

10年金科,赢在中国

金科,在路上

“在路上,用我心灵的呼声;在路上,只为伴着我的人;在路上,是我生命的运行;在路上,只为温暖我的人……”在路上,其实是一种难以达到的境界。

10年来,作为拥有上百万铁杆拥趸的金科地产,一直都在为着它所想温暖的人、伴着它的人、而在心灵的呼唤中阔步运行。

在路上,金科从涪陵到主城,只用了1年多时间;在路上,金科在重庆已扎根10个年头;在路上,金科自去年起,已走出重庆,挺进江苏无锡、成都等地,加快了全国扩张的战略步伐;在路上,金科还将在两年内完成上市,进一步与现代企业接轨……

生命不息,奋斗不止。10年来,金科地产一直以诚信为本,坚持创新,同时对建筑文化特别是东方文化进行了前所未有的发掘和传承,使金科品牌深入人心,成为重庆房地产业的一面大旗。金科的快速成长,不仅见证了重庆地产行业的健康发展水平,还折射了新一代房产企业创新求变的精彩历程。

在路上,金科勇往直前;在路上,金科正赢在中国!



原创中国洋房金科·东方雅郡

创新之路

从洋房专家到产品专家

创新精神成就领袖风范。在重庆地产行业,金科拥有无数个“第一”:第一个做花园洋房、第一个做中式建筑、第一个做空中庭院……10年来,金科从最引人注目“洋房专家”,拓展为整个地产行业的产品专家,金科集团在创新上的追求,在业界早已是有口皆碑。

“洋房专家”名冠全城

自2002年以来,金科对花园洋房的创新层出不穷,短短几年,就已经完成了三代花园洋房的更新换代,成为重庆地产行业的花园洋房专家,被业界尊之为“花园洋房之父”。

在讲究原创的指导下,金科相继开发了众多让业界震惊的洋房项目,特别是在花园洋房的创新上更是一枝独秀。金科首次以“退、错、露、院”的四度空间给出了花园洋房的清晰定义,从金科·天麓城到金科·天湖美镇、金科·云湖天都,再到金科·东方王榭,金科一次次刷新重庆楼市的洋房标准和价格标杆。

2003年,金科在重庆首家推出以“前庭后院、粉墙青瓦、高墙天井”为特征的民居建筑,独树一帜;2004年,不少开发商眼见“花园洋房”一枝独秀而大举进入时,金科已转向“民居洋房”,探求洋房新的方式和理念。在众多花园洋房项目都大奏凯歌之后,目前,金科地产又隆重推出金科10年



金科·中华坊

城。该项目中的花园洋房更是集金科花园洋房10年之大成,开启让人耳目一新的花园洋房“院时代”,再树洋房新标杆。

高层产品创新不止

多年来,金科一直坚持“文化与艺术”

建筑理念,讲究现代和谐居住领地应立足于本土的生活方式,立足于当代的现实需求,依托企业开发楼盘的实际经验和社区业主的真实反馈,从而着力打造真正体现本土特色与真实动态的文化栖居风景。金科在产品上的创新,并不限于洋房,其创新力度在重庆地产行业可谓前无古人,后无来者。

从2002年开始,金科就明确提出产品要“生产一代、开发一代和研究一代”。也就是根据需求大力开发新产品,每1—2年至少完成一项、多项或更多新产品开发,并推广应用一项或多项新技术、新工艺(新材料及新设备)。同时,每年至少有一到两种新产品处在成熟期,新产品成为企业的主导产品。

金科产品创新的高度驰名中外,就中华坊而言,每年前来参观的中外友人就多达几万人次,其强大影响力令重庆其他楼盘望尘莫及!金科·廊桥水岸及金科·云湖天都的“院馆”、“创意X+1”产品,都是未卖先火。

今年下半年,金科还隆重推出“创意巅峰作品”——金科·东方雅郡,它首次将东方人居元素运用于高层项目,无论从单元入户的大宅门设计,花园洋房式的退台花园处理,空中庭院、X+1等创意精华的集中运用,都将为重庆地产行业再树新标杆。

金科在产品上的创新,同时通过扩张之路传播到全国各地,促成各个区域建筑产品的发展和升华,如在江苏无锡项目,金科将创新专利产品“空中庭院”成功嫁接,同时结合无锡地方特色,创造出适合无锡市民居住的品质房子,对整个楼市的良性发展起到巨大的推动作用。



重庆市政府认定的首个绿色生态小区金科天麓城

诚信之路

以责任之心扛起行业大旗

诚信,是立业之本。10年来,金科对自己一直是高标准,严格要求,以责任之心,扛起整个地产界的诚信大旗。今年10月底,还成为全国40家“守合同重信用企业”之一。

对房屋建设而言,要实现诚信诺言,首先就要保障产品质量。金科地产在品质方面,屡创奇迹,在业界树立了一座又一座难以逾越的质量丰碑:2006年6月,廊桥水岸被市建委确立为全市唯一的开发商工程质量示范单位,组织全市开发、建设、监理、各级建设主管部门的领导和专家300余人现场观摩;2006年12月蚂蚁SOHO被确立为高新区工程质量示范项目;同年,金科·绿韵康城被九龙坡区建委确立为工程质量示范项目;今年上半年,金科·廊桥水岸再次被市建委确立为工程质量示范单位组织全市专家观摩……

为绝对保证金科的房屋经受得起业主的考验,金科还在全市率先实行“分户验收”,使金科再次在重庆地产界领先一大步!

