

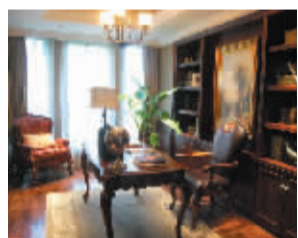
招商·北固湾

开创镇江地产营销新纪元

17日,招商·北固湾营销中心开放仪式暨新品发布会,盛大绽放,现场人潮涌动。据统计,当日吸引了逾2000人次前来咨询体验,创造了镇江楼市之最。上午,随着兰博基尼、玛莎拉蒂、法拉利三大世界顶级豪车的闪亮登场,活动强势引爆。下午,26名新丝路中国小姐总决赛的模特佳丽齐聚北固湾,名车与名模的闪亮组合,“谋杀”了现场无数菲林。当晚“幻彩耀湾”新品发布会更将整天活动推向高潮,发布会上更力邀到曾主持设计水立方的CCDI首席设计团队以及来自著名Whitebox的瑞士籍景观设计团队全方位解读了北固湾的建筑与园林打造理念。当天同步开放的营销中心和样板房高品质的展示将这一理念表现得淋漓尽致,赢得了到访者一致称赞。如此大手笔的高端体验活动,如此大手笔的打造标准,实为镇江前所未见,充分体现了招商地产对于豪宅生活非凡的营造主张。



关注北固湾·之三



一、江山观止,全城仰望

“现场超级震撼,无可比拟”;
“活动执行得真不错,很棒”;
“楼盘营销手段全面升级,北固湾营销开创了镇江地产新纪元……”
赞叹之声,不绝于耳。

17日一大早,市民王先生开车载着家人前往北固湾,刚进营销中心大门,只见戴着面具装扮成英国淑女的模特分外典雅。两侧站着8个着白色曳地长裙的迎宾小姐,宛如仙女下凡。王先生突然很羡慕

带了相机来看楼盘的市民。

家住绿竹巷的潘先生一家一头扎进营销中心大厅,置业顾问毛小姐向他们介绍相关户型。记者发现,与其他楼盘宣传资料随手可取有所不同,这里的楼盘示意图,只有当置业顾问向你讲解具体细节时才会递给你,细微之处尽显“绿色巨人”招商地产的素质。上午的活动结束时,偌大的营销中心没有一份资料乱丢现象。

刘先生一大早从句容赶来,一起来的

还有老伴、儿子、准儿媳。为挑选房子他们开起了小型家庭现场会。

一对老夫妻抢先一步,他们把户口本与存款单复印件交给置业顾问,反复叮嘱下午3点,一定要排上队看样板房。

上午9点半,如潮水一样的人流涌向了营销中心及前面的广场……招商北固湾终于揭开了她神秘的面纱,人们纷纷传递着这一喜讯。

二、揭秘招商·北固湾

2011年,值得镇江楼市纪念。因为,众所周知,一座改变镇江湾生活的约75万平方米人居理想大盘,正在镇江三山一江畔崛起。招商·北固湾秉承招商地产誉满全国的滨水豪宅运营经验,为镇江奉献国际滨水新名片。

招商·北固湾规划为三大产品系:法式别墅、花园洋房、江景洋房。

林先生得到邀请,参加17日晚招商地产的名流晚宴。当晚,招商地产联袂顶级奢侈品爱马仕共赴名流夜宴,晚间的发布会上,名品展示,大腕云集,爱马仕丝巾秀展示引得现场一阵欢呼。来自中建国际(CCDI)水立方总建筑师、设计副总裁区启高,向全场的来宾介绍了北固湾的项目规划及户型优势。而来自瑞士的景观总设计师Andy,就北固湾的法式皇家建筑景观风格与临江观景的独特地理位置的契合发表了见解,两位大师的生动解说赢得了来宾们的热烈掌声。

招商·北固湾拥有国际一流的设计团队,担纲该项目总设计师的区启高,1985年取得重庆建筑大学建筑学硕士。获得过当代中国建筑艺术创作成就奖、1992年度建设部建筑设计一等奖、第二届“建筑师杯”



优秀奖,入选中国青年建筑师33人专集,深圳市规划评审委员会专家库成员等。

17日晚,区先生向全场的来宾介绍说:招商·北固湾规划为法式别墅、花园洋房、江景洋房三种产品。在规划上充分尊重镇江三山一江的丰厚资源,其中,法式别墅沿袭法国皇室建筑风格,辅以天然石材干挂立面、建筑抬高设计、南北私家庭院等高端细节,成就前所未见的别墅居住境界;尽得约4000m²主轴景观公园的舒适花园洋房,尽览山水滨江的同时,又能够享受天然石材立面、大尺度横厅设计、双人户花园设计的花园生活主张;一线滨江的江景洋房,设计纯美的ARTDECO建筑风格,大面积观景阳台、南偏东20°偏向

设计,使得每一户均打开山景、江景的阔绰视野。

担纲招商·北固湾景观总设计师的是Andreas Kast。Andy出生于1979年9月14日,2007年毕业于苏黎世理工大学建筑学硕士专业,是瑞士籍注册建筑师,设计总监。

Andy的作品侧重于当代的概念设计,热衷于建筑立面模式、参数化设计在建筑设计中的应用;数字化建造,等等。他曾在阿根廷首都布宜诺斯艾利斯停留半年多,对建筑发达国家(例如欧洲、美洲)以外的国家建筑物设计产生兴趣。

在阐述招商·北固湾的法式古典风格设计时,Andy说:“经典的欧陆式风格的重新引入住宅项目,目的是为了促进更多独特的生活方式,这也是我的研究课题。因此,让我熟悉掌握了古典设计起源及多种不同现代欧洲风格表现方式。这是两个极端的建筑设计风格,非常现代和非常经典,因此让我能非常投入在中国的设计工作,因为在中国,建筑师需要有一个开放的心态和重新思考欧洲建筑负面消极时期的设计风格。”

三、招商地产的精彩在镇江仅仅是开始

回顾2010年下半年至今,楼市调控力度可谓空前强劲,楼市成交量起起落落,市场观望氛围依旧未减,从5月底楼市开始进入传统淡季,企业各自为政,暗中发力者有之,明码降价者有之,活动抓人气者有之。翻新营销手法,创意活动内容,目的只有一个,希望能够圆满完成既定的销售任务,重新炒热楼市温度。

近两年,万科、招商、远洋、万达、恒大、中冶、国信等一大批知名开发商进驻镇江市场,给镇江这样的三线城市注入了新的活力,楼市竞争愈演愈烈,营销手段、设计理念、建设速度……让本土企业望尘

莫及,也让本地百姓大开眼界,让镇江城市面貌焕然一新。

无疑,招商·北固湾的首次亮相是非常成功的,它以华丽完美的姿态与镇江人相遇,不仅吸引了眼球,引爆了现场人气,而且无形中和北固湾项目相融合,凸显自身项目的名流气质。另外,如何让营销更贴近购房者,是地产商当下面临的重要课题,招商地产能够将意向购房者直接吸引到现场,凭借极好的互动性、参与性和感染力、传播性,让首度亮相一举成名,这一点不仅被传为佳话而且成为被效仿的焦点。

专栏记者 陆渭南

