

招商蛇口落子中原

本报讯 5月28日,“百年荣耀 致敬郑州——招商蛇口暨招商·天地华府媒体发布会”在万达文华酒店举行。此次活动是招商首秀郑州,并揭开了在郑首个作品招商·天地华府的神秘面纱。

发布会上,招商蛇口郑州公司总经理陈建康对招商蛇口的诞生及发展进行了解析,并着重强调正是因为得天独厚的地理优势,以及在历史中的卓越地位,招商蛇口在开启全新征程的第一步便坚定地选择了郑州。

据悉,招商·天地华府位于嵩山路运河畔,系九年一贯制绿色人文社区,属于80~140平方米灵动空间,46万平方米全能住区。

据悉,招商蛇口是招商局集团旗下城市综合开发旗舰企业、中国领先的城市及园区综合开发和运营商,致力于以“产、网、融、城一体化”推动城市升级。(侯国昌)

互联网+商业地产+电影文化
发展论坛开讲

本报讯 5月31日,互联网+商业地产+电影文化发展创新论坛暨奥斯卡乐丁国际影城开业典礼在乐丁广场举行。河南省商业协会、奥斯卡院线、河南省青年客商会、星联置地、永威置业、八达威集团等企业代表悉数出席。

论坛现场,星联文化董事长黄珊与河南省八达威商业集团有限公司营销中心总经理杨诚签订了战略合作协议。

河南省青年客商协会会长苏新表示,电影院+商业地产模式,为电影带来了极大的活力。其他嘉宾也一致认为电影院+商业地产这一模式,是一个双赢的结果,一方面电影院为商业带来了更多的人气,另一方面商业地产的消费环境为电影院多元化的发展提供了更多的可能。(刘文良)

房地产从业者
共话行业革新

本报讯 近日,安居客携手58同城,举行了“惟思辨——房产商学院”活动,为郑州的房地产从业者提供一次互相交流经验的机会。

本次活动以“互联网+”为主题,立足于房地产领域“互联网化”的革新,共分为六大环节。通过此次活动的举办,不仅能发现郑州房地产领域众多杰出的人才与经纪公司,也为这些人才的集聚与才能的展现提供了一个空间,对于行业里的企业与个人来说,本次活动也是一个打破彼此间隔阂,更好协作发展的契机。(侯国昌)

金科地产布局郑州
金科城首发登场

本报记者 刘文良



5月29日,金科(郑州)2016品牌发布会暨金科城产品推介会在裕达国贸举行,金科地产在郑州的首发之作——金科城,和中原人民见面。金科地产作为中国地产品牌十强,成立18年来,已为全国39城、近120万业主缔造了一座又一座品质人居。现在金科地产布局郑州,未来将以美好之名,为郑州人民带来理想人居。

实力金科 五子登科布局郑州

会议伊始,金科地产集团总部总裁特别助理方明富对金科地产的品牌战略进行了全方位的解读:金科自成立以来,始终恪守“做好每个细节”的企业信条,在产品打造方面精益求精。2016年,金科地产以“美好你的生活”为全新战略主题,未来的金科,不仅关注产品,更注重后期的服务,坚持“地产+服务”的理念,以五个更好生活主张,推动人居梦想全新起航。

如今,金科地产以行践言,以两大重磅作品金科城及天籟城分别定鼎郑州高

新区和绿博组团,同时,还将在郑东新区北部区域、中原常西湖新区、经开区滨河国际新城等区域全面布局,金科在郑州五子登科指日可待,金科式美好亦将指日可期。

魅力金科 金质服务榜样中原

金科物业公司总经理助理表示,作为中国物业服务质量十强,金科物业时刻以提供高质量的社区居家生活为己任,凭借“迅速反应,创造感动”的服务理念和“标准化、精细化、信息化”的服务基础,全方位呵护人居梦想。此外,为促进邻里文化交流而成立的金科邻里会和每年定期推出的六大“邻里万系”活动,更是成为物业服务领域的榜样。

