

金阳地产成渝“双核”战略正式启动

扩张的战车隆隆启动,以“三驾马车”著称的金阳地产正式开始了跨省发展的第一步。

11月6日下午,金阳地产成渝媒体见面会在成都凯宾斯基酒店举行,金阳地产成都公司的开发团队正式亮相。而此时,距金阳上月12日在成都拍地成功还不到1个月。

作为重庆第四家进入成都市场的品牌地产企业,金阳地产在成都的首个项目位于青羊区光华大道,属于典型的“西富”之地。记者11月6日上午在现场看到,这块约50亩的地块条件非常优良,项目总建面近10

万平方米,明年年初开工,当年入市销售。届时,金阳将与光华大道沿线的中海、万科、珠江、蓝光、仁和等等都乃至全国一线企业同台竞技。

金阳地产副总经理吕真在见面会上表示,此次拿的地块虽然不大,但是对金阳有着战略性的意义。成都是金阳地产又一个夯实发展的重要基地,金阳将于明年两年在成都大量拿地,以实现成渝均衡发展、比翼齐飞的“双核”战略。吕真透露,公司最近还看中了成都五幅地块,近期可能还会有所动作。

金阳在大本营重庆也将大举发力。据悉,金阳在重庆已储备土地近2000亩,下月

将有两个项目启动。明年的金阳将在成渝两地至少同时开发3个项目,总体量达70万平方米。而事实上,这只是已浮出水面的部分,据知情人透露,金阳还有数个储备项目不为外界所知,明年金阳的开发规模有可能超过100万平方米。

在酒店业方面,金阳除了易诚国际的五星级酒店,其自主品牌橡树林连锁经济型酒店自6月29日第一家店开张以来,规模迅速扩大,目前在重庆已经有5家店,位于九眼桥的成都店也即将开张,伦敦店、南宁店、南昌店等正在收购当中。

记者 王春光

『五星级』卖场踊跃现身楼市

日前,本埠各大五星级酒店豪华大堂一时打起拥塞,成为众楼市新秀竞相展流的绝佳舞台——

10月下旬,协信彩云湖1号外卖场在洲际酒店正式开放,引起许多富豪的关注。在此之前,庆隆南山高尔夫国际社区在希尔顿进行展示,中海·北滨1号低调调驻君豪酒店,金科·10年城新近进入了金科大酒店,恒大华府设于金源大饭店的展场已对外开放近三个月,东原集团酝酿中的2008新品也在金源大堂提前固定了位置。

这批进入酒店扎堆“吆喝”的楼盘,均为对形象气质要求较高的重量级作品,包括有花园洋房、联排别墅、高尔夫别墅以及精装豪宅等。之所以不惜成本在酒店大设展台,各企业心里都有一笔明白账:在方便客户随时了解项目情况的同时,借助星级酒店的品牌效应,明显提升了楼盘形象。

通过酒店渠道来营销,正是为了给初次谋面的客户留下“高档次”的第一印象。金科集团负责人称,这显示本埠营销人对客户的解读越来越精准。由于酒店的会议、宴会及住店客人都是高端的消费群,可以成功实现房地产与酒店两大行业在高端资源领域的整合。另一方面,酒店展场之所以大行其道,也足以侧面说明重庆的投资价值正被愈来愈多外来客户所关注,重庆市场的辐射能力也将逐步增强。

协信集团营销总监王强表示,由于多数楼盘现场尚不具备接待条件,在客户积累的前期又需要一个能与客户沟通的场所。相比之下,酒店的软硬件条件十分突出,有利于扩大楼盘的影响力,也符合高端楼盘的自有气质。

酒店这一营销渠道,正在被更多的楼盘应用。重庆立业地产顾问公司副总沈光明介绍,早在2000年左右,本埠就有楼盘想到了抢夺酒店这块阵地。不过当时主要为写字楼等投资类物业,进入酒店的营销方式也相当简单,而现在的酒店行销,规模更大,“道具”更多。多数楼盘的“星级”卖场,不仅有四五平方米,配有两至三名接待人员,还搬来了沙发、液晶电视和精心设计的接待台,甚至有标榜楼盘风格的门柱等造型。

不可忽视的是,新政风声正紧,楼市的竞争环境也略有变化,高端的竞争更加激烈。在房价快速上涨的激情岁月暂时刹车,面临小幅振荡的同时,开发商们也开始主动开拓新的客户资源。应势而为地进行营销手段的变化和组合,是重庆房企的精明之处,一些富有前瞻力的开发企业,还开始关注酒店更多的功能发挥。不仅宽敞的酒店大堂给各楼盘做秀提供了空间,有企业人士称,沿海某些特色小户型楼盘,干脆把样板房设在酒店里,重庆也不排除这样的新招频现。

