



李涛 星联置地集团副总经理

大郑州再向东 星联湾正起航

作为中原经济区的核心腹地，大郑州迎来巨大的、跨越式发展的历史机遇。这也为中原地产行业提供了更为广阔的发展平台。那么，作为城市建设重要的一份子，郑州乃至中原地区房地产开发企业又将如何自我调整，提升品牌影响力，迎接机遇，应对挑战？这成了中原地产行业集体探索的一个新课题。

崛起：郑东再出发 新中心呈现

我们已经在郑东版图上操作多个明星楼盘，对这一区域的过去、现在和未来看得更透彻。在过去十年里，郑州向东发展取得了巨大的成就。现在的郑东新区，正朝着中原经济区和郑州都市区、先行区、首善区、示范区的目标阔步前进。郑州再向东，这不仅是发展战略的转变，更是城市价值的再次挖掘。随着城镇化发展，作为河南省城镇化的“试验田”和标杆，郑东新区再次走在了前面，“大东区”跨出实质性的步伐，包括白沙组团在内的郑东新区正在成为郑州新的热点区域，而白沙片区，将是快速得益于本次郑东新区扩围的区域。可以预见，郑东将成为新的行政、文化、生活中心，成为城市最繁华的核心。该片区里纵横整条的交通路网与雨后春笋般出现的街区，无疑延伸着无限壮阔的未来。而建设中的白沙园区生态水系工程、规划的贾鲁河改造等景观、水系工程更为区域建设增添了润泽的风光。

地标：贾鲁河畔 法式低碳城墅

众所周知，衡量一个住宅产品的价值有着多重标准。好的地段始终是百姓心中购房的金科玉律。星联置地投资开发的处于白沙核心地带的星联湾项目，选址优良，具有与生俱来的魅力：距金水大道仅500米，出则繁华，入则宁静，南向与千米贾鲁河对望，风景秀美，视野一览无余。地段优质，意味着城市资源的丰富：交通便捷，CBD核心区、京港澳高速出入口、新郑机场、新东站等皆便捷可达；项目周边生态水系、市政绿地、休闲娱乐设施、商业购物、医疗教育等配套一应俱全。前景的美好吸引了众多开发企业的目光，星联湾所处地带现在已成为开发热点区域。

在今年9月29日的星联湾接待中心开放仪式上，同行见面会上，地产界代表和媒体代表纷纷表示：星联湾项目立于白沙核心区域，率城市配套开建之先启动，预热提升了区域价值，位于城市发展方向，具备得天独厚区位优势，这是项目成功的关键。地产界重量级名人也纷纷表示，星联置地是一家值得尊敬的企业，它能够真正从居住者的需求出发，定制个性化产品，关心居住者入住后的感受。

星联湾是星联置地集团精品品质的代表作。磨礮三年，由浅水湾1.0升级到2.0，又从浅水湾2.0升级到星联湾2.0，整个团队一直潜心于产品策划和产品创新，克服重重困难，把不可能变成可能，就是希望为中原地产奉上低密度高品质的住宅作品。

在星联湾项目的建设中，始终将低碳建筑理念进行到底，诸如如全石材立面、医疗级新风、同层排水、地板辐射采暖、LOW-E玻璃、太阳能等多种先进技术及材料，旨在为业主提供真正的绿色品质生活体验。产品还有层层退台、超大开间、4.8米层高、独特内庭院等片区首屈一指的亮点。

星联湾有着8年开发运营经验的高层管理团队，开发商的品牌力量、对产品的精心雕琢和社会责任感更为星联湾项目锦上添花。



建业·天筑&耀莱成龙国际影城战略合作发布会

成龙「回家」耀莱天筑

根植中原二十一载，建业地产历经三代产品，11月27日，万众瞩目的“建业集团第四代产品代表作——建业·天筑全球发布会”在新落成的超五星级酒店——郑州建业艾美酒店隆重举行。华人功夫巨星成龙空降郑州，亲临现场助阵“天筑”，与现场嘉宾零距离分享建业第四代产品“科技、绿色、现代、精装”的核心理念以及耀莱成龙为建业·天筑量身打造的“中原首个七星级业主私人影院”，以未来的高度启示现在。近两个小时的活动中，现场座无虚席，气氛热烈，为冬日里的郑州带来了一场空前的视听盛宴。

