



徽派建筑彰显最中国的居住文化

造一座房子 配得上汤泉

——解密大吉山水田园热销的五大定律

从100多年前开始,度假就是一种身份的标志,在《世界人权宣言》里甚至规定,人有度假的权利。英国作家福斯特在他的《看得见风景的房间》一书中这样写道:……在佛罗伦萨贝托利尼公寓里,并不是所有的房间都有一扇窗子能欣赏到开阔的景致。露西在她表姐夏洛蒂的陪同下来到公寓的时候,能看到风景的房间均已客满。当她们在公寓和别的房客一同就餐时邂逅了性格开朗的乔治父子。看着露西一脸的沮丧,年轻的乔治先生把自己看得见风景的房间换给了露西……

那么,通过一扇窗子到底能看到什么?露西为什么独爱看得见风景的房间呢?一扇窗户外面的风景究竟能带来什么样的价值呢?

今年4月之前,在汤泉,或许没有人期待透过大吉山水田园的窗子能看到什么风景,而到今天,大吉山水田园的庭院中已经站满了230户中产家庭。

有业主这样感叹道,大吉山水田园真正造出了看得见风景的房子。

品位生活的“奢适”概念。值得一提的是,由于户型面积并不大,因此,山水田园的总价很好地维持在了100万左右。

山水田园的销售现场还流传着这样一个“10分钟成交”的故事,说的是一位家住市中心的客户,患有慢性鼻炎,常年鼻息不适,大多数医生对这类病症的治疗只能是控制和改善,因为唯一根治的秘方是生活环境和空气质量要好,以城市为生存基点的现代人,对此几乎可遇不可求。在山水田园看房过程中,客户感觉到呼吸前所未有的通畅和清新,当即决定购买,整个成交过程只用了10分钟。汤泉空气中负离子含量约为市区的500倍,被誉为“南京绿肺、金陵养生堂”,而在城市人居环境日益恶化的今天,像汤泉这样位于城市二环、背靠80平方公里老山国家森林公园,早已是凤毛麟角,弥足珍贵。

最难能可贵的是,汤泉一直以苗圃为核心产业,几乎没有工业污染,后续将发展为旅游度假区,将永绝工业污染之隐患,堪称南京度假环境榜样。

热销关键词 2

居住文化

庭院文化是中国传统居住文化的核心。山水田园从传统徽派建筑出发,提炼出古民居“三坊一照壁”、“四合五天井”的精髓,以院落作为项目整体规划内在核心和外在轮廓,构筑园、巷、宅、院、台五层人居空间感受体系。其特色就是:街巷式布局、院落式空间、中式建筑风格和无处不在的轻松自然。

销售人员以90平米的S1户型为例向记者介绍了山水田园在户型设计上的匠心之处,S1户型上下两层,第三层为赠送的露台,1层为起居室与餐厅,2楼设计为一个主卧一个次卧,从居住面积上完全满足了现代人的居住需求,同时前庭、中庭、后院、露台的赠送面积约有90平米,充分满足了市中心居住人士对于庭院的需求。院落不仅将不同功能的空间分隔开来,为建筑提供了通风采光的良好条件,丰富了空间层次的同时,使室内外互相渗透融合。通过院子将充满绿意的环境、起居室、天井贯穿起来,也将温泉、亲情、尊重通过一种平静的姿态编织起来。

而户户引入5000年历史积淀的纯净源泉,将从地下约200米深度抽取,出水温度达到52℃,无需经过加温处理直接引

入每家每户,温泉可直接连接私家中庭或露台,使得家庭生活自然延续到庭院空间,且全天24小时供应温泉水,业主可随时体验温泉SPA式庭院的美好意境。

热销关键词 3

度假生活

如何让人们待下来?这是老山别墅的开发商们都需要首先解决的问题。山水田园显然考虑得更深入,它从人们的度假特征出发,既开发静态空间,也开发动态空间。

第二居所是目的地,还是观光时停留的小屋?山水田园的开发者认为,来到第二居所,应该既能“躲起来几天不做正经事”,也需要有躲起来享受的理由。最理想的第二居所是能满足各种人群“不合理的、奢侈的、懒惰的等各种需要的空间”。

这些思考早已被山水田园的开发所纳入。别墅不同于依成熟生活配套而建的城市公寓,但大多数别墅开发商给业主的只是一幢豪华的房子,但业主往往以为他们买的将是一种生活。这个错位造成了今日中国别墅中众多的失落者。而山水田园却提供了一种具有丰富生活内涵和启示的幸福之所。

首先是温泉入户,汤泉的温泉是江苏地区储量最大、最为稳定、品质最高、至今几乎处于原生态的保护状态,开采使用量不及自涌量一半。在山水田园,温泉入户几乎实现了和自来水一样取用自便的程度,再加上独特的中庭、浴室天窗、全明设计,使温泉的使用在私密性、情趣化、安全性上得天独厚。

其次,山水田园不是孤立的,不像有些度假别墅一样,只能面对山水枯坐。在山水田园之外,不仅有眼下度假村的休闲娱乐项目和小镇的生活配套,更有以汤泉东方为核心的15平方公里长江国际温泉城的依托,还有老山森林公园所富含的户外活动的丰富内容,山水田园甚至还为业主规划了私家苗圃,以供都市人农耕情愫的满足。

