



资讯速递



连线中……

8月6日,星PARK特区“公园大地”奠基

8月6日上午,位于新郑龙湖镇的公园大地项目举行了奠基盛典。作为新郑合村并城工程建设的试点和典范,公园大地受到政府高度关注,当日相关领导代表也出席了活动。据悉,公园大地由闽商投资、翔龙地产与绿城地产联手打造。该项目的规划极具革命性地突破和创新,首次提出“星PARK特区”生活理念,暗合全球顶级咖啡品牌星巴克,所提倡的“像品咖啡一样去生活”的概念,营造除了工作场所和生活居所之外温馨舒适的“第三生活空间”。该项目位于龙湖镇政府旁,紧邻河南工程学院,是龙湖行政和人文核心区。出行便利,距离地铁2号线连庄站仅200米,并靠近郑新快速通道。 王亚平

思念·果岭国际社区岛梦space8月6日开盘

8月6日,思念·果岭国际社区岛梦space项目开盘仪式拉开序幕。据悉,在这次开盘仪式上,思念·果岭国际社区岛梦space推出的房源销售情况良好。在当前国家对楼市限购、限贷、限外地置业等大调控的市场压力下,这样的销售业绩令人赞叹。思念·果岭国际社区岛梦space以内外合一的综合性产品价值与世界级岛屿资源地产价值诠释着中原首席居所的新内涵,弘启城市高端人居大幕。以严谨的高端精品开发理念著称的思念·果岭国际社区,经历过的每个封面都成为某个时期的城市封面代表作品,最终成就了中原奢尚生活的完美缔造者。 陈静

鑫苑世家产品说明会圆满落幕

备受业内关注的鑫苑高端豪宅项目——鑫苑世家于2011年8月6日成功举行了产品说明会。鑫苑(中国)置业行政总监孙全新、鑫苑物业行政总监杜翔雁、香港博唯景观总经理程航、深圳市泰辰置业顾问有限公司董事副总经理龙阳、同致行(中国)地产顾问集团副总裁耿大勇等参加了此次活动。据了解,此次活动系鑫苑世家项目入市以来举行的首场大型营销推广活动,正式揭开了这个“城市中央豪宅”的神秘面纱。据介绍,该项目位于河南省博物院后,农科路西段,隶属城市中心城区最为繁华的地段之一,项目总建筑面积约17万平方米,由3层叠墅Villa、6-8层的退台洋楼组成,是城市中心城区极致稀缺的产品形态。 刘涛

东方·鼎盛时代举办“悦”系活动

8月6日七夕节,东方·鼎盛时代举办了“2011投资理财沙龙”暨“悦庭·红酒推介日”悦系活动!伴随着优雅的音乐,客户品着红酒,尝着小点,听着著名理财大师准备的专业讲座。据悉,8月13日,“悦己悦人生,教育大讲堂”老客户专享第二季,将有著名CDM ONLUS国际教师、AMSC培训教师、东方鼎盛时代·小橡树幼儿园负责人、教育学硕士李杨女士登台主讲,让更多客户满心期待! 赵金玉

2011年8月6日,是中国传统的七夕佳节,同时也是河南省美景集团有限公司(以下简称美景集团)旗下“150万平方米新中原精神城邦”美景鸿城三期“鸿福”盛大开盘的日子。经过一天的紧张选房,美景鸿城完美收官之作“鸿福”实现逆市劲销,一批房源共计896套,当天销售800余套,开盘订房率超过了89%。 晚报记者 王亚平

美景鸿城三期“鸿福”一批房源896套,当天销售800余套 调控期买房,标杆楼盘是首选

1 开盘当天,订房率高达89%

8月6日早上6:30,持续了一整夜的小雨丝毫没有停止的迹象,此时距离美景鸿城三期“鸿福”开盘仅有2个小时。不过,恶劣的天气没能阻挡购房客户追捧“鸿福”的热情,美景鸿城售楼中心广场已有大批客户在排队等待。之后,更大批的客户从四面八方蜂拥而至,整个售楼中心广场人山人海,热闹非凡。客户持续增加,售楼中心广场的欢腾场面不断掀起新的高潮。十几辆豪华大巴在售楼中心广场两侧分别排开,作为客户临时休息的场所。精美的早餐、饮品,也由现场工作人员送到客户手中。购房客户在选房前的焦急等待中,感受到的是美景集团无微不至的、人性化的周到服务。

8:30,美景鸿城三期“鸿福”一批房源选

房活动正式开始,近2000组客户在现场工作人员精心的组织下,有序进入售楼中心选房区,甄选自己称心如意的房源。经过一天时间的疯抢,截至晚上18:00,美景鸿城三期“鸿福”一批共896套房源已成功选定800余套,开盘当天的订房率高达89%。

