

## 亚东国际公寓 主城精装成品小户型

亚东国际公寓最初以“地铁楼盘”面市,但项目的交通优势并不仅体现在地铁这一块,项目周边现已形成一个大交通网络——项目紧邻地铁1号线中华门站,三站即可到达新街口;其次,项目门口配备了十多条公交线路,基本保证全城各角落都能畅达;同时,项目附近高速公路纵横交错,可实现与新街口、江宁、城东、奥体自驾出行的全高速通道配备。亚东国际公寓精装小户型格局紧凑、设计合理,42~75平方米精致户型,成品精装关注生活细节,厨房、卫浴一律选用优质材料,热水器、抽油烟机电器安装完备;西门子、AO史密斯、科勒、多乐士、雷士、圣格兰迪、奥米茄……9月,亚东国际公寓精装小户型新鲜出炉;销售中心将开展针对“人民教师”的特别购房节,以及针对“毕业6年之内的新青年”独立置业计划,现场将有限时特别优惠。

## 雅居乐花园 中秋活动闪亮开幕

9月13、14日,在雅居乐花园36万平方米的奢雅社区中,精彩纷呈的嘉年华活动将为您阖家欢聚的中秋佳节送上一场热情欢乐的感官盛宴。除了美轮美奂的民间艺术展演,吃喝玩乐当然也是重头戏。

在畅享中秋嘉年华之际,还可一览雅居乐花园·上品全新组团的时尚风采。3500平方米浩瀚中心水景湖,14000平方米原生态广场、22棵50年原生法国梧桐,53~78平方米的精巧空间融合了顶级大师的功能性设计和艺术灵感。上品,深谙业主的心思,全面推出“上品VIP置业计划”,三重购房优惠接连登场。9月8日起免费申领VIP卡,即可参加上品VIP置业计划。

## 钱塘望景花园买二层用三层 二期即将谢幕 三期精彩面市

近日,位于江浦街道的钱塘望景花园推出了“2+1+2”新经典空中别墅,引起了强烈反响。“2+1+2”新经典空中别墅拥有近8米高的奢华空间,不仅使原有的两层空间更加宽阔,且完全能够分隔出三层的空间,使室内空间大大增强,空间层次更加丰富。在居住功能上,也可以设置更多的房间。此外,除近8米的高空外,户型上又设计了南北两个超大露台,一般的空中别墅只有北面露台,而钱塘望景花园则拥有南北两个露台,并且使用面积达到近30平方米。

而这样的空中别墅,在主城区总价至少都要上百万元,而该楼盘总价大多只要五六十万元,这样的价格只相当于市中心40~50平

米左右的小户型,而在望景花园却能买到三层的空间。桥北板块近年内日益严峻的交通状况使人们开始转而关注江北其他板块,由此江浦街道板块逐渐浮出水面。最受瞩目的就是纬七路过江通道。目前这一工程建设已进入冲刺阶段,2009年

铁定通车,届时从市区到江浦,全程畅通无阻,快速从奥体新城到达江浦板块,江浦片区由此成为距离主城最近的江北板块之一。未来地铁二号线西延线也将过江,形成隧道、地铁双重保障,极大地方便了出行。目前,三期小高层已开始接受咨询。



项目效果图

## 汇林绿洲和云锦美地收官 栖霞建设推出城中保留房

位于主城区绝佳区位,面积从90~200平方米不等,全部为精装修示范样板,品牌开发企业打造。近日,栖霞建设宣布推出位于鼓楼的汇林绿洲和距离新街口只有三公里的云锦美地最后十多套房源。

本次销售10多套房源,为汇林绿洲和云锦美地的样板房,面积从90~200平方米不等,户型从两房到四房都有,基本上涵盖了市

面上的三种畅销户型。不过总计只有10多套,平均下来每个户型只有3~4套,而且为精装修现房,即买即住。这样的房源一经推出势必非常抢手,有意在主城区选择品牌房源的购房者一定要把握最后的机会。

栖霞建设位于主城区的汇林绿洲和云锦美地两大精品楼盘从2002年到现在已经基本售罄并交付入住,以其卓越的区位、品牌

的口碑以及优秀的品质获得了业主的认可,而且项目所处的两大区域在近年来由于政府的最新规划,无论在外部景观还是商业配套上都得到了非常大提升,其房源在二手市场也非常抢手。此次公司推出的最后的10多套房源,作为栖霞建设为了展现楼盘而打造的示范单位,无论是在小区位置,还是在施工质量 and 档次上的标准都非常高。

## 银城西堤国际 西堤坊公开

河西新城蔚然,奥体名盘叠出,但是这种空间上的辉煌,却随着时间的流逝,日渐显出在商业服务业上的短缺。银城人把最好的一块宝地,留到最后来创作。她不仅位居西堤国际的中央地带,而且位于整个奥体新城的中央地带,是真正的中央之央。这就是绚丽地收官西堤国际,点睛CITE生活的西堤坊。西堤坊街坊式将由健身、餐饮、休闲、便利和精品五个部分

