

海口第四居住板块——滨江板块崛起



圈层营销,关注“少数派”

没有艺术品位的豪宅只能称得上是贵房子,并不能满足居住者对其社会身份和地位的认同。托尔斯坦·凡勃伦在其社会学名著《有闲阶级论》指出,炫耀性休闲和炫耀性消费是区分上层社会和平民的重要标志。聚敛财富不是最关键的,关键是对待财富的方式。决定物品价值的不完全取决于它的实用性,而是与物品相联系的声望。

近日,笔者参加了海口一家房地产企业主办的奢侈品派对。活动当天,客户们在音乐中饶有兴致地玩味着自己钟爱的奢侈品,在音乐中与世界级大师一起品鉴顶级的雪茄与红酒……而这一切注定只属于“少数派”。

此时,如果用品位的角度衡量,奢侈品派已经不再是一个简单的活动概念,每一件物品也不仅仅是一样商品,更是与客户身份与地位全然匹配的象征,

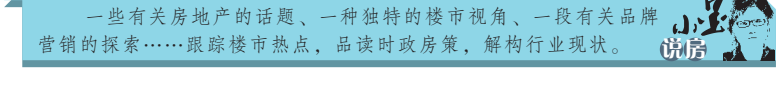
一种客户生活和生命价值的完美诠释。

在这里,客户不仅单纯地欣赏他们喜欢的生活方式,更多的也是用这样一个明显而特殊的符号来圈定一个自尊、尊贵的阶层。

“圈层营销是在一个圈子里进行的,我们只需要这个圈子里的人知道就行了,其它人知不知道对销售的影响并不大。”这是17英里一期的营销特征。

当年,在“中汽南方VIP车主·万科17英里客户璀璨海岸Party”上,停车场目之所及的路虎、Jaguar、VOLVO等名车,同样不动声色地宣告了Party的尊贵与阶层。热情奔放的欧洲摇滚乐队和菲律宾歌手活力四射的演出同样只属于“少数派”。

“我能与这个世界保持的距离”——这便是此类物业与奢侈品的共性:低调奢华,但充满时尚气息,并带有明显上流社会印记。



“城市海岸杯”明星社区摄影大赛——9月华彩绚耀



城市海岸,海岸地产联合海口城投进军西海岸地产的开篇钜献,精工品质的又一传奇,旨在为你实现理想的品质人居!继推出第一期338套房源被火爆抢购一空后,二期自开盘以来的短短3个月内,近70%的房源即被迅速抢购。

城市海岸,坐拥优美的生态环境,兼得都会繁华便利。据城市海岸营销策划经理王红利介绍,自7月份推出重磅优惠活动(凡购买城市海岸60~350㎡公寓、洋房和别墅的任一单位顾客,即可获得价值10万元的地下车位一个)以来,随即引爆了西海岸楼市,销售一路攀升,在大大满足了人们对品质生活的执著渴求的同时,更成为了名副其实的西海岸明星焦点。

西海岸华美豪宅,国际人居蓝本
0.79容积率,17%低密度,100%户户有景

“理想的家,在地段优势均等的前提下,核心不在房子本身,而是生活品质。”海岸地产深谙此金理。

项目占地逾20万平方米,容积率为0.79(别墅为1.0),最大96米超宽楼距,让居住的舒适性私密性得到极致发挥;小区布局独具匠心,采用7000m²

一谈到海口房地产,人们自然会把眼光投向西海岸、海甸岛和海口湾等“滨海地产”,却忽视了海口另一种地产——“滨江地产”。“滨江地产”一向是被认为最具保值、升值的地产,重庆的长江、嘉陵江沿线,武汉的长江沿线、广州的珠江沿线,无不是高档名盘云集,高档生活的聚集区。南渡江,作为海南省最大的河流,有着海南岛母亲河之称的美誉,却迟迟未被充分的开发。

随着海口城市的发展,政府加大了对南渡江两岸的开发和建设,在市政规划、基础设施建设等方面投入了大量的资金和心血,加上大型企业的进驻开发,海口一个崭新的居住板块——滨江地产,正在崛起,它将是海口最具居住价值、投资价值的房地产区域。

