

百年名校与实力央企的强强联合

# 中建长清湖实验学校正式签约

□胡文楷 报道  
本报讯 4月29日,中建信和地产携手百年山大,正式签约共建中建长清湖实验学校,打造区域学区大盘。  
签约活动由政府、学校、企业三方参与,明确了中建长清湖实验学校的政府所属公办学校性质,揭开了百年学府山东大学与实力央企中建信和地产竭诚合作的新篇章。据悉,将要落成的中建长清湖实验学校为山师附中附小标准化配备学校,并于2016年9月1日正式开学,中建长清湖也将成为区域内最大学区楼盘。百年名校与实力央企的强强联合,必定会树立山东省教育地产的首席品牌标杆!

中建信和地产,系实力央企,世界500强中国建筑旗下成员企业——中建五局的地产业务唯一运营平台。目前项目总投资额超过300亿元,土地储备达657万㎡,拥有房地产开发、物业管理双壹级资质,是国内少数获得“全国五一劳动奖状”的地产企业。  
作为有社会责任感的实力央企,中建信和地产一直尚学重教,这次以中建长清湖项目为契机,携手百年山师大签约中建长清湖实验学校,打造区域学区大盘,期望让更多的孩子进入山师大附属中小学接受良好教育。  
中建长清湖,拥有万亩山湖的自然资源,家门口的轻轨R1线站点,优越资源得天独厚。200万㎡央企名校大盘,成就区域内最大品质学区盘,让孩子得到更好的教育,成就美好将来。

同日,山东大学宣布,整合旗下山师附小、山师二附中和山师附中等中小学资源,正式成立山东师大基础教育集团,作为山东大学在基础教育领域开展对外合作办学的唯一授权单位。集团通过实施“名校+新校”等多种办学模式,开展合作办学项目,积极发挥名校引领带动作用,致力于推进区域教育均衡发展。  
中建信和地产有限公司与山师大共建中建长清湖实验学校,也是山东师大基础教育集团正式成立后的首个合作办学项目。



▲签约仪式现场

## 济南万科新里程接待中心隆重开放

□杜元杰 报道  
本报讯 5月1日,济南万科新里程接待中心盛大开放。活动现场人气火爆,继4月27日品牌发布会之后,再次验证了购房者对万科新里程项目的关注与认可。  
济南万科总经理助理武磊在致辞中表示,新里程作为济南万科第四城,将继续秉承万科固有的专业态度与精工品质,打造成“好房子,好物业,好邻居”的魅力社区。  
万科新里程雄踞城市中轴线的区位优势,四通八达的便利路网、80—108㎡宜居空间以及万科独有的全面家居解决方案,无不令在场的朋友赞叹不绝。  
作为国内龙头房地产企业,万科一直致力于打造美丽生活的自我价值实现与社会责任担当,用自己的专注与专业实现对中国城镇化的系统表达。深耕济南以来,万科给这座城市带来的是对现代人居体验需求的人性化回归与创新。

## 恒大帝景完美诠释壹号豪宅

五一小长假期间,恒大帝景凭借“抄底特价房、购房折上折”等优惠措施吸引了众多购房者的到来。活动以来,销售中心客流不断,成交火爆,并应购房者强烈要求再加推,用实力刷新济南豪宅成交记录,掀起抢购潮。而在热销的背后,恒大帝景以豪宅实力,完美诠释殿堂级领袖官邸之根本。  
恒大帝景坐落文化东路与山大路交汇处,山师、山师附小、文东小学等名校环伺;大润发、家乐福等购物场所林立;省中医、齐鲁医院、省立医院等一流医疗举步即到。中心领域,繁华左右。恒大帝景定制级5000余㎡超五星级铂金会所,涵盖商务、运动健身、文化休闲等极致尊贵服务。5000余㎡国际风情商业街,规划入驻大型超市、高端酒楼、日常配套等,以容纳满城的繁华满足生活一切所需。  
目前,恒大帝景三期新品全新面世,95㎡学府三房,最低1.5万/㎡起,赠1500元/㎡精装,真正实现了三代同堂,安家豪宅区的梦想。220—320㎡殿堂级藏品大宅,3.5米阔绰层高,3000元/㎡豪装标准,为峰层人士打造绝无仅有的藏品级豪宅。  
恒大帝景,重新树立济南豪宅标杆。