18年的寒暑轮回,金科物业的关爱从未止歇。智慧无痕、呵护无声、生活有求、身必应,正是对金科物业的形象描述。“中国住宅用户满意度全国第一”的殊荣,不仅是对金科物业的最大褒奖,同时也将激励着金科物业不忘初心,在呵护梦想的道路上再创感动。

魄力金科 金科城引领品质人居

在此次发布会上,金科地产逐鹿中原的首发作品——金科城,也在众人的期待之下揭开了神秘的面纱。金科地产华东区域产品研发设计部研发设计部总监王军,对金科城项目规划及产品进行了详细解读。

金科城,择址高新区核心地段,位处科学大道与瑞达路交会处,是目前高新区醇熟之地,双地铁、五纵五横交通路网四通八达,西流湖续建工程及多个公园环伺周边,郑州中学及郑州中学附属小学就在门口,区位优势不言而喻。

此外,金科城的13栋新古典风格高层和12栋新亚洲风格洋房,立面俊雅历久弥新。别具匠心的大师椅环抱建筑格局,兼顾了高层的景观视野和洋房的私密性。得益于金科的产品研发体系,金科城78~145平方米臻品金质户型,实现了全明通透,未来将为郑州市民带来良好的居住体验。

楷林物业品牌发布会
暨十周年庆典启幕

本报讯 5月28日,河南楷林物业管理有限公司(以下简称楷林物业)品牌发布会暨十周年庆典在楷林IFC启幕,正式宣布启动楷林物业价值运营体系“楷服务”,楷林物业各项目新老业主、省市行业协会相关工作人员、物业同行及众多媒体嘉宾等齐聚发布会现场,共同见证了这一重要时刻。

“十年前地产养物业,十年之后物业养地产”,作为写字楼物业行业的领军企业,楷林物业推出的“楷服务”体系,将优质的服务带给更多办公人群,实现“美好办公的变革”。楷林物业副总经理李学敏对“楷服务”包含的“精管理、悦体验、优资产、智互享”四个模块进行了诠释。

楷林物业董事长李建彬透露,楷林物业和一线城市的知名同行全程起草和编订了《中国写字楼物业管理指南》;同时,楷林物业与北京未来科技城成功签约,成为未来科技城前期规划设计阶段的顾问。(刘文良)

恒祥·百悦城项目入市

本报讯 5月29日,恒祥·百悦城品牌发布会在河南大河锦江饭店举行,近500人莅临现场,共同见证恒祥·百悦城项目的入市盛况。

发布会上,恒祥实业董事长白恒对恒祥·百悦城的造城历程进行了解读,作为恒祥实业进军郑州的首部作品,自项目启动,公司先后斥巨资多次出国考察,聘请多家知名商业咨询规划企业,最大程度地确保项目规划合理、定位准确。80万平方米微都市综合体,以国际超前规划为蓝图,结合项目地块特征形成开创性体验产品的特色,在实现住宅、公寓、写字楼、商业完美结合的同时,又做到了明显的分区。

恒祥·百悦城所在区域交通便利,周边城市配套设施齐全,同时还包括13万平方米体验式商业中心,规划有奥斯卡定制巨幕影院、金仕堡健身、儿童主题购物中心等,物业和托管公司则分别与宏德物业及怒醒公寓管理公司签约合作。(侯国昌)

华商汇举办陶瓷卫浴招商说明会

本报讯 5月28日,华商汇陶瓷卫浴/灯饰馆招商说明会在华商汇招商中心举行。华商汇集团董事总裁彭友虎、华商汇商业运营有限公司总经理李晓琦等与近200名河南陶瓷、卫浴、灯饰界重点商家共同出席了本次活动。

彭友虎从项目概况、场馆建设、物流配套等方面为现场嘉宾解析华商汇特色,他表示:在今后的发展过程中,华商汇将一如既往地给予商户关注与支持,尽可能为商户创造便于经营的软硬件设施与优异的经营环境,让人驻的商家更好、更安心经营发展。

