

# 金科用实力为重庆城市加分

9月20日,金科捧杯“中国住宅产品专家”奖牌,再次成为全城关注的“重庆楼市大事件”。

重庆制造,全国骄傲。在业界看来,这一奖项,不仅是对金科地产十年来不断创新求进的充分肯定,也是重庆系赢得全国认同的又一经典范例。



## 实力赢得专家肯定

在重庆楼市,金科是本埠房地产业的重要风向标,以“产品专家”之名而获誉江湖。它此次获得“住宅产品专业领先”美誉并不出人意料,其在住宅产品专业领域的突出贡献早已成功折服了十万消费者,如今更是折服了“2008中国房地产专业领先品牌TOP10”的专家评委们。

从掀起五里店第一波开发热浪的金科花园,到位于金开大道的“原创中国洋房”东方王榭,从厚重大气、传承历史的中华坊别墅,到最早发掘北滨路居住价值的江景高层金沙水岸,从绿韵康

城的凤车状模型设计到廊桥水岸空中院馆的现身以及10年城首创的院时代洋房、小城故事的第6代洋房新品出场,金科的每一个手笔,无不引业界惊叹,无不引发新老客户争相追捧。

以产品创新著称的金科,品牌力中集结着助推旗下每一个新项目面市的强大动力:2003年,金科首次以“退、错、院、露”的四度空间定义花园洋房标准,天籁城、天湖美镇成就了金科“花园洋房之父”的美誉;中华坊、东方王榭以继承发扬中国传统建筑精髓为己任,为金科赢得“民居文化旗手”的名声。金科集

团“原创中国洋房”、“空中院馆住宅”和“X+1夹层住宅”三项专利,已获得国家知识产权局正式授权。目前,它已成为国内房地产业自主知识产权保有量仅次于万科的知名房地产开发企业。

当下,随着金科2008年重庆首个新品——小城故事的隆重开盘,10年来金科已经完成6代花园洋房的更新换代。金科的每一次创新,都成功刷新重庆楼市的住宅产品标准,成为整个西部房企名副其实的住宅标准制定者和市场主导者,更在产品与价格制定方面享有着极具分量的权威话语权。

2008年,着力于全国化发展的金科迎来10岁生日宴。在地产开发的最前沿,它的影响力逐步发扬光大。不仅仅是洋房,金科已经实现别墅、高层、精装房等产品线的全覆盖。从第一个做风格纯粹的民居别墅、第一个做原创中国洋房、第一个总结纯正洋房标准到第一个以风车状模型设计首倡高层生态主义,第一个呈现功能灵活的空中院馆、第一个提出双首层设计的院时代洋房……再到住宅产品专业第一,金科真正从名冠全城的“洋房专家”升级为“中国住宅产品专家”,登顶前所未有的品牌高度。



## 金科加分重庆楼市的品质

重庆进步,全国公推。金科此次获誉,是重庆房企首次跻身“2008中国房地产专业领先品牌TOP10”。而金科“品质产品提供者”和“运营商”的清晰定位及现实成就,则为重庆地产在中国房地产行业中的醒目地位成功增添光彩。

更受看重的是,这块金牌是重庆地产的一个里程碑,这个全国第一属于所有的重庆房企,它标志着整个重庆的住宅产品已经跃上一个新台阶,在全国地产行业中占据重要的一席之地。金科高层表示,“在重庆,擅长精耕细作、控制成本和打造细节的房企很多,应该说,金科获得的第一,对重庆地产行业来

说,是对整个重庆地产开发水平的一种肯定,是一次集体突围。”

金科集团副总裁李战洪认为:长期的低房价竞争,使重庆地产市场成为中国房地产的超级“练兵场”,开发企业市场判断力、产品规划水平、建筑产品品质、成本控制能力等优势明显。本次金科作为重庆本土地产行业有史以来唯一入围专业第一,无疑意义重大。李战洪认为,这次空前的创新与突破,正表明重庆地产已经有足够实力、稳步跻身于全国开发的最前沿。

金科多年的专业化运作、精细化管理以及长期坚持的“有质量”稳定增长策略,也铸就了金科中国“住宅产品专业”第一的称号。李战洪总结出金科的六大胜出优势:第一,敏锐的市场判断力;第二,产品总体规划水平高;第三,建筑产品品质精益求精;第四,擅环境景观打造;第五,成本控制能力极高;第六,物业服务相对标准化。正是这些优势和特质,使得金科在激烈的竞争大势中得以脱颖而出。在多年的开发积累中,它每一次拿地选址,成本控制无比严格;在产品打造上,精雕细琢,创新不断,相继赢得了“洋家专家”、“建筑专家”等称号;而从建

