



[第一资讯]

### 中凯·华府 2000余人参与选房

近日,中凯·华府公开选房,当天销售500余套,销售额达2.3个亿,一举刷新了郑州楼市当天销售记录。据了解,优秀的产品品质使中凯·华府自推出以来,就一直成为置业者们关注的焦点,更获得“人气指数双冠王”等荣誉。

据了解,本次中凯·华府选房活动,选房当天分优尚大户型和精致小户型两批进行,选房活动从早上八点半开始,但六点到已有很多客户陆续赶来,当天到场客户2000余人次。 张露露

### 世贸商城 百强服装品牌招商

日前,来自广州、深圳、北京、杭州等地的全国十大优秀女装生产厂家、280名中部实力女装服装代理商、40名中部服装终端经销商应邀参加了世贸商城百强服装品牌(中部)联合招商会(女装专场)。

现场,各个服装生产厂家分别以品牌推荐及服装走秀的形式传递产品信息,共展示不同风格的女装近200套。 郭雷

### 博客工社 4个月销售近90%

七夕前夕,索克置业诚邀博客工社客户,共享博客工社项目开盘短短几个月来取得的骄人成绩和河南省首届博客大赛获奖者的喜悦。

博客工社开盘4个月来,销售业绩已有近90%。博客工社主题活动河南省首届博客大赛历时3个多月,得到了广大博友的大力支持,收到博文千余篇,经过选拔和评比,大奖终于揭晓。 郭雷

### 亚星集团 400米浮雕墙落成

上周六,由亚星集团联手河南省中国书画协会打造的400米中华历史文化浮雕墙在亚星盛世家园落成揭幕,此外,“亚星杯”河南省首届公务员及专业技术人员书画大展于当天也宣布开幕。

据悉,这面号称中原社区第一文化浮雕墙,内容涵盖了盘古开天、大禹治水、太平天国、抗日战争、新中国成立、神舟六号火箭发射等历史画卷。 丁楠

### 都市主角 10名幸运者体验生活

上周日,首批参加“500元派送,体验都市主角便捷生活”活动的10名幸运者快乐体验了一把“都市主角”的便捷与时尚生活。当天上午9点,幸运者在工作人员的陪同下对SOHO广场都市主角的周边配套设施优胜路小学、郑州七中、省体育馆、奥斯卡、人民公园、郑大一附院、市图书馆、如一坊等来了一次亲密接触。 燕子

- 吸取每个楼盘的精华,倾注于格拉姆国际中心
- 把产品当作作品,打造精品
- 不能只一味地追求眼前的利益,而要长远考虑

## 让产品说话 比什么都重要

### 访格拉姆国际投资集团大中国区总经理郭浩

□ 晚报记者 赵蕾

从事房地产行业10余年,主管过工程、销售和研发,作为格拉姆国际中心的舵手,郭浩每一步都走得踏实、稳健,丰富的从业经验使郭浩平添了几分沉稳、严谨,而睿智认真、雷厉风行的做事风格,更显示出了他的胆识和气度。

### 差异化定位成亮点

郭浩喜欢建筑,从事地产行业的10年时间里,积累了丰富的经验。他经常考察国内外著名的房地产项目,通过考察、调研吸取每个楼盘的精华,把这些精华集中起来倾注于格拉姆国际投资集团在中国的开山力作——格拉姆国际中心。

郭浩说,格拉姆国际投资集团进入郑东CBD,是经

过多方面深入研究的,是战略性的进入中国地区。首先郑东新区是一个规划起点高,最能代表郑州形象的区域,政府的强大魄力和决心使得CBD将会是一个成长速度最快、发展最迅速的区域。其次是郑东新区CBD内至今还没有一个真正的服务式公寓,格拉姆国际中心无疑填补了

CBD市场空白,将带动新区的发展,吸引更多的人来这里投资、生活。

格拉姆国际中心地处新区商务东一街和商务东二街之间,紧邻CBD最大的湿地公园,建筑的中高部可观赏到如意湖美丽景色,北向则为飘逸的运河水系所环抱,无处不是美丽的景观资源。