## 华晨汽车重磅亮相齐鲁大地

华晨汽车重磅出击济南区域市场,在2014年4月10日举办的“齐鲁春季汽车展示交易会”上精彩亮相。  
华晨汽车为筹备车展,用心提取了金杯6款卓越商务车,中华5款精品品质车。其中,始终秉承“卓越商务领航者”形象的金杯海狮、金杯大海狮、金杯阁瑞斯及金杯新海狮的多款车型粉墨登场,而致力“国民精品车”的华晨中华则携中华H220、中华H230、中华H330、中华H530及中华V5,可谓集紧凑家轿、SUV多种品质新款齐上阵,通过展示自主品牌的产品创新,赢得市场青睐。

## 吉利新金刚系列致力打造新实力派国民家轿

近日,吉利新金刚系在河南嵩山少林隆重上市。新车传承了老款金刚结实、耐用、高性价比的“真功夫”,在外观、内饰、配置、动力上进行了全新升级。吉利新金刚包含金刚三厢、金刚两厢和金刚CROSS总计三款车型。  
上市八年来,吉利金刚以结实耐用、丰富配置、高性价比等“真功夫”得到了消费者的信赖,如今全新升级的吉利新金刚车系,以新金刚三厢、两厢、CROSS三款产品组合拳的形式再度归来。新金刚系以其新的外观内饰造型设计、领先同级的动力总成、超低静音品质、高性价比、丰富的舒适配置等新亮点,将再次续写AO级家轿传奇。

## 一汽丰田齐鲁春季车展魅力全接触

面对火热的SUV市场,一汽丰田全新RAV4全面突破,所开拓出的驾乘新境界为其收获了广泛赞誉;对于那些追求性能与质感的消费者,有30余项改进的“高性能越级座驾”新REIZ锐志更能激发他们的购买欲望;上市首月即轻松冲进“万辆俱乐部”的全新VIOS威驰散发的青春朝气吸引了大批观众。  
在此次齐鲁春季车展上,一汽丰田不仅展示了丰富的商品实力,同时,也有其“专业对车,诚意待人”服务理念展示。凭借这份赤诚之心,一汽丰田已赢得了400万中国用户的信赖和认可。未来,一汽丰田将会为更多消费者带来喜悦的汽车生活。

## 北大资源首家社区新文化中心济南揭牌

□杜元杰 报道  
本报讯 4月27日,北大资源集团首个社区级新文化中心——北大资源尚品清河新文化中心正式揭牌运营。作为北大资源与济南市天桥区人民政府共同探索公共文化服务的尝试,新文化中心还挂牌为“济南市天桥区泺口街道文化中心”。  
北大资源集团在探索文化与社区融合的过程中,创新性的研发出新一代的社区模型——新文化社区。此次新文化中心的落地,正是新文化社区全国落地的一个新地标、新起点。揭牌仪式也因此成为了政产学研集聚一堂的盛事。北京大学常务副校长刘伟,以及中央党校、文化部、济南市天桥区政府、方正集团等相关单位的领导共同参加了本次揭牌仪式。



▲尚品清河新文化中心外景

尚品清河新文化中心,一是承载北京大学、方正集团的文化与资源的空间,比如北大讲堂、北大书院、“资源家”体验区。同时,还量身打造了居民生活的服务空间,像教室、书画室、活动室、志愿者之家等等。今后,北大资源将在旗下所有项目都创建社区级新文化中心,以融合北大资源特色与社区居民需求的特色,让业主在家门口就能感受到文化的力量。  
亲临现场的北大常务副校长刘伟对新文化中心给予了很大期待。他表示,希望新文化中心能够秉承北京大学“中西兼容、雅俗并包”的优秀传统,积极传播古今中外优质的文化资源,用雅俗共赏的方式,传播北大精神与北大品格。

## 龙湖·名景台示范区开放 龙湖第四代洋房入济

□陈鹏飞 报道  
本报讯 4月26日,龙湖·名景台示范区盛大揭幕。济南龙湖地产各级领导、2000余名龙湖·名景台诚意客户,共同见证了这场盛会。  
当日,济南龙湖领导精彩致辞后,龙湖·名景台示范区正式开启,活动现场上演奇幻高杆秀、小提琴演奏、花车女王等互动节目,并多轮大抽奖。来宾们在感受美景的同时,更享受到龙湖的独具匠心。  
凭借五重景观的精心打造,龙湖地产项目被誉为“中国最美的园林”。而以第四代洋房为定位的龙湖·名景台,更是集龙湖自然营造

