7月15日 抄底浪鲸卫浴

7月15日，抄底浪鲸卫浴就在郑州各大品牌专卖店和商场。届时，浪鲸将拿出最畅销、最受消费者欢迎的产品进行让利促销，消费者可以抓住这次难得的好机会去浪鲸“捡便宜”。

董事长“一字千金”现场签售

除了巨额的优惠让利外，浪鲸卫浴董事长霍成基先生将携全国各区域老总，于7月15日亲赴郑州，在各大浪鲸专卖店活动现场演绎“董事长一字千金，全国亿元让利签售”的风采与霸气。熟悉这次活动的人都知道，在选择签售产品时，浪鲸卫浴拿出畅销型号的产品并把价格降到最低，让郑州人民花最少的钱买到一流的卫浴产品。

据了解，为保证本次活动的顺利进行，浪鲸卫浴已经在各个专卖店设立了咨询处，有意的消费者可以到凤凰城、红星美凯龙、居然之家、新家居商场等各大卖场及浪鲸的品牌专卖店进行咨询。

从7月15日起，亲临郑州各个商场以及浪鲸专卖店，享受空前极致让利风暴。届时，浪鲸全场商品史无前例超值让利，原价几千元的产品，现场只需几百元即可买到，而这样的产品不是一款两款，囊括了几乎所有的卫浴产品。浪鲸卫浴表示：整套购浪鲸卫浴，有望用一天时间，省一年工资。

水箱十万次使用不“疲劳”

浪鲸卫浴2010年对座便器进行了全面的升级，包括釉面、盖板、水件、冲水能力、工艺等。具有超强的洁净能力的釉面能使产品长时间保持光滑、清洁；盖板的进口优质材料能提升抗压强度，配备了最新的缓降静音盖板；水箱则精选质优、值得信赖的品牌水件，十万次使用不疲劳。

强劲的冲水能力是浪鲸座便器的功能特点之一，确保一次性冲洗干净，免除多次冲洗的浪费，实现了最大效能的节水。

在产品设计美感方面，主要体现在平滑如水、自然流畅的底座线条上。它从座便器的前端优雅地延伸至后端，笔直流畅，散发着沉着与自信的魅力。据介绍，这么完美的线条主要得益于浪鲸一道特殊而复杂的生产工艺。

浪鲸卫浴河南总代理高建章说，今天的浪鲸，代表了未来的卫浴文化发展趋势。浪鲸的产品设计都是按照欧洲一流的设计标准生产的，同时在产品的整合上也迎合了国内市场的发展，像陶瓷产品，包括浴室柜、五金龙头，迎合了国内市场的需求。在完整卫浴空间的理念里，一个品牌至少代表了一种生活方式，这种生活方式一定是有一定概念，有一定层次和素质。

冯成刚

康桥·金域上郡VIP会员登记启幕

本报讯 6月26日，康桥金域上郡VIP会员诚意登记启幕。截至下午6点，共有826位贵宾成功入会。

此次活动的楼盘——康桥金域上郡是康桥房地产继康派系列城市作品之后，倾力打造的百万平方米世界人居示范区。项目东起大学路，西至淮北街，南临淮河路，北接康桥华城与郑州大学为邻，雄踞城市中央。目前，康桥金域上郡VIP诚意登记已启动，并赢得了近千名客户的青睐。

澳洲贝尔曼和中建国际设计的大师手笔，贝尔高林独创的坡地景观，第一太平戴维斯的物业至臻服务，高科技住宅新风系统的运用，合理舒适的户型空间，83~142平方米豪气大宅，35~58平方米风范公寓……同时结合样板景观示范区为大家展示了未来中央国际住区的生活愿景。秉承康桥系列作品的一贯品质和服务，康桥金域上郡赢得了市场和客户的青睐。

又讯 6月28日，康桥金域上郡营销中心人声鼎沸，书香四溢，康桥金域上郡书画艺术文化周开幕。

近百幅国内书画名家悉心创作的翰墨作品飘香金域上郡，功力深厚的传统画作、恣意挥洒的书法作品，以深厚的文化积淀和高雅的文化品位，完美契合了金域上郡“上观世界、天下为域”的不俗精神气质。

据康桥金域上郡负责人介绍，此次活动得到了省鸿儒书画院的大力支持，持续展览一周时间。本周六，鸿儒书画院将有三位书法名家亲临营销中心，现场挥毫泼墨。而当天到访登记的诚意客户，也将有机会免费获赠大师当场献艺的墨宝一幅。 （张 霞）