说明会上,众多商户纷纷表示,华商汇量身打造、定制招商的经营模式,是吸引商家入驻的重要因素,感谢华商汇给予商户的优惠政策和经营保障,华商汇陶瓷卫浴馆繁华在望,商户愿意与华商汇携手共进,做大做强。(张子静)

商情
播报郑州欢乐湖童装购物中心
即将开业

本报讯(记者 苏立萌)郑州欢乐湖童装购物中心在经过两年的精心建设后,即将盛装开业。该项目投资总额8.3亿元,分别建设商业和高层住宅,商业楼项目的欢乐湖童装购物中心,可安置1000余户经营户入驻。目前童装购物中心已有近千商家入驻,商铺的装修也已完工。

近年来,郑州积极推进建设以国际商都为特征的国家中心城市。在郑州迈向“国际商都”的征途中,位于城市中心功能区的大型国际化、专业性市场无疑是一个重要的有力支点。

作为为数不多的国际性童装专业购物中心,郑州欢乐湖童装购物中心将用国际化、专业性的魅力品牌,为“国际商都”增添又一靓丽名片,为促进河南经济社会发展增彩。

发力休闲零食市场
好想你枣生核产品全面升级

本报讯(记者 高凯 通讯员 周明杰)最近,微信朋友圈疯传一组好想你休闲零食(枣生核产品)图片,引起众多“好想你”枣粉的刷屏大戏。

据了解,好想你枣生核系列产品自2015年6月推出就受到广泛欢迎。2016年,该产品在全新品牌战略支持下全面升级,产品有红枣+核桃、红枣+花生、红枣+杏仁、红枣+腰果等不同组合。而根据用户定位不同,好想你还推出了900g商务礼盒装、300g伴手礼、270g家庭量贩装、60g儿童装及DIY装等不同规格,分别针对商务人士、节庆档送礼人群、休闲白领一族及儿童群体的需要,可以说产品定位更加清晰,产品结构也更加立体和完整。

高成本下的“轻快前行”

——访车王认证二手车超市董事长兼CEO李海超

本报记者 苏立萌 李汪洋



在中国的二手车行业,车王二手车是个“异类”——它先人一步,从线上走到线下。

李海超2011年就未雨绸缪,“从线上走到线下”,开设门店提供一站式服务。“国内二手车交易存在业务链冗长、大宗商品、非标准化、极度低频等特点,线上很难实现交易。”李海超意识到“只有从线下介入才能真正解决消费者的痛点,打造一个完整的交易闭环”。于是他带领团队,对标美国二手车连锁零售商CarMax,创立车王。

日前,在车王二手车郑州直营店,记者见到了车王认证二手车超市董事长李海超,奔波于各地巡店,使他略显疲惫,但神态依然轻松,这与车王今年上半年的两条利好消息有关。

今年1月,车王二手车对外宣布“实现整体盈利”。2015年,车王销售二手车超过1万辆,同比增幅超60%,销售额达21亿元。与此同时,车王二手车在上海交易所挂牌发行了1.1亿人民币的首期资产专项计划(ABS),并且公司正在进行E轮融资。上述动作意味着车王二手车几乎拥有全行业最低的融资成本。

在近两年传统二手车商通过寄售等形式逐渐向“轻资产”转型,走“轻资产上阵”策略的同时,车王二手车却“重资产”负重前行。据介绍,“车王二手车目前有14家直营门店,平均营业面积超过1万平方米,总库存高达2500余辆,购车至少占用约4亿元的资金。”车王之所以敢“负重前行”,就在于融资能力。

“由于二手车估值难、操作成本

高、残值处理比新车麻烦、金融机构缺少对二手车市场的理解和风控手段等原因,无论是库存融资还是个人融资,国内二手车商很难从传统的金融供应商处得到支持,遏制了一大部分贷款购车需求。”这种环境下,车王的“重资产”运营模式反成优势,超市连锁模式、率先在业内引入的“认证”和“赔付”体系、全程质量监控、3万个实实在在的在用用户……都给了投资者和金融机构极大的信心,大大提升了其在申请发行ABS时的信用评级。

