



【筑梦新概念】

林溪湾

当成就高于梦想之时,人生所界定的范围已不再是关注本身,更是对持续百年的社会生活观、价值观的深切关注。而全球令人赞叹的建筑,莫不以在符合社会价值观的同时,将自身的特色与优势放大,借以赢得此后数百年间世人瞩目。



【印象】林溪湾的问世,不仅是社会财富人群所发展到当下的住区,更融合了社会对“百年发展”的低碳居住环境的关注上,将当前的人生价值观与社会价值观融为一体,在建造百年建筑之时,结合了生态建材进行细致打磨。

【宜居性】根据得天独厚的自然资源和成熟的景观打造手法,林溪湾在建筑规划设计上引用了“四依”的规划理念,即依山、依水、依坡、依林,而且很多户型都是前三后四的设计,能够让所有业主享受这样一处山水和一片成熟的园林。

【低碳环保】该项目全面采用了以全球为参考标准的外墙外保温用材和技艺,核心材料挤塑板拥有极低的吸水性(几乎不吸水)、低热导系数、高抗压性、抗老化性,填充物为加气块,实现低更换率、低养护的特色;外墙涂料采用的是弹性质感涂料,触摸感与视觉舒适感都超越常规涂料指数,更由于其生产过程的低生态危害性,使之成为林溪湾在建材选用上的首要材料。



财富点评

企业对自身形象以及办公舒适度需求的不断提升,推动了写字楼建设的日臻完善。传统的压抑、拥挤的办公环境越来越不适应当今商务的实际需要。国家动漫基地现代化的灵动办公空间,从精装办公、经典办公到奢华办公的多元化商务选择,以及高品牌物业全城护航,极大提升了企业的办公环境,很好地满足了不同成长阶段的企业办公需求。

记者 梁冰

【新财富报告】

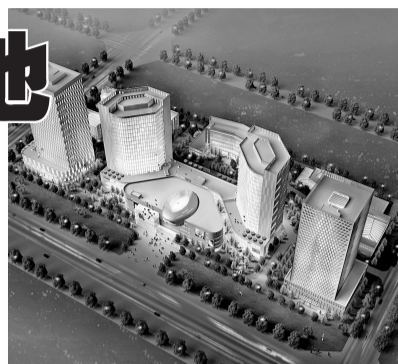
产业支撑下的创富之地

1 【资源优势】国家动漫基地项目以动漫创意产业和文化体验为特色,以动漫研发孵化、创智办公为主导,以动漫休闲商业为配套,建成后将成为我国重要的动漫文化创意产业基地、商务建筑综合体,形成中西部最大的动漫创意产业集群,可容纳300家动漫创意企业使用。这是其他写字楼不具备的资源优势。

2 【区域价值】目前,高新区云集了包括格力、可口可乐、郑州大学、汉威电子、四维机电、华晶企业、航天电子、辉煌科技等在内的多家上市公司,但区域内极度缺乏大型的高端商务办公场所,市场需求十分急迫。此外,高新区拥有众多的高技术人才、高收入人群,投资需求旺盛。国家动漫基地的开发,将极大释放高新区压抑已久的需求,更为这个巨型商务航母的扬帆远航,提供强大的市场动力。

3 【物业规划】国家动漫基地是一个集国际甲级写字楼、会展、会议、购物中心、酒店、文化休闲等多重功能为一体的大型城市综合体项目,奥斯卡IMAX巨幕影院现已抢先入驻。国家动漫基地多元的商务功能复合,将成为郑州新一代写字楼的代表,诠释商务置业的价值标准。

4 【商务品质】国家动漫基地5A写字楼采用蒂森克虏伯电梯、箭牌卫浴、菲林格尔木地板、TCL-罗格朗电器,品质卓越,尽享高端商务气息。其中,电梯21部、停车位1100个,可满足入驻者对高品质商务往来的需要。



【财富之星】国家动漫基地
【财富聚点】郑州高新技术开发区科学大道

5 【项目特质】国家动漫基地LOFT户型,是郑州创新幅度最大的写字楼产品。普通层高4.8米,局部挑高9.6米。户户双空中花园,引进绿色办公概念,将高层建筑地面化,定位为新形象的生态化写字楼。百米建筑“内肺”空间,建筑的内部可充分采光、通风,使大体量建筑轻型化。这些创新都是对现有写字楼开发水平的颠覆和超越,全方位的创新完全重塑了郑州写字楼的开发标准。