政府支持,滨江板块发展前景辉煌

2008年作为海口市政府重点投资规划项目,北起长堤路,南至南渡江大桥,全长12.5公里,堪与西海岸滨海大道媲美的滨江

路正式开通,标志着南渡江沿岸的发展进入了一个新的发展时期。滨江路使南渡江两岸的交通优势、地理位置优势和景观资源优势凸显。

2009年“滨江新城”规划的出台,预示着滨江板块的开发进入了实质性的操作阶段,政府准备投资100个亿打造“滨江新城”。“滨江新城”被定位于海口市东南部区域公共服务中心、南渡江畔新型生态居住区,“滨江新城”将建成为休闲居住、旅游购物、康体娱乐、商务办公等功能齐全的新城区,海口东南部的城市副中心,发展前景辉煌。

省委、省政府等众多省级行政中心相继搬迁到南渡江沿岸,凭借着丰富的江景资源以及政府支持,区域前景相当看好,滨江地产将成为海口一个新的地产板块。

实力开发商进驻,加快滨江板块发展

政府在加快发展南渡江两岸开发建设的时候,众多大型企业也看好“滨江板块”的发

展前景,大举进入开发“滨江地产”。广物地产的滨江帝景项目及海甸岛项目,绿色佳园,联华国际,枫丹白露等一些大型房地产企业和房地产项目落户南渡江两岸,加快了“滨江地产”的发展,粗略计算,现在以及未来滨江新城的开发总量将超过200万平方米。

广物地产,是一家实力雄厚,经验丰富的广州开发商,依托广物集团雄厚的实力背景,以国际化的眼光看中了海口“滨江地产”的发展前景,到海口不到一年时间,在南渡江沿岸投资开发量将近100万平方米。“滨江帝景”位于“滨江新城”核心区内,面积超30万平方米,它将是“滨江地产”里的标杆性大型社区。海甸岛项目位于海澄溪与南渡江交界处,面积近60万平方米,它将建设成整个海口标志性的建筑。广物地产凭借在广州成熟、先进的开发经验和开发理念,将为海口房地产市场带来巨大的冲击,不仅将全面升级滨江居住生活品质,更将令海口市民对滨江板块的未来和发展前景充满更高的期待。

兆南丽湾地标之作 书写海口楼市惊叹

随着生活水平的提高,人们对生活品质的追求越来越苛求。对居家置业的要求不再是单纯的区位、户型、绿化面积,对建筑风格、景观园林风格、休闲配套、物业管理、科技含量、社区人文氛围的完善等无形的软性的因素,越来越注重,往往成为购房者选定居家目标的重要因素。

兆南集团海甸岛地标之作——兆南丽湾,10月1日二期开盘为购房准业主献上好礼“鼎宴酒楼中秋合家团圆宴一席”,赢得广大同行和业主们的一片惊叹。

以人为本,量身定制品质家园

兆南丽湾,专为中产阶层的生活方式而量身定制。作为目前海口中轴尤其是美丽沙片区至高31层纯住宅小区,以其104.8米至高地标建筑,270度全景阳台、3.05米的建筑层高,纳海藏风,代表着健康、品位和富足,代表着上流社会的价值

观,成就品海口生活高度新标杆。

建筑采用着重塑造极具特色的热带海滨建筑形象,7幢十八至三十一层住宅错落分布,犹如7张扬起的帆帆,让兆南丽湾这艘自由之舟乘风破浪……

兆南丽湾,强调对居者心理的调节功能,围合院落布局,从大环境、小环境、微环境四个层次塑造唯美建筑空间。无论是色彩的使用、造型符号的采用,还是西低东高的布局、外立面细节的塑造,都给业主多角度多层次耳目一新的美景享受,身份品位优雅高贵。

提炼细致生活,体现人居尺度

兆南丽湾建设用地最大的特色就是其滨海景观,该项目采取高层低密度的规划布局方式,从西到东,建筑由低到高分布。强调开放性,减少建筑间的相互遮挡,使每户均可获得向海景观;并与美丽沙相协调,向海



