



# 红酒耀品质 拉菲映濠庭

## 金荣·盛景濠庭11月10日红酒品鉴会奢华礼遇尊贵业主

精致的冷餐和甜品、悠扬的小提琴音乐，一杯杯红酒在烛光的照耀下摇曳生姿……11月10日，金荣·盛景濠庭售楼部举办的红酒品鉴会让尊贵的业主度过了一个浪漫的下午。

从单一的住宅楼到配备幼儿园和会所的人文社区，从枯燥的三室一厅到拥有内庭院的空中院馆，从传统住宅区到集商业办公娱乐于一体的综合住区……金荣·盛景濠庭用“创新”引领中原人居不断变迁，并给人们的生活带来更多惊喜可能，甚至推动人类居住文明前行。

晚报记者 梁冰



11月10日，金荣·盛景濠庭售楼部举办红酒品鉴会。

### 巨额优惠 盛景濠庭礼遇尊贵业主

为回馈广大业主，金荣·盛景濠庭特别策划举办了此次活动。11月10日下午2点半，嘉宾开始签到，置业顾问带着嘉宾首先参观了该项目实景社区。

3点半活动准时开始，嘉宾们欣赏了一段悠扬的小提琴音乐后，金荣·盛景濠庭金牌置业顾问发布了该项目的优惠措施。当天定房的客户，可以享受一次性付款5个点、按揭3个点的重磅优惠。另外，还可以参加以5万元抵50万元活动。与会者纷纷表示这样的优惠力

度很大，真是不能错过。河南省房地产业商会副会长兼秘书长、河南财经学院房地产系教授赵进京和河南财经政法大学研究院常务副院长李晓峰也莅临了本次品酒会。

酒会现场，李晓峰为大家分析了房地产政策走势，并就当下的楼市形势、房地产的区域性以及别墅投资的优势等三个方面为大家进行了讲解。

他表示，从近段时间各层面的种种表现看

来，本轮房地产政策调控已基本接近尾声，也并没有根据说明房价拐点即将到来。房地产业依旧是国家经济的支柱产业，它的重要作用也决定了国家的宏观调控政策不会太久。

他坦言，房地产是有区域性质的，郑州的城市化进程远远落后于其他城市，房产需求量很大，发展前景依然广阔。

随后，赵进京与大家畅谈别墅投资，解析在现行限购政策下置业别墅的优势，并强调，购买别墅要量力而行。

### 拉菲红酒 映照盛景濠庭高端品质

听着舒缓的音乐，品尝着精美甜点，大家忍不住举杯畅饮。

拉菲葡萄酒是享誉世界的法国波尔多葡萄酒之一，拥有世界顶级的优秀品质。据了解，当天金荣·盛景濠庭为嘉宾准备的拉菲皇后是拉菲系列的高端红酒。怎样辨别红酒的品质呢？红酒品鉴师为大家作了现场介绍，比如怎样端红酒杯，怎样从颜色来判断红酒年份、怎样摇酒杯等，让大家了解了不少有关红酒的知识。

红酒耀品质，拉菲映濠庭。拉菲红酒的醇

美质感也正代表了金荣·盛景濠庭的高端品质。该项目位于郑州市北区，是郑州市别墅及高档社区的聚集地。社区在迎宾路与香山路交会处西北地块，位置得天独厚，紧邻城市主干道花园路和中州大道，南临迎宾路，交通四通八达。

从风水上讲，盛景濠庭项目背靠邙山、面朝贾鲁河，刚好处于风水大吉的位置——玄武位，而“龙首龟身”是玄武的形象。

住宅户型设计结合中原人居的生活习惯和市场需求，做到户型“人性化”，满足各种家

庭独特的生活方式。户内空间分割充分考虑功能性和舒适性原则，实现了动静分离、主客分离、干湿分离。各种厅、房均可直接采光、通风。细节处理、观景阳台、飘窗、生活阳台的运用，使户型设计更具特点。

此外，金荣·盛景濠庭将地中海风情与英伦尊贵风格完美结合，其整体环境景观设计风格基于欧洲风情小镇之精神，雕琢成英伦皇室尊贵社区。创造出建筑、景观、自然与人和谐相融的社区氛围，以全新的生活环境影响和改变着财富精英们的城市居住观念。

### 精研市场 突破传统别墅居住功能

别墅，是沿袭数百年的、最为传统和“古老”的建筑方式。自上世纪80年代起，国内主流别墅无外乎两种：中式的和外国的。在别墅的主题功能上，同样是以居住型和度假型为主，20年来，有关别墅的创新几乎举步维艰。

“这不得不说是一种遗憾。”某地产知名专家称，一个进化的市场，必然是一个需求细分，甚至需要个性化定制的市场，房地产的不断创新求变，实质上是因为消费群体的个性化需求越来越多。

“别墅作为顶级物业，对应的也是社会的塔尖人群，这部分人的需求更敏感，更多样性，别墅的创新亟待开启，无论是形式上，还是主

题内容上。”该专家表示。

正是基于消费群体的强烈呼唤，德升地产精研市场，以颠覆性改革的勇气，首次进行墅界的创新尝试，一种新型的别墅物业——礼宾别墅，悄悄地开启了一种全新的别墅认知。

“礼宾别墅，从内容上而言，就是突破传统别墅的居住、度假等两大功能，针对人群的需求，提供更高层次的消费满足。在这里，居所不仅仅是吃饭和睡觉的地方，也不仅仅是享受风景，颐养心灵，而是强调具备居所的社交功能。可以说，是首次让建筑以交流的姿态面对外界。”金荣·盛景濠庭项目负责人说。