中豪·汇景湾认筹当日引上千客户

本报讯 6月26日，中豪·汇景湾首期房源认筹活动正式启动。中豪置业17年荣耀巨作，新郑东之心，33万平方米世界级湾岸综合体澎湃起航。本次认筹吸引了500多人提前到售楼处通宵排队，当天更是引发近千人哄抢，创造了中原楼市的又一个热点和奇迹。

在项目组的精心筹备下，活动咨询、排号领号、认筹交款、领取礼品等活动有序地进行着。伴随着悠扬的音乐，客户在等待的过程中，尽情享受醇正的咖啡、美味的甜点，工作人员细致周到的服务使人们如归家般安心自在。中豪·汇景湾所提倡的就是这种至善至美的尊崇生活。

据悉，中豪·汇景湾当天认筹超过1000组客户，目前，两房2万元抵4万元，三房以上（含三房）2万元抵5万元，认筹抵款优惠持续进行中。

（张 霞）

携手国色清香宝丰酒 · 开创事业新辉煌

国色清香宝丰酒诚招团购经销商！ 独有五大优势，尽享一方财富！

传统名酒，品质保证
独一无二的清香纯正、入口绵甜、回味净爽的绝佳口感，传统十七大名酒之一的完美品质，引领口感竞争新时代！

清香定位，独占品类
独一无二的“清香”品类占位，清晰的品牌定位，强势传播清香概念，成就后清香时代的代表性名酒！

强势广告，三级驱动
独一无二的三级广告驱动，大众媒体与分众媒体、固定媒体与流动媒体、长期媒体与临时媒体的高效结合，精准切入目标消费群！

创新渠道，高效回报
独一无二的三级复合渠道策略，创新的价格体系，领先业界的客户拓展六步法，让你独享渠道资源整合的长期回报！

专业团队，全程运作
独一无二的运营团队，专业咨询公司量身定做的区域操作方案，全程协助你展开区域推广，让你全程无忧，做个轻松自如的老板！

我们为你提供：
业务人员、促销人员；核心消费者赠酒；专业品鉴会；清香之旅；专业培训；进店、开瓶费；大型户外广告；渠道与消费者促销活动等完整的支持系统，让你风险无忧，投资回报早见效！

加盟条件：
1、拥有良好的人脉资源和一定的渠道优势
2、优秀的经营理念与合作诚意
3、一定资金实力保证

招商热线：15838138109 13703928156 13015520076
联 系 人：袁先生 郑先生 李先生
宝丰酒业营销中心：郑州市金水路8号汇城大厦4F
咨询电话：0371-63381999 网址：www.hnbfjy.com

郑州市城乡规划局

控制性详细规划修改必要性公示

（2010-25）

由于原郑州纺织产业园（销售物流区）控制性详细规划项目指标修改，现正在我局办理相关手续，根据相关法律、法规现就其修改必要性予以公示：

项目名称：原郑州纺织产业园（销售物流区）控制性详细规划局部修改 **建设单位**：郑州纺织产业园管委会

用地位置：郑上路北、西四环路西

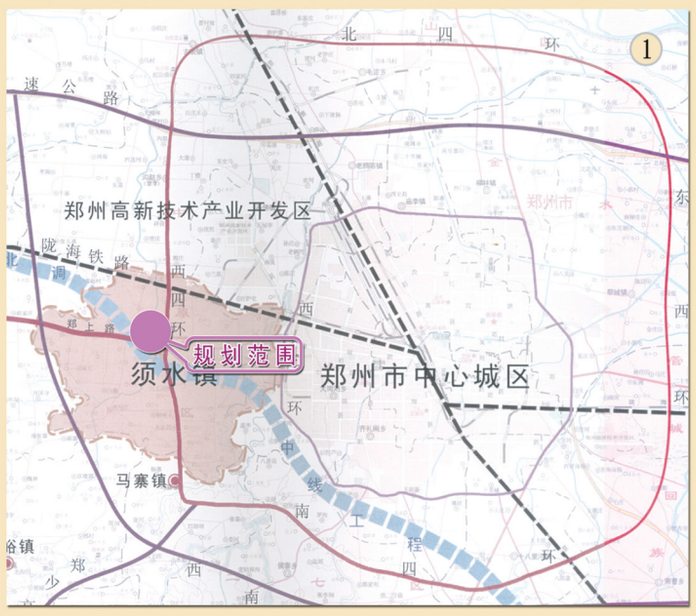
变更内容：原郑州纺织产业园（销售物流区）占地约350亩，该项目有利于改善西部城区面貌，加快城区经济结构调整。为加快项目建设和满足入驻企业长期发展需要，现需对原控规指标做以下调整：

