

# 仁恒滨河世纪实景示范区全新亮相

## 精装高标准,尽享花园式居住氛围

□记者 程兰霞 宋传法 文/图



盐城市民参观实景示范区

串场河浪潮奔涌,与河域为底色的生活向往共鸣,领衔人们对理想生活的追求。9月4日,盐城仁恒滨河世纪实景示范区开放仪式掀起一场参观热潮,近千人参与其中,共同见证属于滨河世纪的全新开始,也见证了盐城仁恒以场景力、品质力、臻造力三大能力,以好产品深耕盐城,为盐城高端人居理想生活赋能,让盐城市民尽享新加坡花园式居住氛围。

### 从愿景到实景超质兑现

早在3年前,实现社区品质的超质兑现就写进仁恒滨河世纪的建设目标之中,这一愿景随着仁恒滨河世纪实景示范区的盛大开放而真正落地,实现由蓝图到实景的兑现。

仁恒式的国际生活方式,在串场河畔,以生活多元场景预演,不断填上日常的缤纷色彩,让居住的梦想随着滨河世纪的不断成型而愈加清晰:一个具有参与感与度假感的社区,一个不断为生活舒适度而升标打造的社区。实景大于想象,所见皆所得,从一句承诺到居住实景的呈现,卓越项目如期交付,生活的向往在此兑现成景。

未来,仁恒将会继续坚守匠心,用更多优秀人居作品,满足城市发展与人居升级需求,为客户营造更美好的生活环境。

### 展开公园住区理想风景

仁恒景观营造方式遵循这样一种价值:走进社区,建筑与景观互为映衬,建筑成为景观,景观融入建筑,让居者在穿行社区的每一个角落时,都能欣赏日常风景,身处其中,感受生活与自然的相得益彰。

仁恒滨河世纪实景示范区的设计理念与构想,由国际一线景观设计机构——新加坡CICADA,遵循仁恒一贯的公园住区设计理念,在地化盐城本土需求,结合串场河景观资源与迎宾公园绿意,通过河流与海洋形态重新演绎,实现城市与自然的交互,还原归家秩序的温情

与诗意。

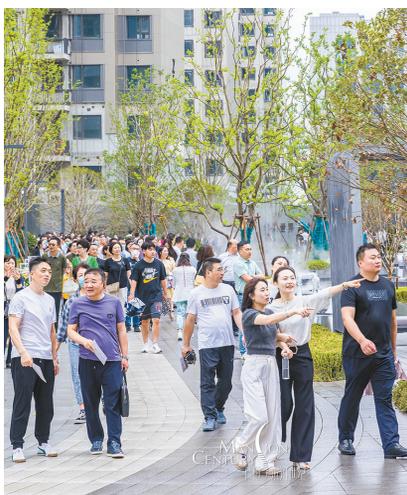
近万方美学场域,以散落又彼此串联的形式,让滨河世纪本身也成为一座属于业主的私家公园,与时光一起见证生活的美好,构建串场河畔滨水前沿生活的全新风景。

### 对生活更加尊重和理解

人居的意义不仅仅是一方居住的空间,居住从一开始只追求不被风吹雨淋,到如今生活的品质,人居被赋予了居住之外的更深层的意义。城市与自然的共生,生活与诗意的共存,居住的意义和价值也逐渐变得清晰,塑造出生活的全新肌理,创造出生活之美。

滨河世纪以客户为尺度的营造理念,总在考虑更多的细节:一条归家线应当如何设计才能更为合理?景观空间具备怎样的功能更能发挥所用?车库怎样设计能让出行更加便利?以完善的细节来赢得顾客,具有个性特色和差异化的服务意识与细节传递,让仁恒社区的“细节”提高服务质量,提高客户满意度。