用未来的高度启示现在

建业·天筑盛大发布 巨星成龙郑州助势

本报记者 任志伟

建业第四代产品 成就顶级人居典范

在一场中西合璧的写意墨舞中，发布会正式拉开帷幕。此次发布会共分为“筑·语”、“星·耀”上下半场，分别从“企业文化、产品价值、大师团队、天筑定制”四个方面阐述了“建业集团第四代产品代表作——建业·天筑核心价值”以及“耀莱成龙影城与天筑私人定制影院”。

建业住宅集团(中国)有限公司董事长、中国房地产协会副会长胡葆森携建业集团高管团队，与香港王董国际有限公司、台湾怡盛物业管理有限公司、耀莱投资有限公司等负责人出席发布会。上千位建业集团VIP大客户以及来自省内外逾40家媒体的近百名记者共同见证了这一盛况。

在企业文化篇章中，建业独有的厚重与创新理念得以全面展示，彰显“住建业、最幸福”的价值理念，一幅幅建业18地产品产品及客户服务的动人掠影，让现场响起一次次掌声。

在“建业·天筑”产品价值发布篇章，建业集团产品中心总经理焦笑言与现场观众一起分享了建业第四代产品国家化的居住体验和品质特质。她分别从“绿色、科技、现代、精装”四个方面，全面阐述了建业集团在产品塑造体系、空间应用体系、物管服务体系、生活配套体系等领域

的独特魅力，而建业·天筑实景VCR的呈现，也让现场观众更直观地感受到了其领袖时代的价值理念。

在大师篇章里，建业集团董事长胡葆森与香港王董国际有限公司董事总设计师刘汝涛、台湾怡盛物业管理有限公司总经理马建群、耀莱成龙国际集团总裁韩林，共同就人居发展方向、国际建筑理念、高端物业管理以及私人定制服务进行互动访谈，展示了建业·天筑这一划时代的顶级人居之于中原地产变革的时代意义。

建业造就好房子 成龙奉献好电影

当日16点38分，在一段成龙电影剪辑视频以及现场直播镜头中，国际巨星成龙亮相舞台，将全场气氛推向高潮。

成龙首先与现场观众分享了对建业产品及服务的认可，他表示：“建业地产和胡董本人的特质让他感动，这也是耀莱成龙影城一直选择与建业合作的原因。从郑州建业艾美酒店的装修细节，他就感受到了建业产品工艺的细致入微，可以预见未来呈现的产品，也必然是具备国际品质的，而耀莱成龙为建业打造的定制私人影院，则会让客户在住上好房子的同时，看上好电影！”

随后，成龙携手建业集团董事长胡葆

森、耀莱成龙影城集团总裁韩林，共同开启“建业天筑&耀莱成龙国际影城战略合作签约仪式”，为建业天筑“七星级业主私人影院”定制揭幕，并留下恒金纪念手印。

未来在落成的建业·天筑业主私人会所中，耀莱成龙影城将会为天筑的业主们提供一系列视听娱乐方面的高端定制服务。这也是天筑继中原首个四季恒温花房会所、5000平方米双泳池私人会所之后，又一创新性高端配套设施。

活动最后，在一曲成龙的《男儿当自强》中，2013“建业集团第四代产品代表作——建业·天筑全球发布会”圆满落幕，也开启了中原地产高端时代的居住梦想。

中原都会楼王 跃级世界恒产序列

作为建业集团第四代产品代表作，时代顶级人居项目——建业·天筑于2013年正式落笔郑东新区CBD核心区。建业集团携手国际大师团队，香港王董国际建筑设计有限公司(代表作北京中国国贸中心三期、上海滨江凯旋门)、加拿大雅奥景观设计(代表作北京运河岸上的院子)、香港梁志天室内设计(代表作上海汤臣一品)以及台湾怡盛物业(代表作台北帝宝)，集合国际顶级一线家居品牌供应商，在郑东新区CBD、省政府、高铁商圈核心区，打造中原第一豪宅。

