

运河上郡 3 期面世 火爆咨询凸显名盘风采

从新贵到领袖

品质魅力见证中油成熟之路



郑州,郑东新区,南北运河畔,东风路旁,一排香槟金色的建筑矗立在运河之畔,这就是郑州南北运河上仅有的高档居住小区——中油·运河上郡。这个由 20 栋小高层住宅、运动会所、河畔风情商业街组成的大型现代国际水岸社区,总建筑面积 18 余万平方米,目前已经进入了第三期的销售阶段。

正值初冬时节,运河上郡售楼部现场却是异常的火热,并未大打广告战的运河上郡吸引了众多的看房客户,很显然,正是深入人心的品质魅力成就了今日运河上郡的口碑效应,也见证了中油地产从一时新贵到现在领袖企业的成熟之路。

一期交房、二期售罄、三期火爆,运河上郡见证中油影响力

事实上,运河上郡三期刚刚进入面世咨询期,对于运河上郡的销售人员来说,他们更多的任务不是说服客户买下一套房子,而是为源源不断的客户解释运河上郡三期何时才能正式开盘,怎样才能取得中油会会员的资格。

就在运河上郡 3 期面世咨询之时,运河上郡 2 期也已经售罄,同时 1 期的盛大交房活动也正在紧张进行中,笔者在现场看到,售楼处里人声鼎沸,摩肩接踵,许多家庭老少齐上

阵,举家全出动,销售中心热闹非凡。不少购房者正是冲着运河上郡“南北河岸首席景观”、“卓越健康的生活”和“阳光工程品质”三大特色而来。

据中油运河上郡一期的业主,同时也是业内专业人士的李栋先生介绍,运河上郡三期之所以能够建立起如此的影响力,主要是缘于一期和二期建立起来的良好口碑,市民认可品质,房子自然卖得快。

在销售现场,不少怀着喜悦心情前来收房的业主,聚集在运河上郡的营销中心讨论着未来的生活场景,装修、建材、风格、装帧是他们最关心的话题;前来签约的二期业主则更关心工程的进度;而不少咨询 3 期情况的客户则本来就是运河上郡的 1、2 期的老业主介绍来的。

目前,运河上郡已经形成了成熟的社区氛围,整个社区充满着独特的人文气息和品质生活味道,社区内各项配套设施逐渐完善,河畔风情商业街雏形初现,为业主之间的交流提供了自然和谐的空间,也使得整个运河畔国际上流生活圈价值飙升!

在商品流通领域,品牌的最大价值就在于更多,更快的购买产品。在不少业内专家看来,中国,尤其是在郑州,地产市场的品牌意识虽然已经崛起,但是品牌能力还相差甚远,这种老

业主重复购买,老业主大量推荐新业主购买等现象的出现,通常只会出现在一些老牌的超大规模地产领军企业中出现。这一点充分见证了中油·运河上郡的影响力,见证了中油地产的企业影响力。用河南大学付教授的话说:“中油地产来到郑州,经过数年的卓越发展,已经成功的由当年吸引无数眼球的地产新贵,转变为了郑州地产大军中领跑未来的的领袖团队成员之一!”

细节发力,品质中油 领衔郑东

“地产是一门流传百年的建筑艺术,每一个家庭花费巨资的同时,也是将他们对未来最美好的期望寄托在了我们身上。”中油地产营销总监林陈亮面对热销,仍然保持着一种内敛的冷静,在他看来,每一次热销局面与市场深厚影响力的背后,都是不断进步的产品品质在起着最关键作用。作为地产企业,以细节决定成败已经成为了大家的共识,中油地产在对细节的苛求方面则更加认真,用实实在在的品质赢得市场,已经成了中油人的一种习惯,一路走来创造了诸多第一……历数新澳大厦、运河上郡、中油国际等项目,无一不是品质上乘的精品建筑。

因此,在售楼部现场,一位 30 岁左右的购房者告诉笔者:“这里的房子紧

靠着南北运河,的确是郑东新区,甚至整个郑州都难得的好风景,更重要的是我们信服运河上郡的建筑品质,我觉得性价比很高,所以我们全家一致投了赞成票。”

