

腾飞·洪河富贵：追逐河畔诗意栖居

二期建筑面积85㎡—143㎡河景美宅新品巨献

本报记者 李保磊



腾飞·洪河富贵效果图 (资料图片)

随着许昌东扩北移城市规划的推进，许东生态新城作为许昌生态文明建设的先行者，以迅雷速度、腾飞之势正在加速蝶变。一座绿色生态新城将“腾飞”许东。

探索创新，绿色发展

许东生态新城规划范围为市区永昌东路(北环路东延)以南，中原路(万洲大都会)以西，京港澳高速公路以东，许扶运河以北，是集绿色休闲、健康养生、智慧品质于一体的生态宜居示范区。许东生态新城规划定位为“中原首席生态示范新城”，将成为许昌市乃至河南省高端生态城区。

“腾飞”在即，“绿”动许东

2017年，腾飞地产秉承“让城市生活更美好”的企业使命，正式进驻许东生态新城核心区，于小洪河南岸开发建设一座占地约304亩，建筑面积约65万㎡的法式城邦——腾飞·洪河富贵。在深入研究社会结构的基础上，腾飞地产决心建设真正满足居住者需求，从生理及情感多方面提升居住感受的全龄社区。无论是85㎡的两房、103㎡—143㎡的

三房、144㎡—223㎡的四房，还是140㎡—161㎡的叠拼别墅、220㎡—265㎡的双拼或联排别墅；无论是区域规划的中小学，还是项目本身的幼儿园；无论是区域规划的医疗配套，还是项目内外的养生休闲场所，都有效地为居住者提供从单身到结婚，到孩子出生、上学，再到养老等不同人生阶段所需的解决方案。

许东生态新城在小洪河、秋湖湿地公园的基础上增加了更多景观水系廊道，将建设河湖串联的生态新城。许东生态新城自崛起便承担起践行绿色发展理念的重任。腾飞·洪河富贵遵循许东的生态建设理念，项目从多重立体园林的设计到生态灭蚊系统，或者内部规划的1920m夜光跑道，目的都是为居住者创造理想安心的健康生活，让居住者在许东生态新城尽情享受绿色人居。

许东生态新城拒绝了影响生态环境的第二产业，是一座集生态、休闲、养生于一体，有助于促进居住环境改善与生活质量提高的幸福之城。腾飞·洪河富贵引进这一生态理念，楼栋科学布局、合理

规划，并且根据风向与日照设计，使楼间距和空间布局俱佳，延长日照时间。这些都是为了让居住者可以得到绝佳通透的视野，将新城美景尽收眼底。

腾飞地产用17年的时间，匠心研究出第五代“三多”户型，即多赠送面积、多南向空间、多尊崇享受。室内卧室的大飘窗与阳台的完美契合，勾勒出错落有致的外立面轮廓，充分保证每户的采光和观景效果。经过反复修改，无数次调整，腾飞地产将以媲美城市高度的设计规划，立足于许东生态新城，营造经久不衰的建筑经典。

科技领航，畅通四方

许东生态新城作为许昌市实践智慧城市规划的重要布局，在交通、水电网、能源、公共服务等多个方面，从规划伊始即遵循“互联网+”思路，绘就生态宜居蓝图。

随着科技不断融入城市建设，居住目的也从单纯的遮风挡雨变成了科技与尊贵的享受。腾飞·洪河富贵为打造科技智能化住宅，采用世界顶尖的海康威视安防系统，从人脸识别到360°无死

角社区监控，再到人车分流、车牌自动识别系统、社区主要区域的Wi-Fi覆盖等科技，让居住者在享受安全便捷的同时，感受科技带来的尊崇体验。

许东生态新城紧临已发展成熟的东城区，腾飞·洪河富贵正处于许东生态新城与东城区接壤地带。0.6公里—1.2公里内共享区域高铁许昌东站、轻轨站、客运站、公交站、京港澳高速公路站、候机楼“五站一港”交通资源，无论是去老城区还是到全国甚至全球出行，都拥有别处无法比拟的交通优势。

以用户为中心 坚持“送服务上门”

精准营销，深耕细作，三家电打造社群营销，人人都可卖货

本报记者 刘丹凤 文/图

到了家里，大家会细心检查用户家里的电器，没有问题的就给用户进行免费清洗；问题不大修一修还能用的，由售后工程师直接动手进行维修。如果家电已经超过最高使用年限，存在安全隐患的，服务队的导购员和售后工程师就像跟大家拉家常一样，普及旧家电的危害，告诉大家旧家电容易引发漏电、触电、爆炸等危险，电磁辐射增大，会对人体造成危害，部分年限较久的家电功耗也会成倍增大，而且超过安全使用年限的元器件老化，可能会散发有害物质等。最重要的是告诉用户，现在国家都在提倡低碳、绿色、环保理念，新家电能耗更小、功能更全、低碳、环保，既响应了国家号召，又提升了居家生活品质。而三家电实实在在地让利，以高价回收旧家电，上门收旧，不用消费者东奔西跑，以实际行动倡导绿色生活。