组成。功能齐全、设施先进、服务高尚的银城健身,将以3500平方米的面积在西堤坊打造河西地区最大规模的社区健身综合体;中西餐饮名店也将塑造西堤坊的美食形象,为西堤国际甚至整个奥体新城的居民提供美味之享;休闲服务,将使忙碌而疲惫的身心有一个放松心情CITE生活的西堤坊。精品名店和便利小店将满足生活的各个层面的需求。

## 紫峰大厦登顶世界第七高

江苏第一高楼——南京绿地广场紫峰大厦381米的主体结构最近已顺利封顶,楼顶69米高的灯塔将于9月完工。紫峰大厦位于南京市中心鼓楼地段,整体设计高度达450米,总楼层89层,其高度在全世界已建成和在建的摩天大楼中位居第七。紫峰大厦2009年底建成后将成为南京城市新地标建筑。

鼓楼高端商务圈在绿地广场周边逐渐成型。据悉,紫峰大厦的销售均价达到35000元/

平方米,租金也将高达7.2元/平方米/天。与国际接轨,南京鼓楼中央商务区整体升级,与纽约曼哈顿的世界级中央商务区一比高下。近日,世界第一奢侈品牌宾利汽车正式进驻绿地广场。宾利倡导的极致尊贵与精致的文化,正与绿地广场所汇聚的社会上流人群相辉映。除了宾利汽车外,渣打银行、富登金融、新加坡金鹰、通力电梯、挪威船级社等众多世界500强企业早已纷纷进驻。

费婕

## 苏宁·天华硅谷迎来开门红

9月6日上午9点,由苏宁地产旗下的江苏乾阳房地产开发有限公司开发的苏宁·天华硅谷庄园在江北泰山新村售楼处隆重开盘。仅开盘当天上午就成交住房三十余套,为苏宁·天华硅谷庄园项目顺利上市销售开了个好头。

苏宁·天华硅谷庄园是苏宁地产在江北开发建设的第五个大中型住宅项目,在建筑规划理念上,从原来的“造城”发展为“造家”,然后升级成“造生活”。

品质方面,苏宁·天华硅谷庄园从规划设计到施工流程、从园林方案到物业服务每一项都聘请全国一流的专业公司强强合作。项目还着重增加了小区智能化内容,对项目整体品质进行再升级,在符合并超过国家对新型住宅项目的环保节能要求以外,更考虑到业主居家生活的便利,以及整体居住品质和舒适性的提高。项目智能化内容包括:太阳能热水器、太阳能庭院灯、窗用自然通风器、净水系统等。

## 沿袭“开盘必特价,特价必升值”营销模式

# 恒大 13 新盘十一全国齐亮相

■ 南京双盘闪耀金陵城 ■ 首个国庆新盘沈阳恒大城开盘即揽金 4.3 亿  
■ “精装修 + 准现楼 + 园林实景”精品模式受热捧

4.3亿元!日前,从沈阳传来消息,作为恒大地产集团今年首个国庆新盘的沈阳恒大城创下开盘劲销4亿余元的销售奇迹。业内人士分析,在市场环境低迷的情况下,恒大此番业绩实属难得。除了其一贯沿用的“开盘必特价,特价必升值”营销模式外,独创的“园林实景+准现楼+精装修”精品发售模式也是助其开盘成功的一大动因。

据恒大相关负责人称,今年的黄金周,仅十月一日当天,恒大全国将有13个新盘面市,且全部采用准现楼、全实景园林、精装修的“精品化”发售模式。开盘项目覆盖广州、沈阳、重庆、武汉、西安、南京、天津、昆明、太原、鄂州、包头等11个中国核心城市,囊括高端、中高端、旅游地产等恒大在全国开发的全部产品类型,开盘项目之多、规模之大、频率之密集在国内地产界史无前例。目前,即售楼盘已吸引众多意向买家前来认筹。预计开盘当日全国销售额逾30亿,黄金周可收金50亿。

### 南京恒大双盘认筹火爆未卖先热

据了解,南京是恒大黄金周全国战略中唯一一个双盘同开的城市,凸显恒大方面对南京市场的信心。此次推出的新盘分别为南京恒大金碧天下和恒大绿洲。笔者在恒大绿洲现场了解到,仅广告出街当天便有上千意向客户来电来访,认筹数达到一百组,截至发稿时止已达到了五百组。天下项目认筹数与绿洲同样火爆。笔者从日前举行的恒大南京双盘启动新闻发布会上了解到,南京恒大金碧天下项目占地1477亩,总建筑面积103万平方米,是一座集独栋别墅、双拼别墅、联排别墅、花园洋房、小高层和10万平方米的商业项目于一体的复合型山水旅游度假区。南京恒大绿洲,地处九龙湖高尚人居板块,占地13.4万平方米,总建筑面积30万平方米,由16栋小高层与3栋高层组成。并打造了10000平方米欧陆皇家园林,7000平方米豪华会所,5000平方米欧陆风情商业街区,国际标准恒温泳池,精装、低价入市,广受市民热捧。

