成小型亲水平台,加上几组跳跳泉和红色卵石与植物的搭配,打造可参与性亲水体验空间。结合童趣的小构件,增设水闸和不同障碍物,让孩子们在嬉戏中体验水流方向和水体形态的变化,孩子们可通过随意转动水车、调控水闸、移

动障碍物,感受水流方向和水体形式的变化;依水栖居,依照《九歌·湘君》中“薜荔柏兮蕙绸,荪桡兮兰旌”(用薜荔作帘蕙草做帐,用香蒸为桨木兰为旗)、“鸟次兮屋上,水周兮堂下。”(鸟儿栖息在屋檐之上,水儿回旋在华堂之前)描绘的美好场景,营造武汉依水栖居的场景,展现与水为友的理想。

武汉园最大的亮点就是水和植物。园中两大水域,遍植乔木、竹类、灌木、藤本、水生植物、地被等多层次多种类植物,具有地域特色的荷花、睡莲、芦苇、千屈菜、菖蒲、花叶水葱、梭鱼草等楚辞香草遍布园区水域。

郑报融媒记者 裴其娟 文/图



优信加快线下布局,引领二手车消费升级

伴随着消费升级和政策开放,二手车市场迎来快速发展,市场竞争不可避免日趋白热化。车商作为连接消费者和二手车的重要渠道,赋能二手车车商的电商平台地位愈加凸显。优信二手车以创新和技术推动,加快线下店布局,帮车商卖车,助消费者买车,使双方找到平衡点达到双赢,引领二手车消费升级。李冬生 陶方凤

布局线下,提升顾客消费体验

在6月份的品牌焕新暨战略发布会上,优信董事长兼CEO戴琨正式宣布,到2020年,优信将在全国建立2000家门店,以打造全新的二手车消费体验。据悉,优信目前已经在全国400多个城市,建立了300多家线下门店。而全新品牌升级之后的线下体验店,也已经在呼和浩特、郑州等地开业;位于上海、西安等地的新门店,也将在近期陆续投入使用。

助客买车,保障二手车品质

购买二手车,消费者最在乎的还是品质问题。在产品质保方面,优信线下体验店严控车源质量,采取四道程序保障消费者选购优质二手车。

首先,在选车时,体验店专业顾问会帮消费者选择手续齐全的二手车;其次,专业顾问利用优信大数据,全国比价,帮消费者跟二手车商议价;再次,优信采用专业的检测师对二手车进行车况检查,如果复检通过,会赠送消费者一个优信认证;最后,

以郑州为例,目前优信已在郑州布局两家线下门店,这些都是品牌升级后线下体验店,高端定位装修,顾客可使用一体机、电视等直观看车。优信二手车郑州分公司城市经理路峥表示:“接下来,郑州将在路路通二手车市场附近布局第三家店,在郑东新区布局第四家店,以优质的环境和细致的服务提升顾客消费体验。”

在优信认证下,消费者在30天内发现水淹火烧等重大问题,可以享受免费退车,同时享受1年或2万公里的保修政策。

“在我们品牌升级后的线下体验店里,顾客可以快速完成购车的一整套流程,专业顾问一对一服务,满足顾客所有需求。”路峥说,顾客在网上选定车型后,体验店工作人员会主动给顾客联系,介绍体验店服务,帮助顾客选车看车,并提供低息首付分期金融服务。

帮车商卖车 已与郑州90%车商合作

开业一个月,郑州优信二手车线下体验店帮助车商卖车的转化率就超过40%。路峥说:“当前郑州有90%上的二手车商跟我们有合作。”

有一位郑州二手车商家,看到“海口二手车商抵制优信平台”的新闻时,表示不满,他说:“我为优信正名,优信是真正为二手车商服务的平台。”在二手车商眼中,优信作为二手车电商平台,赋予他们很多能力。线下体验店帮助二手车商采集车源,提供购车融资贷款,为消费者轻松解决低息金融产品,这些都将有助二手车商们更好更快地卖车。

“这些线下店既没有库存,也没有展厅。优信在线上集中展示的所有车源,都来自线下车商。”戴琨表示,“优信将坚定地做平台,做整个行业的基础设施,不会与线下车商争利。2017年,优信的广告投放将超过10亿元,优信将把由此带来的巨大流量以及品牌势能,以及自身的保障能力,更好地分发给中小车商,使其同样具备为用户提供一流服务的能力。”