已经售罄的运河上郡前两期,充分的建立了郑州首席品质名盘的定位。这让不少消费者前来看房时,似乎并不需要置业顾问的帮助,而是率领家人或朋友,径直向运河上郡的样板间走去。在运河上郡 8 号楼 5 楼的三个样板间内,最受人瞩目、客流量最大、停留时间最长的,莫过于开中原地产风气之先的阳光工程样板间了,它将所有建筑细节、材质、工艺都明明白白的展现在消费者面前……而中油地产独有的文化内涵和信誉度,以及其提倡的“卓越而健康的生活”理念,也吸引了城市中众多的菁英阶层,成为了运河上郡的强力追捧者。

“不怕不识货,就怕货比货”,来自金水区的张先生一语道破其中奥妙。在现场,最容易吸引消费者目光的,还是智能化的指纹密码门禁系统,在销售人员的解说下,不少消费者亲身体会到了智能化生活带来的快捷与便利。码放整齐的专用外墙涂料与外墙专用工具,向各位看房人展示着运河上郡的精细品质;欧文斯克宁“惠围”系统,通过直观的剖面展示墙向购房者展示着厚达八层的复杂截面,展示数倍于普通外保温技术效果的原因所在。种种大名鼎鼎却难得一见的建筑材料和技术,在这里构成了一个微缩版的建筑知识大讲堂,给了消费者购买运河上郡的极大信心。

不要小看“阳光”这两个字,这对于业主利益的保障来说无疑是件大事。对于霸王合同,很多人都有切身经历,而阳光工程样板间则把中油的高标准明确无误地告诉社会。例如:水泥砂浆在工程中被普遍用做外墙面砖填缝剂,而在运河上郡,则被价位高达 2000 多元/吨的专业面砖填缝剂代替,价格落差是普

通水泥的 10 倍以上;在不起眼的楼梯间内,扶手木材居然使用了货真价实的进口沙比利,这种原产非洲的楝科植物,通常只在高级酒店才能见到,而住宅工程中普遍使用的是杉木、杂木,价位仅仅是进口沙比力的 1/4;还有用于绿化的树木,多是珍贵及特色树种。将这些内容汇总,详列尺寸、数量、规格等内容就成了样板间交房的直观标准。对于不诚信的开发商而言,他们是绝对不会把自己放到“阳光下”披露的。

从新贵到领袖,良性循环凸显品牌魅力

在中国做企业,天生就要面对太多的诱惑。发宏愿立大志要做好企业的比比皆是,却有太多的企业在发展的历程中随波逐流成为短期利益的牺牲品,中油地产从拿下郑东新区的第一块土地到今天,始终坚持追求“卓越而健康的生活”,终于迎来了今天中原地产企业领跑集团的一席之地,个中辛苦唯有企业领袖最能体会。

回首 2005 年,中油·运河上郡刚刚起步,众多行业同仁都还不知道中油地产到底能走多远,今天来看,中油地产总经理杨秀林对于企业责任感的认识,是今天中油地产实现良性循环的重要基础。杨秀林认为,企业的发展离不开社会的进步,社会的进步同样需要企业的责任感,两者之间从来都是密不可分的。有一个词语很能说明企业的发展与社会责任之间的关系,那就是“企业公民”——企业也是公民,与每一个个体意义上的公民一样,承担着这个国家发展、

进步、超越的具体工作。

所谓能力越大责任越大,作为企业,有着普通公民不能比拟的资源调度能力、人才整合能力、资本运作能力和社会影响力,所以说企业要有社会责任感,关系国计民生的房地产企业更要有社会责任感。中油地产之所以要如此高标准的要求建筑品质,花费金钱、精力构筑中油会这样的思想交流平台,就是因为中油从来没有把地产当成纯粹的生意来做,而是更多的承担社会责任,给中原地产留下精品建筑,给郑州百姓创造上游生活,为郑东新区打造商务地标,让地产企业做出人情味,引领真正的领袖生活。

中油地产走向成熟,运河上郡值得期待

政府对房产调控越来越严格,市场在政策的鞭策下不断的洗牌。作为身在其中的地产企业,必须明白发展之路到底在何方。基于理性中原地产前提下做出的判断,让中油并没有一味贪大求强,在运河上郡的整个建设过程中,从早期单纯的建造好房子,到理性化、指标化的品质第一,价格控制,今天的中油置业,终于将中油·运河上郡做成了性价比最高的住宅产品代表之一。

没有最好,只有更好,中油·运河上郡,伴随着郑东新区的发展拉开了郑州国际化品质生活的序幕,更书写了一个新企业逐步走向成熟的现实范本。让我们拭目以待 2007 年底运河上郡三期的盛大认筹,让我们在体验星级物业服务的同时,开启运河上郡畔上流生活的瑰丽面纱。 陈燕