盛景濠庭的礼宾别墅概念，并非一时兴起的概念，而是具有深厚的历史文化背景和社会背景。通过对别墅消费群体的研究发现，90%以上的消费者属于社会的行业领袖，是严格意义上的“资源型”精英，即通过各方资源的整合完成个人财富的发展。

“社交是他们生活的内容，无论是一次会餐，还是一场高尔夫，抑或是一次湖边垂钓，社交无时无刻不在，这是资源型人物的典型特征。”该负责人说，礼宾别墅的初衷，就是让居所衍生出社交功能，具有会客、商谈、议政等诸多条件，从而满足消费群体的社会需要。

### 礼宾别墅 复兴家族宅邸传统需求

对于盛景濠庭的礼宾主题概念，业内关注率极高，但大多同行持肯定态度，认为这是市场发展的必然趋势，也是紧跟别墅消费群体的贴身需求，是典型的窄众需求营销手法。

社会需求的供给，从来就是由大众走向小众，由小众走向个性化定制。“礼宾别墅的市场需求肯定存在，但是能否成功，还要看产品是不是真的能满足客户需要。”资深业内人士王先生表示。

其实，礼宾别墅并非第一天诞生，它的雏形早在千年前就已经出现了。溯源礼宾概念，恐怕要追溯中国历史文化的家族文明。

几千年来，中国人的社会生活是在家族制

度的基础上组织起来的，中国人的心理、行为上打上了深刻的家族文化烙印。中国传统家族文化形成了中国人敬老养老、传承传世、等级严格、亲疏有别的处世观。家族文明下成长的中国人，自然将家庭关系推广发挥，并组织社会关系，组织社会关系的典型例证。

中国有句传统：“人因宅而立，宅因人而传世。”在中国人的心里，宅邸，是一个人对世界的姿态，也是中国人沟通世界的媒介。中国家族总是与中国大宅融会贯通，虽历经千年，但家族的观念依然传承，宅邸其实是中国人世界观的生动表现，比如修身齐家，治

国平天下。

礼宾别墅是建立在家族文明的基础上，对家庭实现传承、统治、凝聚；对社会实现政治、文化、交流；并在此过程中，体现亲疏有别，意为亲近、同一阶梯的圈层人士才能进入礼宾别墅交往范围。

“可以说，中国人修身、齐家、平天下的传统观念，是通过宅邸这一媒介传递给社会的。从历史电视剧中可以发现，中国人的处事手段大多是在宅邸内实现的。比如会客、议政、谢宴，甚至谋变。礼宾别墅正是通过现代的眼光和技术，从某种意义上复兴了中国家族宅邸的传统功能。”金荣·盛景濠庭项目负责人说道。

#### 一周楼市

### “阳光城·谭咏麟2011中国巡回演唱会”上周日开票

11月13日，阳光城产品说明会暨“阳光城·谭咏麟2011中国巡回演唱会”开票仪式举行。

会上，对阳光城进行了详细的解读。该项目位于中州大道与航海路桥头堡，是继阳光新城、阳光花苑、阳光四季园、阳光景观苑等阳光系列作品的升级之作。项目占地1300亩，总建筑面积约200万平方米，集高尚住宅、商业集群、教育组团、星级酒店、高档写字楼、酒店式公寓于一体，倡导的是一种全新的、低密度国际大都会生活。说明会最后一项是阳光城·谭咏麟2011中国巡回演唱会的开票仪式和抽奖环节。据了解，凡是购买阳光城房子的客户，均能够获赠12月17日的演唱会门票。 陈伟

### 思念·果岭2011第四届业主杯高尔夫邀请赛开幕

11月12日，思念·果岭国际社区2011第四届业主杯高尔夫邀请赛在思念高尔夫球场正式开杆，百余名城市高端层峰业主低调聚首。作为中原唯一的高尔夫地产，思念·果岭国际社区业主杯高尔夫邀请赛经过四年的连续举办，已渐渐成为中原高尔夫运动的一项品牌赛事。

本次邀请赛在往届业主杯赛事规划与筹备的基础上，更深度地追寻高尔夫的骑士精神。同时对这种精神加以生活上的延伸，融合健康、阳光、绿色、自律等在优越素质的高尔夫运动中，于果岭之上共话健康与绿色的生命体验。该项目研发的先锋理念与以业主高端高贵生活为本的导向，已然成为她独“墅”一帜的品牌标杆。 付晓

### 建行钻石级客户清华·忆江南温暖之旅开启

11月12日，山清水秀的清华·忆江南迎来了近百位来自建设银行钻石级贵宾客户，他们和清华·忆江南的业主们共同漫步在北方江南的天然“氧吧”，倾听专家精湛的理财讲座，开启了一场别开生面的忆江南温暖之旅。

聆听理财艺术，赏江南庭院，游山湖别院，品美食沐温泉，清华·忆江南初冬温暖之旅令现场嘉宾开启了一场理想家园的追寻。活动现场，建行贵宾客户李先生表示：“上午我们一家参观了忆江南的样板区，特别喜欢这儿的环境和房子。我平时喜欢打台球可又没充裕的时间，如果能在哪里买房子，那休闲、旅游、养生、娱乐都能满足。” 付晓