面形成丰富的建筑层次,有利于塑造良好、有序的城市天际线。正如项目营销总监张总所说,亲海是我们房子的主要特色之一,而我们要做的就是不断满足小区业主的远眺海景、近观园景的多层次视觉享受。

而小区在进行园林设计的时候,采用既赋现代感又有中国传统园林意趣的设计手法,以具有独特品味的空间构造,配以现代创新思想,全力打造富有热带滨海城市活力的,景观优美、环境舒适的小区园林空间。小区造景以水为主要元素,主要景观点均依托水景布局并展开,各景点隔水相望,互为借景或对景,形成丰富的外部景观层次。仰身滨水花园景观带,与绿水开环,漫步趣园,鸟语花香怡心。

用完美思想造房,就是要给予业主实实在在的益处,这就是追求完美所付出的“代价”。太多的细节,只有作为兆南丽湾小区的业主才能真正体会。

GOLDEN MANSION

庆豪地产是这样做的

为什么我们要盛邀世界顶级雪茄大师?

9月20日,庆豪·金碧文华营销中心的一场派对,除了吸引了限量邀请的VIP业主及客户,更引起全城媒体的关注,不仅因为它是海口极少的夜间奢侈派对活动,更是世界顶级雪茄大师第一次来海南现场展示雪茄制作的传奇。

我们是一家房地产商,这一点,我们没有忘记。但为什么在努力做好产品本身之外,还要花费巨资盛邀诸多顶级品牌,以及英国品酒大师 Chrisennis 和世界顶级雪茄大师 Alain 亲临会所,与业主零距离的接触,这是否是一种炒作?

我们一直认为,一个有责任感的开发商不应该仅为业主提供一个居住的空间,更应该提供一种居住方式,一种他一直期待从未有过的生活方式。庆豪地产对建筑人性化的执着:比如让电梯公共部分比常规宽10%,比如让所有的户型都方方正正、隐梁隐柱、南北通透等等,只是想给业主居住空间的舒适。但仅此,就断言说完全满

足业主的需求,至少我们不敢如此承认,因为他们还有对城央璀璨生活的期待。

不断发展的海口,道路越修越宽,楼房越建越高,但这个城市对于圈层的交流却始终是一张白卷,几乎很少有一些沟通平台让这个城市极致成就者与我们这个世界品质执着者零距离接触,而我希望能够提供。正如我们对庆豪·金碧文华城央生活的定义:让奢华真正奢华。因为我们坚信:真正的奢华不是物质的高低,而是一种对信念的执着,对品质的考究,对品味的坚持。

为此,才有庆豪·金碧文华二期“品质再升级”的提出,才有9月20日晚上,我们为5号楼业主盛邀 Vacheron Constantin、Montblanc、Lafite、Parker、Zippo 等百年家族品牌,展示品质艺术的魅力。同时我们更盛邀世界第一雪茄品牌 Cohiba 集团顶级制作大师 Alain 亲临庆豪·金碧文华营销中心,为业主现场展示并演绎一段顶级雪茄制作的传奇。

作为古巴屈指可数的9级雪茄制作大师的 Alain,其本身就是一个传奇。要知道,在古巴,雪茄制作师共分9个等级,9级为最高级别,而做成一支好的雪茄要经过222道工序。至于其公司 Cohiba 集团,更是以其对雪茄品质的三大坚持:精选再精选、独有的三段式发酵、第一等级的工人亲自操作,才会有最初只作为政府的礼物送给各国总统和外交使节。

之所以花巨资盛邀世界级的大师亲自为我们的业主讲解顶级雪茄的传奇,及红酒的优雅,只是希望让我们业主感受一些与建筑无关,但与生活有关,与执着有关的故事。家族的荣耀,需要几代人的努力与传承,希望除了建筑,我们的社区,还会有一些品质执着的故事让这个社区的下一代传承、理解并接受。