生活版图,以仁恒的城市共建力、社区营造能力、好房建造为核心,吸引更多的盐城市民来此安家置业,提升业主们的幸福指数



实景示范区受到青睐

团圆喜庆 共品国缘

## 国缘与您相遇团圆路,相聚团圆夜



金风送爽,丹桂飘香。在传统佳节到来之际,“团圆喜庆,共品国缘——品质典范,畅销18年”的四开国缘飘香五湖四海,为千家万户满上一杯团“缘”酒。

### “团圆喜庆,共品国缘” 国缘的高度文化自信

近期,以“团圆喜庆,共品国缘”为主题的国缘形象画面,通过全国170+站、360+块高铁LED屏,高速大牌、交通枢纽、城市媒体广告,以及与全国城市楼宇电梯、电视媒体构建超级传播矩阵,进行强势霸屏和广泛传播,营造了浓厚的节庆氛围,为千家万户满上一杯团“缘”酒。

本次国缘中秋活动,是继国缘品牌春节“春节万瓶美酒大回馈活动”之后又一热点传播事件。18年来,国缘充分挖掘“缘文化”深度,拓展“缘文化”广度,丰富“缘文化”厚度,塑造了中国白酒业极具特色的文化品牌。

团圆,是华夏儿女共同的情缘,承载着中华儿女的文化认同和文化自信,凝聚着国人的信念,聚焦着家国大爱。“家国团圆 共品国缘”彰显了国缘品牌家国情怀的高度和温度,国强缘盛,是每一个中国人砥砺前行的底气。今世缘酒业弘扬“追求卓越,缘结天下”的企业精神,以家国情怀为主线,坚持不懈的从文化上发力,让国缘保持着勃勃生机与活力,谱写国强缘盛的盛世华章。

### “品质典范,畅销十八年” 国缘的底气 and 实力

在现阶段消费升级的趋势下,消费者从“喝酒”向“喝好酒”到“少喝酒,喝好酒”的需求过渡,而国缘的“低而不淡、幽雅醇厚”“高舒适度、低醉酒度”的品质风格及品饮特色,恰巧符合当下的消费需求。

2004年国缘创牌,以“成大事,必有缘”的品牌主张倡导国强缘盛,引领中国高端中度白酒新风尚。如今,四开国缘已成为多地商务接待和节日礼赠的最佳选择。优秀的品控力让四开国缘的品牌力和价值感快速提升,完

善的售后服务体系,让四开国缘成为高端价格带当之无愧的明星产品。

随着消费需求的提升和人们对美好生活的向往,四开国缘更加注重消费体验,不仅掌握了中国高端中度白酒核心酿造技艺,还在酒体、风格层面增加了一个全新的品类概念——“幽雅醇厚型白酒标准制定者”。作为“中国高端中度白酒”创领者,其独创的“六度三感”高端中度白酒黄金法则也得到了越来越多的认可,四开国缘成为苏派典范的代名词。

正是因为如此,四开国缘的好品质荣获了全国质量奖和中国绿色食品认证,拥有2020年江苏省消费者权益保护委员会颁发的“江苏特色伴手礼”头衔等,铸就了国缘创牌十八年来的底气和实力。

### 省内省外多措并举 国缘全国化威力渐显

8月30日,今世缘发布了《2022年半年度报告》。报告显示,公司上半年实现营业收入46.46亿元,同比增长20.66%;净利润16.18亿元,同比增长21.22%,今世缘酒业营收净利双增。特A类以上产品的销售规模达到43.25亿元,营收占比达到93.1%,销售速度也远远赶超其他类产品,为公司净利润增长提供了更高毛利率,国缘是今世缘的主要营收、利润的主力。

国缘的高速增长来自今世缘党委书记、董事长、总经理顾祥悦在今世缘营销系统“百日大会战”专题会议上的提议,他表示要以非常之举取非常之效,打好V系攻坚战、国缘开系提升战、今世缘激活战、省外突破战、高沟复兴战,并明确提出“开系提升战”是今世缘着重发力点之一。

今年以来,四开国缘开展多种举措,上线了“国缘开,好运来——邀你成为‘四开国缘推荐官’”活动,总参与人数514人,总转发量167万,总点赞数5.6万,总推荐数8.5万,总评论数0.9万,全网媒体总曝光量突破1150万人次。同时,江苏十三个地市也都分别拍摄了KOL四开国缘推荐官视频,总播放量超300万人次。

国缘 文/图