记者 肖玲



东方山水拉开成熟序幕

提起东方山水,不得不提假日酒店,豪华酒店的引进,为居住空间提供了无限延伸,度假休闲更深层次延展。

由于整个项目设计呈“心”形,周围为2000米森林漫步道,并配有宽大的观景台,站在观景台上,可欣赏铁山坪的全景容貌。中庭广场为花式舞台设计,中庭漫步道中央与边缘,布局通畅。15000平方米高尔夫推杆练习场、森林泳池、网球场,完善的运动休闲配套,让健康度假新生活由此起航。东方山水的社区配套,与酒店式服务结合,CLUB会所、棋牌室、书吧、健身中心、台球室、乒乓球、老年活动中心等,应有尽有,成熟的度假氛围。自然与人造相辅相成,既是人的智慧,更是自然的智慧。在稀缺的生态区,孕育自然生活态度,熏陶身心,脱去城市的尘封与追逐,在东方山水,让心舒展,为心灵找到归属,让生活靠位。

记者 易思

绿岛业主欢度周末



11月3日,为了答谢普愉·绿岛蓝溪一期老业主的支持、信任与厚爱,普愉地产精心策划,奉献给业主一个愉快的周末。

据悉,作为西城唯一公园纯别墅区——绿岛蓝溪二期近期隆重面市以来,再度聚集了购房者的眼球。由于本次推出的别墅仅有24席,供不应求,为保证购房者能公平地买到别墅,普愉地产特别成立了绿岛·蓝溪银狮会员俱乐部。作为蓝溪二期的专属会员机构,购房者通过严格身份的审核才可以加入俱乐部,入会之后才可享受购买绿岛蓝溪二期24套联排别墅的权利。

记者 许多

隆鑫·花漾湖：量化洋房新标准

三年前,首个“德国风情小镇”——美茵河谷推出后,立即成为业内惊叹和消费者追捧的风情地标。三年后,“风情大师”铸造1001夜神话——“隆鑫·花漾湖”,将洋房新标准量化到底。

高九路作为重庆首条城市快速干道,是连接重庆主城区中心东西部地段的核心纽带——花漾湖身处渝中、高新、沙坪坝、九龙坡区四大组团交汇处,城市中心位置已确定其价值所在。更难为的是,花漾湖60亩自然原生湖、近200亩大型山体公园,彰显出该地段稀缺珍贵之处。

历经1001夜的磨砺,花漾湖即将以“4+1”、“3+1”湖畔层层退台洋房惊艳重庆。

如果说“2+1”代言了目前豪华别墅、联排别墅的定位,“5+1”及其以上叫作多层的话,那么“4+1”、“3+1”才是真正的洋房标准,“红瓦白墙·湖光洋房”的花漾湖自然就是其代表。空间的和谐布局,错落有致的退台艺术,阁楼、院落和私密空间的充分结合……让人身处其中,在高贵、高雅和浪漫的情调中流连忘返。

为营造高贵、浪漫生活调性,花漾湖的设计师们曾经在肖邦和乔治·桑曾经流连忘返的“穆萨的山谷”(Valldemossa),体验建筑退台



艺术和室外造型构筑情趣空间制造的浪漫;曾在阿拉伯亲王和欧美名流聚集的马卡略岛(mallorca)圣·维达(son vida)地区,探索私密感和情景交融之道折射出来的高贵……

除了错落有致的层层退台中的尺度及拱卷、曲线、弧顶挡墙等建筑细节以外,即

使是花漾湖的入户门上的把手、铜钉、铁艺,都做到西班牙的建筑风情和艺术价值的交融,就连平凡的楼梯也使用了陶瓷和马赛克的拼贴艺术,处处传达出地中海与阿拉伯风情的完美结合……

记者 易思

首创·十方界开盘热销

北京首创集团试水重庆的力作“首创·十方界”在上周末开盘即创出销售1.1亿元的业绩,136套房源卖出105套,销售均价达到7000元/平方米。

记者在开盘当日看到,“首创·十方界”城市现代原山花园洋房的品质受到广泛认可,尤其是户型特色,每户起居室4.8—7.7米的超大面宽,首层入户花园、顶层超大露台,每户最少3个阳台的设计均显得优势突出。项目周边270度的百亩市