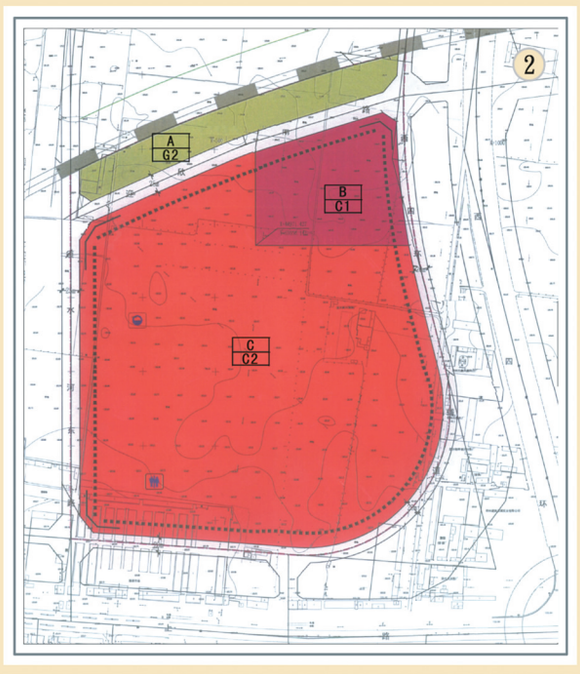
1. 分列地块指标：原规划C地块东部中间已建成的国家棉花纺织品质检中心项目应分属不同项目，应从地块中分离。规划控制指标也应分别设置。
2. 用地性质：原规划B地块为行政办公用地、C地块为商业金融用地，现拟将B地块、C地块统一为商业兼容住宅用地，以有利于项目的统一规划设计。
3. 建筑密度：结合项目规划，将B地块、C地块建筑密度统一调整为60%。同时在下一阶段建筑设计中，尽可能营造舒适宜人的室内城市开敞空间的面向公众。
4. 绿地率：结合项目规划，将B地块、C地块绿地率统一为不低于10%，同时结合硬质铺装设置富有吸引力的规则的绿化及种植，提高环境品质。
5. 容积率：结合项目规划，将B地块、C地块容积率统一为不大于3.28。
6. 建筑高度：结合项目规划，将B地块、C地块建筑高度统一为不大于100米。

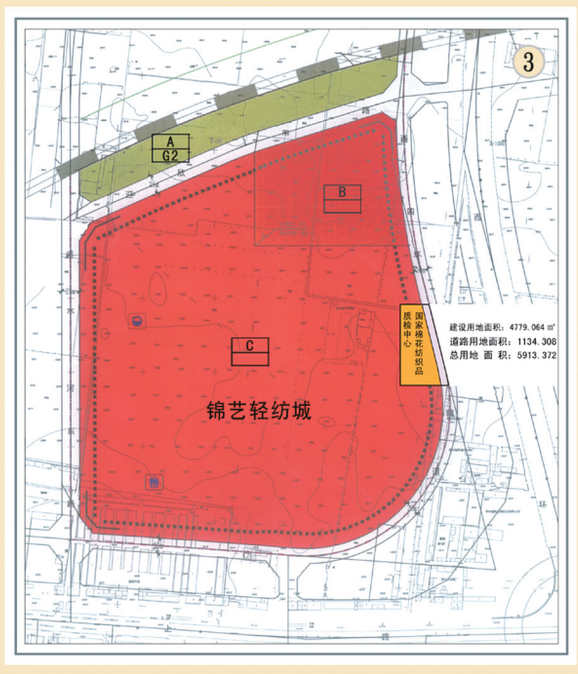
附图：1. 区位图 2. 修改前用地规划图 3. 修改后用地规划图 4. 修改前控制性指标一览表

联系电话：67172505（郑州市城乡规划局规划处） 67188539（郑州市城乡规划局信访处）

公示期：2010年7月1日~2010年7月30日







4 控 制 指 标

强制性指标	总用地面积(m²)		291439			
	地块编号		地块A	地块B	地块C	
	地块面积(m²)		21787	31560	208293	
	用地代码		G2	C1	C2	
	用地性质		防护绿地	行政办公用地	商业金融用地	
	用地兼容性		—	—	—	
	建筑密度(%)≤		—	40	40	
	建筑高度(m)≤		—	24	24	
	容积率≤		—	2.50	2.00	
	绿地率(%)≥		90	25	25	
	建筑容量(m²)≤		—	78900	416586	
规定性指标	配建停车位(个)≥		—	316	1666	
	配套设施	市政基础设施	见图示			
		公共服务设施				
	防火间距		符合《建筑设计防火规范》有关规定			
	出入口位置		—	EN	ESWN	
	建筑后退道路红线(m)	E	—	8	6	
		S	—	12（退地界）	6	
		W	—	9（退地界）	6	
		N	—	8	6	

公示内容网上可同时查询www.zzupb.gov.cn

郑州市城乡规划局
2010年7月1日