在互联网时代，在多元化的社交平台所构建的营销环境下，“人”在营销中的角色升级到不仅仅是品牌社交宣传、裂变和转化的核心，也是社交商业化运营落实的关键。所以，在互联网时代，企业营销变革的关键因素是“人”，找到能为“我”所用的人，进而影响到更多可以购买“我”产品的人。

三家电相关负责人在谈到“人”在营销活动中的作用时表示，以前是用户进店买货，店家是坐等顾客上门的“坐商”；现在店家是需要出门找客的“行商”，所以“人”的因素很关键。为了发动大家，利益激励就成为必不可少的手段。因此，三家电的大型活动都有明确的奖励标准，这在业内早已是公开的秘密。

不光是利益激励，三家电特别擅长挖掘私域流量。在互联网时代，社交的力量被无限放大。个人的扩散能力可以助推企业营销的深度，个人通过社交媒体扩散，将自身的传播价值放大，将品牌信息通过个人的扩散传递到社交圈层

中。对于家电厂商来说，可以发掘并利用利益激励激发这些可以帮助完成社交扩散的人，通过裂变和扩散进入消费者的私域圈层。

在三家电看来，这些“扩散的人”不仅有公司的忠实用户，也有战略合作商家，还有当地媒体、个人大V以及企业员工。试想，专业的导购员和售后工程师亲自“送服务上门”，不喝一杯水，不抽一根烟，他们所做的一切都是围绕用户满意度，用户还有什么不满意的？

以用户为中心，圈层营销

“送服务上门”是以用户为中心，以服务为手段，以用户满意度为目的，对于家电卖场来说，还要耗费大量的人力、物力，而且并不能快速提升销售。但是，三家电相关负责人表示，这一活动将长期坚持下去，因为上门服务不仅能提升已购机用户的满意度，同时也会获取用户更多的需求信息，短期内看销售并不明显，但是对卖场的品牌形象和后期销售的提升是一种潜移默化的影响。

的确，当专业导购员、售后工程师、用户“零距离”面对面时，他们可以相互反馈，可以及时、便捷地与用户进行无缝对接，及时获得用户的需求信息，为用户提供各类服务，如清洗、保养、维修、新品推介等。这些都是用户需求最真实的表达，也是家电厂商转向以用户为中心最成功的方式之一。资深业内人士表示，在如今这个万物互联的时代，家电导购和消费的趋势越来越多元化和个性化，用户除了信赖线上的零售平台外，更愿意信赖朋友圈、亲戚圈中有家电销售等专业经验的人，相较于“看不见、摸不着”的购买方式，这种方式“摸得着、看得见”，而且基于人与人之间的相互信任，购物有着深层次的情感联系。所以，越来越多的用户选择通过熟人、亲友等方式，挑选又好又实惠的家电产品，这就是所谓的社群营销、圈层营销。

三家电的工作人员上门收取旧家电

图为消费者在市区一家居卖场选购产品

图为消费者在市区一家居卖场选购产品

以用户为中心，圈层营销

“送服务上门”是以用户为中心，以服务为手段，以用户满意度为目的，对于家电卖场来说，还要耗费大量的人力、物力，而且并不能快速提升销售。但是，三家电相关负责人表示，这一活动将长期坚持下去，因为上门服务不仅能提升已购机用户的满意度，同时也会获取用户更多的需求信息，短期内看销售并不明显，但是对卖场的品牌形象和后期销售的提升是一种潜移默化的影响。

的确，当专业导购员、售后工程师、用户“零距离”面对面时，他们可以相互反馈，可以及时、便捷地与用户进行无缝对接，及时获得用户的需求信息，为用户提供各类服务，如清洗、保养、维修、新品推介等。这些都是用户需求最真实的表达，也是家电厂商转向以用户为中心最成功的方式之一。资深业内人士表示，在如今这个万物互联的时代，家电导购和消费的趋势越来越多元化和个性化，用户除了信赖线上的零售平台外，更愿意信赖朋友圈、亲戚圈中有家电销售等专业经验的人，相较于“看不见、摸不着”的购买方式，这种方式“摸得着、看得见”，而且基于人与人之间的相互信任，购物有着深层次的情感联系。所以，越来越多的用户选择通过熟人、亲友等方式，挑选又好又实惠的家电产品，这就是所谓的社群营销、圈层营销。