郑州雅居乐国际花园营销中心华彩绽放



升龙广场置业顾问李亚洲：做客户的知心朋友

本报讯(记者 朱梓)11月30日，郑州雅居乐国际花园营销中心华彩绽放。开放现场，整个营销中心高朋满座、热闹非凡，许多到场嘉宾表示，非常期待这次雅居乐来到中原开发郑州雅居乐国际花园。

据了解，郑州雅居乐国际花园择址郑开大道门户临近地铁1号线、城市轻轨、城际高铁、郑东新客站，四站合一链接世界；京港澳高速、郑开大道3纵3横立体交通，通达全城，举步即是繁华。美食城(规划中)、丹尼斯(规划中)、北京阜外医院、10分钟生活圈满足多维尊享需求；另有社区幼儿园，规划中的中、小学教育配套，十五年一站式教育涵养书香未来。

不远的繁华，亦亲享自然。龙子湖、象湖、七里河、贾鲁河绿水清荫在畔，步行5分钟即享3000亩生态湖城公园。项目景观设计由国际景观巨擘澳大利亚怡景师鼎力设计。目前首批产品业态为212~266平方米奢墅院，8米敞阔开间客厅，双车位、下沉庭院、层层花园，专享私密尊贵生活；140~157平方米花漾洋房：一梯两户，南北通透，地下室、阳台、露台等多面积回馈。

职业感言：以诚相待，做事先做人，不断学习，不断超越。

初闻“李亚洲”这个名字，记者还以为是个位刚毅帅气的小伙子，没想到是个位柔情似水的女孩子，不过也正验证这个名字的意义，巾帼不让须眉，李亚洲进入升龙广场时间不长，却几度成为销售冠军，月销售额达到3500万元左右。

出生于郑州东郊的李亚洲，曾经亲身经历了燕庄的拆迁改造及升龙曼哈顿广场的拔地而起，从此，对“升龙”有了一份特殊的感情。工商管理专业毕业的她喜欢挑战自我，2012年毛遂自荐进入升龙广场，开始了置业顾问的工作。

谈起郑州那么多的项目为什么唯独钟情于升龙广场，健谈的李亚洲可谓滔滔不绝，她说：“升龙广场具有很好的发展潜力，它位于高铁商务区的核心区域，距亚洲第一高铁站——郑州东站，仅一路之隔，20米的距离，地域优势不言而喻。希尔顿酒店曾经也是考察了近五年的时间，秉承非中心不入驻的原则，打着进驻一个城市，带动整片繁荣的口号入驻升龙广场，从这点来看，升龙广场在郑东新区就有绝佳的优势。”

“另外，升龙广场是地铁一号线、五号线双地铁交会处，轻轨也将在2015年底交付使用，到达航空港区也不过就20分钟左右，时间就是效益，便捷程度不言而喻。客运东站也搬至高

铁站东临，升龙广场集客运、公交、地铁、轻轨、高铁为一体。所以，基于对升龙的感情，对升龙广场未来发展的信心，看中升龙的发展前景，我才毛遂自荐的来推销自己。”说到这里，这个随性大方的女孩不禁哈哈大笑，自嘲自己不是太年轻狂了。

李亚洲说，进入升龙广场已一年有余，随着时间的推移，越发的热爱东郊这片区域，对项目本身的理解也越发深入。“我们的产品金额相比住宅要多，所以来售楼部看房的都是社会中的精英。他们对投资也非常谨慎。不管他们买不买，只要进到我们售楼部，我就会将产品价值和整个区域情况介绍给他们。”

“对我个人来说，很感谢升龙给我提供的平台，让我不仅学到了很多，在专业程度上有了新的提高。置业顾问流动性大，工作也非常辛苦，之所以坚持到现在，是因为对升龙倾注了自己的青春和汗水，只要升龙对我有信心，我绝对会一如既往地走下去。”

谈到销售技巧，李亚洲不假思索地回答记者，是耐心。“我一直觉得做事先做人，真诚对待每位客户，把客户当朋友。无论这个客户实力大小，把最适合他的投资置业产品介绍给他，客观的帮助他分析产品的价值，切实地为客户着想，谈心、拉家常，人都是有感情的，时间久了，客户会把你当成知心朋友，彼此拉近了距离，接单自然会水到渠成。”