三大刚需主体掀起新春置业热潮

二七万达住宅新品3号楼开盘热销90%

2012年开春伊始,郑州二七万达广场高尚住宅3号楼即在2月25日的开盘活动上一举销售90%,为数不多的100多套房源,竟吸引超过200名客户到达现场,再次延续了万达热潮。

记者 王亚平

【热点】 2小时100套,打响今春楼市第一枪

2月25日,率先开盘的郑州二七万达广场,打破了春节以来郑州楼市的“低调”态势。为数不多的100多套房源,竟吸引超过200组客户到达现场。

“万达品牌是经过市场验证的,真正的物有所值,买万达我买的是放心!”现场有签约客户表示,“最高兴的是能买到这样舒适实用的户型,楼上楼下的配套也是我对比多家最满意的,挨着万达广场,日常生活既方便又丰富,吃喝玩乐不用犯‘跨区’的愁了,买这里的房子也是给未来做投资。”

据了解,截止到当日上午11点,百余套住宅已售出90%。在众多房企采取保守策略的市场环境下,成为郑州楼市今春首个开盘热销的住宅项目。

据郑州二七万达广场的营销部工作人员透露,3号楼住宅从2月15日开始认筹蓄客,认筹期间,日均来访咨询客户多达百余组,截至2月25日开盘推广仅用11天时间,便创造了如此骄人的业绩,不得不说是个奇迹。



二七万达广场开盘现场

【分析】 三大刚需群体成背后“推手”

据郑州二七万达广场市场部透露,仅春节期间几天内就有几百组的来电访问,其中返乡置业群体占到35%还要多,不少从上海、北京等一线城市返乡的客户看中的是万达的品牌实力和万达广场繁华齐全的配套。

除此之外,婚房需求成为当前刚性需求的重要组成部分。

准备于龙年结婚的林先生表示,一直在郑州安家,不过这些年房价高得离谱不说,质量也是参差不齐,所以总担心没找到该出手的机会。

“我从去年3月就一直关注着万达广场在

郑州的市场情况,到底是大品牌,后盾强,口碑好,品质、后期物业各方面都有保障,结婚买大品牌的住房很有面子,再加上万达广场的配套,以后工作生活都非常方便,我觉得不用再犹豫了!”

据介绍,在万达销售的房源中,也有部分改善性需求出手,由于担心房地产市场价格反弹,继续回到前两年的天价,拥有一定的实力基础并且相对迫切的购房需求的改善性需求置业者,纷纷选择在合适的时机出手买房,二七万达广场因拥有丰富的配套就成为他们的首选。

延伸阅读

半年卖了20亿元,热销不是偶然

据统计,郑州二七万达广场自2011年5月28日首次开盘至今年1月,不到一年的时间里即实现总销售额20.8亿元。加上已经开盘的郑州中原万达广场,郑州两座万达广场累计销售额已经突破40亿元。

据悉,2011年,郑州两座万达广场共计开盘达20次,高尚住宅、精装SOHO和商铺多种业态遍地开花,每次开盘都会掀起一片热销狂潮,业绩一路领跑郑州房地产市场。

业内人士指出,万达从去年开始就一直保持开盘即热销的状态,此次万达高尚住宅开盘也不例外,究其原因,一是有强大的企业品牌实力做置业保障,二是有比较高的性价比赢得市场。

郑州二七万达广场年底开业

2011年,郑州中原万达广场爆棚开业促使郑州的商业格局发生了深刻的变革。其最直接的效果就是使万达的企业品牌实现本土落地,促进了郑州第二座万达广场——郑州二七万达广场的热销,并带来广泛关注。

在工程进展上,整个广场从奠基到现在仅仅13个月的时间,大商业及绝大部分楼栋已经结构封顶,使得“万达速度”再次得到充分展现。

另悉,郑州二七万达广场将于3月召开招商答谢会,目前8大主力店已经全部圈定,千余个知名品牌蓄势待发。据内部透露,郑州二七万达广场即将签约的很大一部分新品牌商家系首次进入郑州,在品牌高度和质量上极有可能超越郑州中原万达广场。