### “精装修+准现楼+园林实景”给买家吃下“定心丸”

笔者在南京恒大绿洲的精装交房标准单上看到,交楼时甚至附送TOTO牌洗脸盆、摩

恩水龙头、美的浴霸,亚细亚瓷砖、大自然木地板、欧普照明等国际顶尖品牌材料。施工工艺也很到位,小到每一块石材在出厂时就进行了编号,现场施工对号拼接,工序复杂,以确保严丝合缝。连产品中使用的电梯,都是知名品牌奥的斯专门为恒大量身定做的,采用加高加宽设计,层高达2.7米,真正从每一处细节实现“满屋名牌”现场认筹客户欧小姐表示,“精装修+准现楼+园林实景”的发售方式给了其充分的保障和信心。

在房地产宏观调控下,很多资金实力和产品缺乏竞争力的发展商急需套现,往往降低开盘条件急于发售,相反,恒大各地项目则选择在做好了园林、精装修及准现楼的基础上再开盘的原则,反映出开发者的资金实力和品牌力量。许多资深专家通过多年研究发现,恒大地产集团的精品标准是对精品的准确定位,是用最少的投资、最低的消耗资源的标准争取了最大的效益,并将这部分利益回馈给消费者以赢得市场,代表着房地产发展的方向。

目前,天下项目园林建设正在加紧进行中。按照规划,该项目建设有800米景观大道,辅以超大规模内湖水系,1.8公里私家湾岸,打造七大欧陆主题世界级皇家园林,形成海、山、林、岛、堤、滩浑然一体的奢享级景观体系。

### “价格+明星”爆破式营销双管齐下

低价入市,低开高走是恒大多年来坚持的价格策略。恒大营销负责人表示,“好东西+好价格”是提升产品市场占有率的基石。这两点恒大都具备,项目开盘期销售率可达到总货量的40%。该集团营销负责人再次表示,之所以沿用该价格策略是因为恒大楼盘在各个环节都注重提升产品性价比,产品使用率及品牌整合度都大幅高于业界同类产品水平,开盘时走特价路线,决定了产品具有极大的升值空间。基于“开盘必特价,特价必升值”的价格策略,恒大培养了一大批忠实于恒大品牌、长期投资恒大物业的业主,恒大品牌也因此树立了很高的市场知名度。据了解,1997年,恒大第一个项目金碧花园发售,创下广州市民昼夜排队买楼、日进账亿元的奇迹。

此外,恒大独特的“明星+活动”的“爆破式”营销模式也为开盘带来了巨大人气效应。“十一开盘发售时,我们将继续沿用这种销售模式,不出意外的话,人气巨星任贤齐、范冰冰将成为我们开盘时的座上宾。”恒大营销负责人说。与此同时,她认为,“恒大13盘齐开是中国地产界的一大盛事”。

### 预计开盘当日全国销售额逾30亿,黄金周可收金50亿

目前,恒大在全国23个核

心城市已拥有48个优质项目,土地规模位居中国房地产企业龙头地位。这些项目超过80%位于直辖市和省会城市,产品覆盖面广,具有明显的发展潜力。

从2004年起,恒大进行大规模资源整合。在主体施工方面,恒大与中建总公司等国内最优秀的施工企业合作;在室内装修方面,恒大与金螳螂等中国十大装修企业合作;在材料设备方面,均采用国内或国际知名品牌,如奥的斯电梯、TOTO洁具、西门子电器等;在物业服务方面,恒大与全球顶级的物业管理机构戴德梁行签订长期协议。整合范围之广、数量之多、

品牌之强,开创中国房地产企业先河,大力提升了产品品质和品牌价值,使恒大产品品牌形成了强大的市场号召力。

据了解,早在去年黄金周,恒大“精装修+准现楼+园林实景”的开盘策略和明星参与的爆破式开盘模式就取得了巨大成功。广州恒大御景半岛开盘当日销售额逾10亿,刷新广东纪录。其后半年,相继发售的成都恒大绿洲,武汉恒大华府、重庆恒大华府,开盘业绩都震撼当地楼市。此次13盘齐开,预计开盘当日全国销售额逾30亿,黄金周可收金50亿。



“恒大双城耀金陵”现场杨总发言



恒大绿洲认筹火爆