三家电的工作人员上门收取旧家电

“双11”氛围火热 家居市场升温

莲城商家和消费者看好这个“节”

本报记者 毛鸽 文/图

虽然距离“双11”还有一段时间，但是“双11”氛围已十分火热，各行各业都提前推出了大力度的让利活动来回馈广大消费者，家居行业也不例外，“双11”已成为商家普遍看好的一个热销节点。

“双11”促销模式已打开

11月1日，记者走访莲城家居市场了解到，居然之家许昌店、永木装饰、阔达装饰、九鼎装饰、亚丹家居、梦天木门、世友地板、皇派门窗、太阳花暖通、刘三姐家居布艺、绣绣刺绣墙布等家居卖场与商家早早地拉开了阵势，纷纷推出重磅让利活动，迎接这一热销节点的到来。

居然之家许昌店负责人告诉记者，随着“双11”的临近，促销模式已经打开，卖场内各品牌商家的促销氛围渐渐进入高潮。卖场与品牌联手让利，优惠力度空前。

九鼎装饰联合多个一线家居品牌进行“双11”让利，大力度酬宾。消费者在此时选购非常合适，能够优中选优，尽享实惠。

阔达装饰针对婚房装修，不仅推出多个优惠套餐供准新人挑选，而且将多重优惠送给即将步入爱巢的莲城“80后”“90后”刚需消费者。

另外，皇派门窗惊爆价答谢新老客户；大自然地板“双11”推出大力度优惠活动；太阳花暖通“双11”重磅让利，惊喜天天送；梦天木门即日起将震撼让利送实惠；绣绣刺绣墙布全场打折，预存有惊喜；刘三姐家居布艺“双11”巨惠让利，有意向的消费者可到店内咨询。

商家和消费者看好这个“节”

随着“双11”的临近，永木装饰、阔达装饰、九鼎装饰、亚丹家居、梦天木门等商家负责人纷纷表示，非常看好这个节点。一方面，目前的顾客群趋于年轻化，他们不想花很大精力去逛家居卖场，家居商家则希望通过更简单的方式来吸引年轻消费者；另一方面，商家渐渐发现，家居行业是现在在电



图为消费者在市区一家居卖场选购产品

秋冬季喝对茶 暖胃又养生

本报记者 李正茂

如今，茶叶已经成了人们生活中不可缺少的东西。现在天气逐渐寒冷，温度和湿度变化幅度比较大，掌握一些喝茶的注意事项，喝对茶，既暖胃又养生。

秋冬季适合喝什么茶

红茶具有暖胃、养颜的功效，尤其适合女性饮用。红茶在加工过程中，茶多酚氧化成茶黄素和茶红素，多数糖类物质水解成可溶性糖，便产生了红茶特有的香气和口感，性温和。人们饮用红茶后，能调节人体动脉中低密度脂蛋白和高密度脂蛋白的含量，从而降低心血管疾病的发生概率。同时，红茶还可以解油腻，冬天吃肉多了可以喝杯红茶。

黑茶具有御寒、降脂的功效。天气寒冷，有些人穿了许多衣服仍手脚冰凉，此时就适合喝些黑茶。专业人士表示，后发酵的黑茶有助于御寒，非常适合体质虚寒的人饮用。

喝红枣茶可以提高免疫力。每天喝点红枣茶，可以让你远离鼻炎。

红枣、桂圆、花生、枸杞熬成的补血茶，非常适合冬天饮用。

一觉就会好很多。

菊花茶最大的功效就是解毒。另外，还有明目、消肿、降压的作用。如果不喜欢菊花茶的苦味，可以加一些冰糖。

茉莉花茶有润燥、通便的功效，秋冬季易便秘的人喝点茉莉花茶可以润燥、通便，嗓子干、痒、痛的人也可以喝点茉莉花茶。

秋冬季饮茶有禁忌

孕妇不宜喝茶。怀孕的准妈妈们在饮食上有很多注意事项，但一定记得不要喝茶，尤其是浓茶。茶叶中含有的茶碱有兴奋作用，对胎儿的形成和发育具有一定的影响。而且，我们常喝的茶叶大多是寒、凉性的，对胎儿发育不利。

老年人在秋冬季应该少喝茶。对茶叶有偏爱的老年人，在寒冷的冬季里对茶叶的摄入量不减反增，这样做是非常危险的。因为，大多数茶叶性凉，在天气寒冷的季节，老年人抵抗力下降，如果再喝上一杯茶，只会加重寒疾，从而导致疾病的人侵。因此，在冬天，老年人还是少喝茶为好。

茶虽然是个好东西，在大冷天可以让人倍感温暖，但大家喝茶一定要适量，要健康饮茶。