外界看来,车王选择了最辛苦、成本最高的运营模式,殊不知车王的“重资产”让它在资本市场“轻快前行”。有了资本做后盾,车王便可以从容地扩大经营规模、拓展相关业务。“车王计划在全国的主要城市都开设门店,将把发展重点放在业务扩张和金融服务业上,希望3年后单年的营收能破百亿元。”在二手车政策导向日趋向好的背景下,李海超看好国内二手车市场的发展,对于车王二手车的未来也信心满满。

全新BMW X1 郑州上市

本报讯(记者 李汪洋)5月29日,备受期待的全新BMW X1在郑州上市。本次上市的六款车型分别为全新BMW X1 sDrive 18Li时尚型/尊享型/豪华型、BMW X1 sDrive 20Li豪华型、BMW X1 xDrive 20Li豪华型和BMW X1 xDrive 25Li豪华型,价格区间为28.6万元-43.9万元。入门级豪华SUV全新一代BMW

X1提供X设计套装和运动设计套装两种外观选择,车身颜色多达10种。新一代BMW X1的底盘针对全新车型平台重新开发,采用了更多高强度钢材,减轻重量,提升刚性,使得车辆转向时的控制更为精准。全新BMW X1还大量使用先进电子技术,增强车辆的运动性和舒适性。如动态减震控制系统、弯道刹车辅

助系统、驾驶体验控制系统等。

此外,宝马还专门推出专属优惠金融方案,购车客户仅需首付5.8万元起即可成为全新BMW X1车主。宝马还为消费者提供了月供增容计划,将车辆保险和购置税全部并入贷款项目,令客户购车首付更轻松,同时也为车辆带来更为全面的保障。

东风雪铁龙科技创享体验营
精彩开营

本报讯(记者 李汪洋)5月28日,“驾·享法兰西”东风雪铁龙科技创享体验营第3季在郑州开幕。科技创享体验营第3季将覆盖全国87个城市,凭借全网招募平台,让所有的消费者都有机会参与进来。

东风雪铁龙科技创享体验营经过三年的发展,已成为东风雪铁龙展现品牌优势“舒适 时尚 科技”的品牌符号。作为“客户体验年”打响的首个体验式营销战役,本届创享营将竞技型体验和趣味性体验相融合,由主动参与性体验取代了常规邀约体验。

活动当天,内场体验区通过趣味切法棍比赛、品鉴法式下午茶等科目让人领略法式生活的情调和品味。外场体验区主要是赛道体验科目,体验者在拱桥陡坡赛道,按照标准计时赛进行竞赛式全系车型试驾体验。体验者不仅能感受品牌的与众不同,也能感受到东风雪铁龙在品牌定位、产品技术以及售后服务的真正实力。

奇瑞全系特卖会河南站收官

本报讯(记者 郭超飞)5月28日,“家乡人 家乡情 家乡车 奇瑞汽车全系团购会河南站”在开封奇瑞工厂举行。活动吸引了来自河南14个地市的1185名客户到场,在60分钟内卖出337台车,创造出一个全新的销售纪录。

据悉,开封奇瑞工厂是奇瑞汽车的生产基地,从2011年第一辆奇瑞汽车生产下线,截至目前累计用户达到40万。在活动开始前,到场客户还参观了奇瑞工厂,进行了一次零距离的接触和观摩:源自奇瑞汽车的成熟技术在德国引进的全套先进生产设备得以完美展现,依据ISO国际质量标准建立的质量管理体系和生产过程管控系统则充分保障每一台出厂车辆的品质。奇瑞汽车相关负责人表示,奇瑞汽车在未来会有计划地逐步推出K60、K70、K80等全新7座车型,并将进一步提升开封工厂的产能,预计到2017年年产销量将超过10万辆。