正如 Alain 能破例此行,除了深感于我们的真诚相邀,更是基于庆豪地产对品质执着的共鸣,这一点,和他做顶级雪茄一脉相承。

关键链接:中央景观园林现已开放,欢迎明月清风之夜莅临品鉴

由7幢29-30层建筑半围合而成的庆豪·金碧文华,雄踞金贸核心,出则繁华,入则宁静。因其12万m²的超大规模,30000m²的罕有园林,不可复制的绝对城央地段,成为全国贸绝无仅有大型尊尚社区。而即将推出的项目二期,更因“品质再升级”执着,将163m²的城央大宅,以更奢华的品质升级,为这个城市极致成就者居住,开启一个家族的荣耀所在。

大宅专线:0898-68501666 项目地址:海口市文华中路1号

海南清水湾 北京展示中心盛大启幕



9月21日,雅居乐海南清水湾“北京展示中心启幕仪式暨媒体见面会”在北京中青龙大厦门前举行,这标志着雅居乐地产一个世界级滨海旅游度假区项目——海南清水湾正式进驻北京。雅居乐集团区域总经理高华平先生、集团总裁助理兼海南清水湾营销负责人简毓萍女士、中原地产华北区董事总经理李文杰等领导出席了此次隆重的揭幕活动。活动当晚,在万豪酒店举行隆重的业主答谢晚宴,200多名高端业主及100多名各界朋友应邀出席。

海南清水湾是由雅居乐地产携手国际著名金融投资机构——摩根士丹利共同开发,以“度假+休闲+投资+养生”的综合模式,开启海南“国际综合湾区地产”的新时代。据统计,海南清水湾开售5个月以来30%以上近6000的业主来源北京。此次带有大三亚热带滨海生活独特气息的海南清水湾在北京设立大型展示中心,是看中北京已经步入度假经济消费高速增长长期的契机,旨在为北京的高端客户提供更加尊崇和贴心的服务。标志着海南清水湾不仅开始了迈向全国扩张的步伐,也开始了中国滨海旅游地产全新营销模式。目前,海南清水湾在香港、广州、中山、上海、成都、哈尔滨等城市设立展示中心,随着北京展示中心的开放,太原、沈阳等展厅将继续开放。

昌茂集团又获三项殊荣

近日,海南昌茂企业(集团)有限公司在“首届海南品牌文化节”上又获三项殊荣。根据品牌的“质量、服务、社会形象、知名度、对企业经济效益的拉动、对行业的影响、对百姓生活的影响、对我省经济的影响及其它”等十项推选标准,评委会授予昌茂集团“跨越辉煌60周年—最受消费者喜爱的海南标志性品牌企业行业10强(房地产行业)”及“跨越辉煌60周年—海南标志性品牌60强”荣誉称号。授予陈权中董事长“跨越辉煌60周年—推动海南品牌建设60位功勋人物”荣誉称号。

据了解,海南昌茂企业(集团)有限公司和海南中润投资有限公司正在定安联合开发“昌茂·中润温泉水城”。项目将自身定位于海口后花园一个集居住、休闲娱乐、度假养生养老的大型精品住宅小区。规划总体布局和园林规划以“一轴三区四组团”统领全局,通过不同分区的绿化设计理念和建筑布局,使得各区及组团的景观既相对独立又相互呼应、渗透;特别是四个组团中,都配有数个温泉泡池,最大限度的发挥了项目的温泉资源优势。



楼盘地址:金牛岭生态小区
设计师:何辉
主要材料:哑光砖、大理石、红花岗石、中国印象、拉丝不锈钢、银镜、墙面涂料、
建筑面积:14.0平方米
设计说明:本方案以简洁为主、现代的理念去体现空间。因为中式才凸显品位与格调,因为简洁才显得舒适与自在。整体布局合理,线条流畅。墙面以白色为主调,在添加些木质装饰及大理石为点缀,给空间注入一股清新的自然气息。

《房产周刊》特约家居装饰公司:恒泰装饰
海口总部:海口市国贸大道新达商务大厦二楼
电话:0898-68551911
海口万佳分部电话:66830908
三亚分公司:36890866
家具俱:65923077