当今房地产市场在加息、限购等一系列国家调控政策之下,显得形势严峻、风云变幻。置业、投资人士在相关调控政策的影响下,纷纷进入徘徊、观望状态,甚至与开发商进行着无形的激烈博弈。

在如此动荡不安、低迷冷淡的房地产市场现实条件下,美景鸿城售楼中心却上演了近2000人争相抢购“鸿福”美居的场面,着实让人惊叹。

2 “鸿福”齐天,幸福无限

从一期“鸿韵”到二期“鸿图”,再到最后的完美收官、绝版之作“鸿福”,美景鸿城每一期产品都备受大众关注,成为中原人置业、投资的首选。

美景鸿城这座生态、文化之城,它引领了经典建筑中的传统文化潮流,它成为中原地产首屈一指的典范楼盘。美景鸿城三期“鸿福”占地面积百余亩,建筑面积26万余平方米。其整体建筑风格继续传承“新中原精神城邦”的设计理念。它延续了一期“鸿韵”、二期“鸿图”中正、大气的布局特点。回廊、窗格、立体庭院和灵动活水等景观元素的创意设计,力求为三期“鸿福”业主打造一种宁静、尊贵、和谐的生活方式。110米超宽楼间距的人性化设计,绿化率高达35%,真正让业主享受到三季有花、四季有绿的幸福体验。

绝版地段、绝版规划、绝版设计、绝版环境、绝版品质、绝版配套和绝版价值,使美景鸿城三期“鸿福”倍显弥足珍贵。美景鸿城三期“鸿福”因其独特的规划设计和高规格的建筑标准,吸引了大多数购房者关注的目光。作为无数个中原人幸福累积的“鸿福”之地,三期“鸿福”是中原人居新时代的梦想之城,占据了其他楼盘难以比拟的价值高地。

2011年,无疑也是政策吃紧,调控异常严厉的一年,在这样的严峻条件下选择“鸿福”,无论是置业还是投资都是一个绝佳时机。“鸿福”齐天,幸福无限。伴随着美景鸿城一期业主的相继入住和二期、三期工程进度的稳步推进,美景鸿城这座“新中原精神城邦”正焕发出成熟社区应有的耀眼光环,不断吸引着更多人关注的目光。

4 文化助力,创意营销

在美景鸿城产品的稀缺价值和美景集团强大品牌实力的基础上,美景鸿城将“新中原精神城邦”的文化底蕴得到了最大限度的挖掘,并充分融合传统文化元素,策动了诸多完美无瑕的创意营销活动,在中原房地产界产生了重大的、具有持续震撼力的影响。

“美景鸿城·鸿福杯”小主持人大赛的持续上演,将美景鸿城“鸿福”产品的品牌提升到了新的高度;“爱在美景,情定鸿城”大型单身男女交友创意活动的不断推出,让更多的人了解到美景的经典建筑文化与三期“鸿福”所蕴藏的价值;“鸿福承盛世,爱心传太行”大型车友爱心捐赠活动的成功举行,既拓宽了美景鸿城的客户资源,又对美景集团品牌形象提升起到了重要的推动作用……

特别值得一提的是,现今正如火如荼地“美景鸿城·鸿福2011幸福话剧年”活动,更是将美景鸿城项目的营销宣传推向了高潮,对鸿福产品的品牌进行了淋漓尽致地诠释……

“话剧改变郑州,鸿城改变人居”,“美景鸿城·鸿福2011幸福话剧年”大型系列活动,正在郑州掀起一场艺术与人居完美互动的新风潮,开启中原艺术界的“文艺复兴”——让话剧改变生活方式,让话剧提升城市品位。

用艺术涵养提升城市品位,用建筑经典构筑幸福美居,用创意营销缔造销售传奇,美景鸿城正以传统经典文化引领着中原房地产业跨步前行。

美景鸿城·鸿福项目效果图



记者手记

美景鸿城三期“鸿福”的逆市、完美劲销,看似是一次偶然,细数分析,其实是一次必然。“鸿福”产品高性价比的强大吸引力,美景集团长久以来形成的稳固品牌实力,美景鸿城的创意营销活动等等,这些因素还只是美景鸿城集众爱于一身的因素中的沧海一粟。美景鸿城正是诸多因素的综合叠加,最终铸成了此次三期“鸿福”产品盛大选房完美告捷的必然结果。

8月6日,美景鸿城三期“鸿福”一批房源开盘劲销的当晚,由美景鸿城主办的“鸿福·2011幸福话剧年”第四场《日出》话剧在河南人民会堂恢弘上演。美景鸿城三期“鸿福”的客户在白天紧张选房后,晚上又可尽情沉浸在文化艺术织就的天堂,这不能不说是一种幸福的享受。据悉,该项目二批精品房源加推在即。