

YENOVA 业之峰装饰 高端访谈

李大伟:峰尚空间主任设计师



设计理念:在不同的空间里,采用最佳的规划和设计,给予最专业的设计服务。

设计心语:室内设计有其存在价值和生活的定义,故在满足客户的最大需求下,以精炼的设计理念来做好每一个案例。

主要作品:21世纪社区、亚星盛世、阿卡迪亚、家和万事、建业桂园、天下城、联盟新城等

引领“私人化高端设计”

如今,个性化和人性化渐渐成为了别墅及豪宅等高端客户真正的需求。素有“中国家装界国家队”美誉并以高端家装享誉中原的业之峰装饰,在郑州业界开创了“私人化高端设计”新概念,为绿城高端客户带来了“私人设计专家”,让高端家装更个性彰显、轻松有趣,也更随心所欲。

设计说明:简约而稳重的客厅,采用穿透性强的工艺玻璃及稳重性高的壁炉相互搭配,把古典用现代的表现手法来连贯餐厅及客厅。大面积的落地采光,营造出简约高质感的空间氛围,展现出典雅而不繁杂,既复古又摩登,既古典又现代时尚感。



咨询电话: 65628468

大地装饰 家装梦工场

免费家装一日游 燃起冬天装修的热情

家装一日游在每个周六周日都如火如荼的进行,接待了近万名业主的参观,此次改版升级,加入了家属院的专场风水讲座活动,带给您更多实际的帮助。

第一站:家装课堂

专家讲解家装要点常识、夏季装修策略,教您有效避免黑洞,现场解答您的疑问

第二站:体验8套1:1实景样板房

尽览禅意儒风、欧陆风情等8套最新风尚家装,熟知流行趋势、新材料、工艺;

第三站:施工工艺解剖室

水电、木工、油漆、安装等工艺的解剖展示,透视家装施工过程,教您识别工程优劣;

第四站:千余种品牌材料展示

10000㎡展厅精选千余种各类品牌样板展示,价格更低、选购更省心;

第五站:走进地中海咖啡厅

轻松中与设计师深入沟通,愉悦间成就您的家装计划;

第六站:直击施工工地

现场感受大地独有的彩色工地等新工艺,让每家都成为样板房。

省直家属院、商专家家属院、中石油家属院、龙湖花园、方圆创世等小区样板房征集集中,大师现场沟通解疑。特别优惠活动,即到即得(电话预约有效限前30名)

现场签单交付定金,即可参加“惊喜100%”抽奖及多重回馈活动,更多优惠详情,敬请垂询。

活动时间:周六、日上午9:40准时开始

报名热线:0371-67068222/333

活动地址:郑州市东建材大世界精品广场4楼大地·梦工场

总部电话:0371-65582802/815

地址:郑州市花园路新闻大厦天福座12楼

郑州不降价联盟“流产”

两周前,沈阳市72家房地产公司联合组成不降价联盟,引发热议。据业内人士透露,10月份,郑州的一些开发商曾试图组建类似的不降价联盟组织,不过最终没有达成共识。专家称,这种模式没有可推广性,缺乏实施基础,注定会“流产”。

晚报记者 袁瑞清

郑州也有“不降价联盟”?

有消息称,郑州一些房产商前段时间“密谋”成立“不降价联盟”,但最终没有达成共识。“承诺保值,降价补差”其实也是开发商想要坚定房价的一种形式

开发商的心意总是相通的,10月份有消息称,郑州房产商“密谋”成立“不降价联盟”。消息甚至指出了开发商们在什么时间、什么地点开的会,谁在会上说了什么样的话等等。

有媒体对此次会议的内容进行了披露。会上,开发商互相打气,约定要坚持到底,要实现营销突围和融资突围。有开发商比喻说,目前房地产的形势就好像是10个人与10头狼对峙,如果有一个人坚持不住扭头逃跑,那么战线就垮了,就都被连累了。

联盟将不攻自破,开发商要拿出诚意

专家认为,不降价联盟有悖于市场形势,很难持续下去。目前,开发商只有将售房环节公开、透明化才能“救市”

其实所谓的联盟,并不鲜见,其他行业早已有之,“每一次结盟都成了价格下跌的风向标,这恐怕是所有结盟企业没有想到的。”

“联盟只能算是一种方法和手段,但究竟能起到多大的作用,令人怀疑”,河南房地产业商会秘书长赵进京认为,类似“不降价联盟”的组织最容易出现内部分歧,而最终走向瓦解,因为市场形势是无法左右的。但他同时表示,郑州的开发商多数已经在进行保本销售,开发成本、管理成本以及融资成本都在提高,“降价的空间不是很大。”

王牌企业联盟董事长上官同君也对这种联盟的持久性表示质疑,这是开发商在“困



孙昱图

他们认为,降价5%、10%起不到明显效果,反而可能在利润上得不偿失,更大幅度降价则有可能引起已购房者不满。只要主流楼盘挺住不降价,个别小楼盘降价对市场形不成什么影响。还有开发商提出要抱团取暖,成立一个基金,为那些最困难的企业解燃眉之急,以求共同渡过难关。