### 要想胜出还要看细节

南方人特有的睿智和旺盛的工作精力,使郭浩看起来总是神采奕奕。郭浩经常去项目现场,规划设计和工程进展的每个阶段、每处细

节,他都尽可能亲临亲历。格拉姆国际中心的设计方案几经修改,最终融入了众多意大利元素,以精装修标准面市。此外,还采用西

门子、科勒、意大利威乃达等国际品牌,无形中提升了产品品质。郭浩说:“每个开发商都能将产品做好,但是要胜出就要看谁把细节做的

更到位。把产品当作作品,才能打造出精品。我们希望通过前期的规划建设,中期的营销,后期的物业管理,真正做成一个有品质、有文化、有

灵犀的精品楼盘。” 格拉姆国际投资集团站在消费者的角度,以国际化标准打造CBD的高品质楼盘,将再次升华企业品牌。

### 低调务实的地产强人

“在建筑设计中,格拉姆国际投资集团将意大利文化和中国文化相互交融,通过中式古塔和西式哥特风格完美结合起来,塑造了格拉姆国际中心现代、前卫的特色;建筑的造型设计采用了哥特

式风格,将项目40米高的顶部营造成景观、休闲空间,采用天蓝色的外立面以及塔尖状的顶端设计,充分体现欧式浪漫、休闲的生活态度,具有强烈的识别性;在整体配套设施上,采用星级商务标

准,包括涉外卫星电视接收系统、楼宇自控系统、安防监控系统、智能消防系统、智能电梯运载系统、智能地下停车系统,一站式服务,全方位智能把握,24小时安防监控装置等,努力为客户提供五星级

的商务居住环境。”郭浩说,建筑不像其他产品那样成本低、周期短,作为房地产商,不能只一味地追求眼前的利益,而要考虑长远,唯有这样,才是企业的发展之道。

对敏锐的感知,前瞻的决策,坚决而果敢地执行,让郭浩成为地产强人。当记者让他对自己开发的产品作出评价时,郭浩说:“其实没有什么好宣传的,谨慎务实,让产品说话,比什么都重要!”



“来这里看过两次房子了,对环境和户型都很满意。因为家里人多,2号楼的大房子比较适合,现在正在举行优惠活动,正好借这个机会赶快买一套。”昨天,在蓝钻售楼部熙熙攘攘的人群里选房的刘女士高兴地对记者说道,她很信赖正商地产的实力。记者看到,在售楼部门前的广场上也是名车云集,不断有销售人员带着客户前去看房。

一番了解后,记者得知,8月25日正商·BU蓝钻2号楼双观景高层将要进行正式选房。 晚报记者 王亚萍

## 升级置业,购房热潮再袭蓝钻

### 蓝钻2号楼高层豪宅周六开盘

### 年销售8.6亿 责任打造中原大户豪宅

据蓝钻项目负责人介绍,蓝钻2号楼是正商地产的珍藏房源,也是650亩成熟社区升级版。

不少来到售楼部的人跟刘女士一样信赖正商地产的实力,今年,正商地产数案并举,去年销售额达到8.6亿元。

“正商地产,以开发大规模、大社区享誉中原。十余

年形成以地产开发为主,以地产开发相关环节为辅的完整产业链。先后开发的北云鹤花园、四月天、金色港湾、蓝钻、花都港湾、绿岛港湾、启航大厦、金杯家园等项目,受到全城置业者的关注,并成为他们的信赖品牌。”有业内人士表示。

据了解,蓝钻2号楼高

层,位于大社区的北边,宽进深楼体高层,四周无障碍,占据着大社区最佳通风采光一域。据介绍,蓝钻三期采用节能建筑材料,并实现了真正的人车分流。而即将正式选房的2号楼,又被称为大户豪宅典范,两梯两户,双入门,全明户型,功能分区合理,足以满足几代人的生活需求。

### 代劳私人事务 “BUTLER”物业亮相中原

作为郑州东南超大规模的高尚社区,蓝钻3期·Park不仅做到了城市人居生态观的引领者,更在此基础上充分尊重城市高尚阶层的“城市”生活背景。将现代国际前沿的建筑理念引入蓝钻豪宅的建造中,用细节重新定义了中原豪宅的标准。

“由中国第一个建筑学博士——项秉仁大师担纲建筑设计,整体项目设计线条分明,简洁明快,社区呈围合态势,除了南面之外,其他三面全部是高层,大大提升了社区的整体品质。”蓝钻项目负责人介绍说。

“有朋友是一期的业主,

她推荐我买蓝钻,说物业贴心周到,这也是促使我来这里选房的一个重要因素。”刘女士表示。蓝钻采用了“BUTLER”物业管理模式,在蓝钻,Butler物管专家不仅提供保洁、维修、快送等传统服务;更能在授权范围内代劳私人事务安排。