修为之大成。当天参观过程中,来宾们对名景台整个示范区的溢美之词不绝于耳。  
作为济南西客站版块稀缺的高品质洋房社区,项目傍依腊山河、小清河以及腊山河公园,自然资源优越。在产品方面,强调人与自然的共生,以大楼间距、大花园、一梯两户等为标准,营造龙湖式生活。用龙湖最擅长的“360度景观定位”、“五重景观”等手法,打造可居可感的生活环境。  
据悉,龙湖·名景台主力户型为90—150平方米洋房,其中,精装样板房已于5月1日盛装绽放,济南正式迎来龙湖洋房时代。

## 历城六中强势入驻重汽翡翠外滩

□杜元杰 报道  
本报讯 教育资源已成为房地产市场炙手可热的必要配置。购买优质学区房,不仅可以解决孩子的读书问题,更是一种长远的投资。  
重汽翡翠外滩,在社区内打造新校区,整体引入历城六中名校,50多年的建校历史,经验丰富的资深老教师,还有创新的管理理念,是历城区唯一一家连续十年荣获“济南市改革试点学校”称号的学校,并拥有2012年济南市教育系统“济南市家长满意学校”等一系列荣誉。随着新校舍在五月份竣工,历城六中原班

人马即将强势入驻。选择翡翠外滩的业主,孩子在家门口读九年一贯制名校,享受城市优质教育,创造人生的高起点。  
同时,重汽翡翠外滩,占据二环东路与滨河大道的绝佳位置,畅享立体便捷交通,其优秀的建筑品质,6万㎡异国风情园林,超大楼间距,人性化舒适户型,浓郁的人文环境,让家长和孩子在好的环境中受到熏陶,生活本身变成了一场生动的课堂。  
据悉,目前重汽翡翠外滩110—140㎡新品加推,140—170㎡大户型正火爆热销中。

# 生活家地板：互联网思维产品豪赌大众时尚

□王婧

在3月到5月,这个家居行业最重要的销售季里,无论是北方还是南方,市场上卖得最好的地板是两种:生活家除醛地板和生活家·巴洛克地板威尼斯系列镶嵌地板。这与整个市场的冷清形成鲜明对照的是,许多生活家体验馆在促销期间都会排很久的队。生活家企划中心负责人表示,是大数据让生活家发现了地板产品的大众时尚流行趋势,生活家改变了过去那种上百款产品同时促销的模式,集中资源销售这两款能够引发消费者时尚共鸣的产品,结果是单品销量超过了过去多种产品的累计销量。

所谓互联网思维就是以病毒式传播为基础的病毒式营销,核心是抓住或制造一种流行趋势,并生产与之相匹配的一种传媒式产品。和其他品牌相比,生活家地板发现时尚趋势的能力非常突出,这是其能够用互联网思维卖地板的基础。  
色彩和款式是所有时尚产品的显著特点,也是最吸引眼球和打动人心的。除采用2014—2015年度国际家居流行色外,生活家·巴洛克地板威尼斯系列在工艺上也有着强烈的设计感——原瓷、琉璃等不同的设计元素组合在地

板上,让地板产品更加富有色彩张力和表现力。生活家·巴洛克地板威尼斯系列是木地板行业第四次革命的代表性产品,在“色彩和形状”方面的革命,使其拥有了传媒式产品的特征。  
不久前,生活家刚刚联合中国林产工业协会、中国流行色协会等机构发布了《国际流行色·中国家居装饰流行趋势》。生活家显然充分利用了对趋势的预见,从而创造出生活家·巴洛克地板威尼斯系列和生活家除醛地板这两种代表流行趋势的产品;最终流行趋势成为了生活家最强大的营销工具。

## 东风标致发布“Blue-i”车载互联品牌

北京车展期间,各大汽车厂商不仅推出全新车型抢占全球经济,领先的汽车科技配置同样作为车企们一大杀手锏,吸引着众多看客驻足观望。4月20日,东风标致品牌携旗下多款车亮相北京车展,搭载了2014款东风标致508罗兰·加洛斯限量版车型上的“Blue-i”车载互联系统同时揭开面纱,在北京车展“车联网”潮流中大放异彩,以科技创新诠释全新驾驭感受。