筑到园林的多元产业链,在保证有效控制成本的同时,对品质的把控也更为精准。一位资深业内人士表示,持续推出诸多富有竞争力和开拓力的产品的金科,获得“中国住宅产品专业第一”奖牌,对整个重庆地产行业在全国的定位,做出了响亮回答。众所周知,重庆数家本土一线房企已成功实现全国化发展,并以其住宅产品在全国谋得重要一席,同时众多外来大型地产开发集团扎堆有“中国经济第四极发力点”之称的重庆,无疑也印证了重庆地产正步入一条豁然开朗的上升通道。



# 从单项冠军迈步全能冠军 金科确定未来发展规划

## 金科开始步入城市开拓者行列

在推动生命质量最佳方面,金科地产作为一个排名中国房地产开发企业25强的品牌企业,捍卫责任、勇于担当、精耕细作,以战略的眼光激情创造着城市价值和社会价值。在各个金科生活社区的打造方面,其精细用心一目了然:从早期简单的建筑

对社区内部景观体系的大力开发,发展到现在,金科已有足够的实力,将生活的焦点集中于北部新区起步区、重庆第二居住区等一个个具备完整城市功能的生活板块,不断探索和谐的生活之道。“带动一个区域,火热一个商圈”,金科已成为名副其实的

城市开拓者。在重庆楼市,金科集团旗下二十多个楼盘都成为有口皆碑的代表作。尤其擅长生地作战的金科,推出了多个成功案例:从2001年最初棋落五黄路的金科花园、金科丽苑,到北滨路的金沙水岸、北岸引擎,北部新区的天籁城、中华坊、天湖美镇、10年城、小城故事。再到

西城劲发的绿韵康城、云湖天都以及2008年新品西城大院、阳光小镇。十年来,金科的足迹遍布重庆的各大主城重点区域……受到广大金科业主看重的是,不仅可享受金科造的舒适人居空间、优美园林景观,更可轻松坐享金科物业的广阔升值前景。

## 产品+服务成就金科全能王

另一方面,作为品质产品提供商和品质生活运营商,金科的楼盘向来是楼市中的品质保证。近期,金科集团为提高楼盘品质,光是投入在全国各项目中打造园林绿化的资金,就新增了1亿元。

金科认为,要赢得无数“金粉”的长期拥护和良好口碑,品牌需要做好两个核心因素——质量和品牌。产品质量是金科品牌的基础,服务是质量的延伸,是购房者最希望得到的产品附

附加值。对于金科而言,为业主提供各项差异化的物业服务,做好每个细节,更是建设卓越地产品牌、由产品专家转身“全能王”的有效途径。

为此,金科集团把2008年定为“服务质量年”,除了继续发挥金科会业主平台作用外,出资1000万元专款用于金科成熟小区配套设施的完善,而此项完善工程完全是基于原有配套的额外补充。金科所倡导的超值服务质量理念和行动的升级,不仅是

金科10年品牌发展方向的重大转折,也是同行学习的标本和范例。

除了住宅创新领域锐意进取,为营造浓郁的社区生活氛围埋头深耕,金科的全能冠军理想更融入其逐步实现全国化、多产业共同运营的恢宏版图中。金科旗下现已囊括了酒店、精装公寓、江景豪宅、洋房、别墅作品、专业市场等多种业态,目前同时在北京、重庆、涪陵、成都、江苏无锡、江阴、湖南长沙、

浏阳等城市进行房地产开发,并即将进入上海、天津等地。另据了解,金科集团在建总面积达300余万平方米,竣工总面积达150万平方米;土地储备已超过万亩。

为业主带来实实在在超值的生活享受,显现物业在户型创新、园林打造、地段升值等多方面的领先带头作用,这种文武双全、长袖善舞、跨行业生存的全能角色,正是金科新十年的远大理想所在。文/周大佐

十年金科,“更懂建筑,更懂生活”。住宅开发,与日常生活息息相关,影响着居住者的每一个起居细节。在产品开发过程中,金科造现已成功融合了金科的品级号召力、品质吸引力以及区域发现力等多重价值。不仅如此,金科更立意长远,将以“中国住宅产品专家”为第二个“新十年”的起点,向房地产综合实力全能冠军进军。