记者向几名消息中提及的开发商求证此事,他们均表示,“会倒是开过,但是结成所谓的‘不降价联盟’,并没有达成最终的结果。”

业内互怼

搞价格联盟 不如搞战略联盟

房地产价格联盟的组建、运行是一个复杂的博弈过程。在房地产价格联盟组建后的运行阶段,由于各个开发商的建筑成本、销售量、产品档次等不一样,所以各个开发商从不降价联盟得到收益就会有很大差别。因此,不降价联盟内房地产企业的博弈,会使价格联盟失败。

同致行认为,在房地产企业的经营策略上应组建战略联盟。房地产战略联盟的形式可以建立资源共享的体系、联合开发新产品或者共同投资新项目,从而共同应对房地产行业危机,还可以共同招标各种建筑材料供应商,这可以为房地产企业节约10%~15%的成本费用。另一种房地产战略联盟形式是通过并购、重组,淘汰规模小、实力弱、成本高的中小房地产企业,提高房地产企业规模经济效益。

同致行研究中心

品质大盘携手品牌教育

伊顿慧智双语幼儿园签约橄榄城

上周六,亚新地产、中联创地产与伊顿国际教育机构签署合作意向书——作为伊顿旗下的知名品牌,伊顿慧智双语幼儿园正式落户橄榄城。

作为中外知名的双语学前教育机构,伊顿慧智双语幼儿园已逐步落户中国北京、上海、南京、天津等各省市一流住宅区。此次与橄榄城携手,也是该教育品牌首次进驻河南。

晚报记者 王亚平

伊顿慧智双语幼儿园落户橄榄城

11月22日,亚新地产、中联创地产与伊顿国际教育机构正式签署合作意向书——作为伊顿旗下的知名品牌,伊顿慧智双语幼儿园正式落户橄榄城。伊顿国际教育机构总监张志同、亚新地产总经理杜家泉、中联创地产总经理毕海涛、郑州市教育局基础教育处副处长唐玉翔、二七区教体局副局长张俊航等多位嘉宾出席了当天的签约仪式。

据了解,伊顿国际教育集团(以下简称“伊顿”)是由美国哈佛大学、美国西北大学校友会成员以及国际著名蒙台梭利教育专家们共同投入并参与管理的专门从事教育项目投资、研发和管理的国际教育机构。伊顿通过引进国外遗留的教育管理模式、最先进的教研成果和最合适儿童成长的教育理念来发展中国的教育事业并致力于发展成为中国最具国际水准的早期教育集团。

作为中外知名双语学前教育机构,伊顿慧智双语幼儿园吸纳了百年验证的蒙台梭利幼儿教育精髓,拥有一支资深的、国际资格认证的、国际化的英语教师队伍和现代化的学前教育环境和先进的幼教设施。如今伊顿慧智双语幼儿园已逐步落户中国北京、上海、南京、天津等各省市一流住宅区。

而伊顿慧智双语幼儿园于橄榄城一期热销二期盛情推出阶段率先进驻郑州南区大盘,这也是伊顿教育品牌首次进驻河南。

橄榄城作为郑州市南部城区135万平方米的大盘,具有完善的教育配套,社区内规划



有9所幼儿园,4所小学,1所中学。为了将教育配套一一落到实处,橄榄城还将陆续引入国内知名教育机构加盟。

完善教育配套,提升社区品质

对于这次携手,业内人士称,“一方是郑州135万平方米超级大盘,一方是著名的国际教育品牌,这样的强强联合,很有助于双方各自的持久发展。”

而双方的此次合作,也是经历了缜密的调查和研究,“我们在选择合作伙伴方面非常慎重,之所以选择伊顿慧智双语幼儿园,一是因为伊顿国际教育机构与亚新地产、中联创地产拥有同样的价值追求,就是为客户、为孩子创造美好生活;二是伊顿慧智双语幼儿园是国内首屈一指的著名幼儿园品牌,享有良好的国际声誉,在北京、天津等地与万科等知名房地产开发企业合作开办了数所幼儿园,今天我们选择伊顿,我认为能够对我们橄榄城的业主子女教育起到巨大的推动作用,让孩子赢在起跑

线。”在当天合作签约仪式中,亚新地产总经理杜家泉如此说道。

据了解,橄榄城项目一直以“品质”为产品经营的核心,斥巨资打造优质产品,推出了新风系统、太阳能热水管道预留、外墙手工面砖、双层挑高阳台、低温辐射地板采暖等先进配套设施,为业主打造精品优质住宅,产品一经推出就在市场引起强烈反响,取得了不俗的销售成绩。

在教育配套、会所、社区环境等一系列后期设施方面,橄榄城始终坚持高品质定位,与伊顿慧智双语幼儿园合作就是一个例子,也仅仅是个开始。

在当天的签约仪式活动中,众多橄榄城业主及意向客户亲临现场,见证了这一时刻。“为了孩子的未来,为了下一代的美好生活,亚新地产、中联创地产、伊顿慧智双语幼儿园共同付出了巨大的努力,相信在郑州南部城区,在橄榄城,将有越来越多的教育配套设施、生活配套设施进驻,也必将再次印证‘品质不同,自然出众’的非凡魅力。”现场人士表示。