热销关键词 4

升值潜力

别墅置业不仅仅是追求生活方式的改变,同时也是一种投资行为,而无论是从居住角度还是投资角度来看,别墅作为高端物

业,其第一要素在于对稀缺资源的占有。而汤泉不仅拥有得天独厚的温泉资源,更有政府大力支持的区域发展导向资源。

2010年,汤泉15平方公里规划,即南京长江国际温泉城正式起航。跨江发展是省市确定的重大战略决策,也是今后几年南京发展的重要战略增长点,打造江北新城成为南京近几年发展的重中之重。汤泉镇作为打造江北新城关键的十大功能区之一的“温泉功能区”,明确将打造成为具有国际影响力的长三角知名温泉度假小镇。目前,南京长江国际温泉城开发的核心项目——汤泉东方项目即将启动,预计5年内开发完毕,首次开发区域预计有8万平方米,明年将正式动工。汤泉东方项目的启动给汤泉的区域发展插上了翅膀,腾飞在即。纬七路过江隧道也将于明年5月开通,届时山水田园与市区将实现更快衔接,20分钟即可到达市区。

山水田园位于汤泉国际温泉度假区核心开发区域内,升值潜力可以预见,而且无法估量,这一点也成为项目制胜市场的利器。

热销关键词 5

企业实力

大吉集团由铁塔制造业起家,10年发展,市场已覆盖了国内30个省区、国外33个国家,年销售量是十年前的20倍;生产规模和装备水平在全国乃至整个亚洲都达到了一流水平。铁塔加工、旅游服务、园林绿化工程是大吉集团的三大支柱产业。初涉地产,大吉团队就洞察到千年汤泉镇拥有的巨大财富——极品优质温泉,结合全球绿色经济潮流,大胆将地产开发与养生度假实现跨越,首先试水大吉山水田园便大获成功。

在此背景下,高瞻远瞩的大吉超强团队参考国外、国内众多知名温泉开发、营销经验,并结合汤泉镇历史文化资源、地貌产业特点,依托长三角一小时都市圈的逐渐成形,中国旅游度假产业的发展前景和中产阶层的消费实力、消费需求,呼应汤泉镇“长江国际温泉城”和“东方温泉假日小镇”的品牌和市场定位,在大吉山水田园面市后,隆重推出了汤泉东方,这个定位于东方养生度假乌托邦的超大复合型旅游地产项目,有望创造出中国具备传统特色和现代精髓的温泉养生理论和模式,打造属于中国人温泉养生度假领域的世界知名品牌。(葛九明)

看房热线

汤泉东方,2010年大吉地产生产的大楼之作现已启动
山水田园二期以及假日商业街即将开售
咨询电话:84846006
58162666 58162777

相关链接

汤泉镇简介

汤泉镇素以温泉、苗木著称,拥有“十里温泉带、百亩九龙湖、千年古银杏、万只白鹭林、亿株雪松田”等生态资源和秀美景观。作为南京最著名的温泉地之一,汤泉镇有着高质量的温泉及冷泉,现已探明的温泉储量就已达345万立方米,属于原生态含氧高热泉,富含30多种矿物质和微量元素,无论是观赏、饮用、洗浴还是理疗,汤泉温泉均无可挑剔,而更难能可贵的是许多泉眼尚处在自然环境中。

作为山水田园背靠的南京唯一的国家级4A森林公园——老山国家森林公园,其面积更是4倍于紫金山森林,是南京市空气质量最佳区域。在南京生态市建设规划纲要中,以紫金山为核心,加上北片的芝麻岭,西片的老山,东片的青龙山、大连山,南片的云台山,东南片的东庐山,西南片的牛首山、祖堂山,共同构成南京七大“最有价值绿线”。在这七大绿线中唯有紫金山和老山位于城市二环线内。多年来,却因受阻于长江天堑,汤泉的价值始终处于被低估的阶段,而随着纬七路过江隧道的全线贯通,右线、汤泉镇将实现20分钟接驳河西新市区,30分钟连接新街口,区域价值终得显现。(葛九明)



大吉山水田园效果图

今年南京别墅市场收获颇丰。

1-11月份南京别墅市场的销售面积近28万平方,整体价格也恢复到了2008年同期的水平。这其中,仅山水田园项目销售面积3万余平方,从今年4月份低调入市以来,山水田园持续热销、三次加推,到年底以230余套的销售业绩已与栖霞建设、招商地产同列年度销售前三甲,当之无愧地成为了南京别墅市场的“年度黑马”。

热销关键词 1

度假榜样

对房价的承受成为越来越多中产阶级最大的精神负担,从决定买房子开始,就意味着向社会、向现实妥协,许多梦想、激情、家庭温情都在与之斗争中消失殆尽。山水田园提供了一种可能:提前十年实现别墅梦想。

项目为纯联排别墅社区,总占地10万㎡,规划总户数348户,整个小区实现温泉入户。项目产品为南京市场稀缺的徽派风格,主力面积为82-145㎡,独特的中庭设计,可以实现业主室内露天温泉SPA的个性需求,更有前庭、后院、露台、天井等多重品位空间赠送,完全实现尺度空间、