### 智能安全 以人为本的便捷服务

随着消费者需求不断增加,信息网络不断普及,特别是无线移动技术的升级以及移动互联网的应用,汽车与互联网的结合成为必然,智能化、信息化的车联网技术已经逐步成为未来汽车发展的一大方向。“BMW iDrive互联驾驶系统”“梅赛德斯-奔驰connect智能互联”因一直尝试提供更好的车联网服务,而发布至今备受业界关注。  
东风标致自2013年提供车载互联服务以来,今次正式发布“Blue-i”车载互联品牌也与前二者一样,具有“智能出行”“安防保障”“专属服务”三大功能,旨在让消费者感受行车过程中的安全性与便捷性,实现更广泛的娱乐性和互动性,以行程规划、安全防护、信息娱乐、人工后

台为优势为消费者带来前所未有的体验。  
◆“智能出行”——  
在方便车主出行的同时提供更多元的信息服务,智能出行为用户一键导航、兴趣点查询、实时路况(动态路径规划)等信息服务,面对复杂的道路情况,不但能为车主提供最佳路径,而且还可以提供附近热点查询。  
◆“安防保障”——  
为车主提供更加便捷安全的行车保障,安全防护不仅为车辆提供定位与被盗协助、碰撞自动报警,更享有道路救援服务,当车主遭遇紧急情况时,轻轻一按便享受道路救援,更加便捷。  
◆“专属服务”——  
为车主提供“畅行无忧”的全新驾驶感受。专属服务包含天气、新闻、股票信息服务,更享有违章查询、城市活动、WiFi热点等。

### 东风标致升蓝计划重要组成部分

2014东风标致迎来“升蓝突破年”,今年将是东风标致产品技术投放最为密集的一年,也是用户体验升蓝的重要一年。东风标致将进行一场产品、动力、智能、安全等方面的全面升蓝革命。  
Blue-i依托于技术升蓝,更重要的为用户提供诸多服务功能,沿袭时下“互联网思维”以用户为核心的理念,是东风标致技术研发与消费者需求的结合,象征品牌愿景“诠释全新驾驭体验”的行进方向。  
此次2014款东风标致508罗兰·加洛斯限量版车型搭载Blue-i车载互联系统,在彰显品牌不凡技术实力的同时,也再一次深化了508这一智享品位中高级座驾自在稳进、知性优雅的非凡气质。随着升蓝计划的进一步深入,未来“Blue-i”车载互联系统技术将有望通过EMP2模块化平台搭载于更多新车型上,满足各级市场的用户需求。



## 去哪儿网五一度假成交额6倍增长

国内最大的搜索旅游商务平台去哪儿(NASDAQ:QUNR)近日发布五一期间营收额,其中度假业务成交额达到了同比6倍以上增长,而门票预订量更是呈现25倍的巨幅增长。可见去哪儿网的新业务孵化计划正迎来收获的季节。  
分领域来看,在业内人士最为关注的“无线领域”,去哪儿网亦保持着明显的领先优势,其中机票搜索量峰值年对年增长达到150%,而酒店搜索量同比去年5.1%的增长高达393%,此外无线端的其他团购火车票等均呈现100%以上的增长。与此同时去哪儿网的“机票业务”的出票量以及“酒店业务”的间夜量亦保持高速增长。  
值得注意的是,此次去哪儿网五一运营额的增长迎合了黄金周去哪儿网提交给SEC申报的内容,庄辰超在信中曾表示:“我们非常专注地执行我们的战略,并且比竞争对手的增长更快。但我们还在起步阶段,我们在不断地被巨大的市场机会所鼓舞。”  
去哪儿网COO彭笑玫表示:随着人员和市场投入的不断增长,去哪儿网的众多新业务都迎来迅速的发展和增长,刚刚过去的黄金周,在给我们带来欣喜的同时,也同样证明了我们战略准确性;此外去哪儿网正在快速推进和航空公司、酒店等供应商的合作。她同时表示,去哪儿网期望更多的合作伙伴加入,一同分享在线旅游新时代下的无线端盛宴。



▲有国家权威部门的检测报告做背书,生活家除醛地板一上市就成了卖得最快的环保时尚产品。  
图为消费者正在选购生活家呼吸除醛地板。