政绿化更使其更有得天独厚的优势。空间规划上也可圈可点,通过组团式管理,形成围合庭院,回归庭院文化,增强了邻里关怀和交流。

龙头寺的立体交通网络,让首创·十方界到北城天街、解放碑CBD只需10分钟左右的车程,是具有代表性的城市中心的花园洋房,更有增值的机会和潜力。

记者 易思



十年之上,金科再度从容跨越

金科·10年城,“院时代”揭幕花园洋房价值新篇

撼动人心的“院时代”展现山城

金科最富有神秘感和征服力的创新特技,将在近期首推的10年城一期400余套“亲地”洋房中得到淋漓尽致的展现。

在北部新区高新园这一举足轻重的新蓝筹板块,金科呈现的首个力作——金科·10年城,即是对金科十年开发经验的再提炼,也集中展示了金科十年创新耕耘之大成。在规划布局中,首次面市的10年城花园洋房利用建筑的相互错位和地形高差,通过退台、相互交错的阳台、镂空采光的天井,形成中庭院落、空中庭院、地下院落等多重院落空间。别开生面的多层次庭院围合空间,保障了舒适阔气的空间大尺度感,由此开启让人耳目一新的花园洋房“院时代”。

有目共睹的是,金科创新能力的递进式发展,正不断给市场带来兴奋与惊喜。

从天籁城的“四度空间,五亲住宅”到中华坊第一次在渝开创中国传统民居风格的建筑形态,从云湖天都的首席音乐社区到东方王榭的原创中国洋房,从“花园洋房之父”到“民居文化旗手”……金科在花园洋房领域的造诣深度已受到公认。

“院时代”的悄然出场,不仅发扬了金科洋房前期的“退、错、露、院”的建筑特色,在建筑规划上的改良和创新,更显现了金科十年人本关怀的匠心独运。



集中体现了金科集团十年创新心得的金科·10年城,尚未出场、呼声已高。由于众多“金粉”的极力追捧和卖力推介,继江北步行街的展示中心之后,金科不得不紧急增设位于金科大酒店的另一接待中心,以满足越来越多客户愈加频繁、迫切咨询的需要。“10年城将开启重庆花园洋房全新的‘院时代’。”对于即将隆重首发的一期新品,金科集团有关负责人满腔自信、底气十足。



“情致”与“功能”并重的自然派洋房

从纯技术领域的求新突破到对人居关怀的全面审视,金科的创新功力已胜人一筹。它立足于本土的生活方式,立足于当代的现实需求,依托企业十年开发的实际经验和旗下近20个社区业主的真实反馈,着力打造真正体现本土特色与现实动态的和谐人居风景。

在备受期待的金科·10年城的花园洋房,“亲地”将成为最大的亮点。据透露,一、二层洋房均结合地形设置半地下室,作为私家会所;三、四层,每户

都设有露台、阳台,五层的面积适当减少,但露台和花园的面积却尽可能增大。使得居住空间更加亲近自然。在满足建筑间距的情况下,金科尽量采用两个单元拼接,增加各户洋房的外部景观资源。

亲近自然,张扬庭院情结,主题语鲜明的10年城花园洋房,吸引人的要素是其为每户人家精心排布的庭院、露台或楼顶花园。在室内空间之外,业主们有更多的院落可以与自然亲密呼

吸。不仅如此,“院时代”的来临,提高了居者的生活品质,也大大增添了“家”的心理归属感;同时通过自然通畅的交流空间的预设,让邻里亲情更加融洽,给社区文化和谐自然提供了基础,充分体现对建筑与社区、人与人的生活状态的关照,成为十年城洋房创新的宗旨所在。

显而易见,“院时代”的全情揭幕,真正彰显着金科站在十年开发成就之上的从容再跨越。

金科·10年城：站在十年创新之上

空间艺术大师,业界赠予“金科”的这一美名,也是其每每令市场期待的重要缘由。在平面的、立体的多维空间里,积极寻找和呈现对客户有价值的创新——金科将此视为企业发展的核心原动力,这也正是其入江湖的王牌武器。

在重庆,它第一个清晰定义花园洋房、第一个打造中式风格民居建筑、第一个在高层中规划了空中院落、第一家同时获两项产品专利的企业,它在不断创新的过程中轻而易举地占领了市场高地。

快意求进的金科,更强调以实力说话。其独树一帜的产品已令市场心服口服:天籁城的花园洋房、中华坊的中式民居、绿韵康城的风车状楼宇和X+1夹层、廊桥水岸的纯江景院馆大宅、东方王榭的原创中国洋房……历数金科创新的数个专利作品,无不引领当时的重庆楼市风向。在每一个产品的研发中,金科的一次次创新都为楼市确立了新的产品标准;每一次产品的面市过程,都引领了持续不断的销售高潮。

即将揭开面纱的金科·10年城,将让人充分体验金科打磨细节带来的建筑品质,享受到金科追求创新带来的品质生活。10年城洋房,具有极强的功能性和空间感,而且尤其重视从庭院到阳台露台等部位的设计,呈现出从平面到立体、从局部到整体的扩展,尽量为每一户居者提供丰富多样、面积适宜的室外或半室外亲自然空间。



项目地址:中国重庆·北部新区·百林公园西行800米
临时接待处:1、江北观音桥步行街新世纪商场旁/2、金科大酒店大堂
榜样热线:62088655 62088656