从2004年开始,金科集团就采取了一系列的管理办法,并运用先进的设备,在相关项目的交付中坚持严格的分户验收工作,如金科·廊桥水岸的1、13、21号楼,都是严格按分户验收标准执行,切实保障消费者的质量需求。金科实际推行的分户验收,比全市“分户验收”试点工作的出笼整整要提前两年多!

金科地产在“分户验收”的系统研究上,远远处于全市领先水平。在通过近两年的实践基础上,2006年10月,金科率先出台了自家的交房验收标准。该标准明确了住房验收的上百个检查项目,提出了向

业主一次交房满意率达到90%以上,最终实现业主一次接房满意率达到100%。相对于《重庆市住宅工程质量分户验收管理暂行办法》(征求意见稿),金科地产的交房验收标准在许多方面还要高难和苛刻,金科地产的领先意识再次得到完美体现。

金科的工程质量为什么会成为重庆楼市的榜样?据金科集团相关负责人介绍,金科有一个由设计部、工程部、销售部、物管公司等部门组成的联合自检小组,他们的职责不仅是风险控制,更把自己的角色定位于一个挑剔的业主,从客户的视角考察公司的楼盘,找出问题。“年内就完成了‘过程精品’控制体系的建立,并全面推行了竣工淋水试验,避免了房地产行业难以完全杜绝的一下雨就出现的房屋渗漏。”

品牌之路

对建筑文化进行深度传承

建筑产品的灵魂,最核心的组成部分便是其文化内涵,但这并不是每个开发企业都能触及到的。可以说,10年来,金科地产从一开始,就力求与文化对话,深度触摸建筑产品的灵魂,从而也成就了一个极具内涵的地产品牌。

金科地产是重庆地产界最具文化基因的企业,在文化创新过程中,也一直走在重庆前列。通过建筑,金科将东方文化进行了巧妙的传承和恰到好处的发扬,对地产界乃至整个社会都做出了宝贵的贡献。

以金科地产今年下半年隆重推出的“创意巅峰作品”金科·东方雅郡为例,该项目将东方文化的深刻内涵发挥得淋漓

尽致,它首次将东方人居元素运用于高层项目,无论从单元入户的大宅门设计,还是花园洋房式的退台花园处理,空中庭院、X+1等创意精华的集中运用,都将体现中国民居文化的进步,并与未来的发展相结合,使之不断繁衍生息。二期“精装中国”更是对东方元素大胆挖掘,成为重庆精装市场的一大亮点。

实际上,金科地产对东方文化情有独钟。这种热爱,决定了金科在讲究原创的前提下,对东方文化进行了前所未有的传承和发扬。10年来,金科地产对建筑文化的深度传承所取得的成绩令业界刮目相看。

在金科·天湖美镇,金科地产充分尊

重和发掘本地区的历史文化内涵,对花园洋房进行本土化改造,使其具有重庆的地域文化特色和时代特征。如:充分结合地形条件的“院”、“错”、“退”、“露”的空间特征设计,既有效地使用了土地和地面与地下空间,又避免了深挖高填对小区及周边生态环境造成的破坏。

在金科·中华坊,金科地产将其打造为重庆首个传统民居的现代版本,金科·中华坊中那浓郁的中国民居文化气息,让人耳目一新,找到了一种熟悉而又久违的“东方”感觉。项目以通天接地、前庭后院、青瓦白墙、古韵新风、天人合一、厚德载物和村落栖居等七大特点,传承传统文化,演绎现代文明。规划上,建筑群的空间展

开以曲折、含蓄、朦胧为美,含蓄朦胧的空间序列,使人感到趣味无穷;其建筑空间组合的内向性与朦胧性,也体现了儒家文化的含蓄之美。同时注重将建筑的客观功能与人的审美心理相融合,借助建筑的形式畅神达意,抒发情怀,突出表现为以建筑为题材的象征和比兴。中华坊以它独特的魅力荣膺“中国十大名盘”称号,并于2004年底在重庆市率先通过“3A”级住宅性能认定终审。

如今,通过全国性的战略扩张,金科还将自己独特的建筑文化,传播到江苏无锡、成都和长沙等地。在对建筑文化进行深度解读的同时,金科地产的品牌形象日趋完美。

文/侯建华



金科·十年城美景



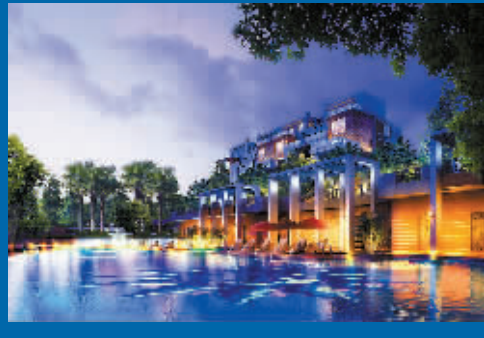
金科·东方雅郡



金科·东方雅郡



金科·十年城鸟瞰



金科·十年城夜景



市政府认定的第二个绿色生态小区金科·天湖美镇