

万科斥千万改造金色家园

南京万科近日在“爱享10年情,童在万科家”社区第三届龙舟赛启动仪式上宣布,将斥资千万,用于交付多年的老小区硬件设施和外立面改造。这一被称为“千万工程”的老盘出新行动,在南京地产界尚属首次。

据悉,“千万工程”是今年启动的“万科品质季”活动之一,因万科总投入资金超千万,故称为“千万工程”。这是继为已落成社区累计送100万“爱家基金”后,南京万科将服务延伸到已交付小区、关怀人住业主生活、提升社区价值的又一务实举措。

“为老业主贴钱,值!”

当一个项目销售完毕后,不少开发商不重视项目的后期维护。如果设施需要更新,业主只能自己掏钱或者动用维修基金。但是,万科却反其道而行之,投入巨资用于交付多年的老小区外立面出新和硬件设施更新。

为此,万科南京负责人表示,自2001年万科集团进驻南



京以来,南京万科已陆续为超过10000户家庭提供优质的住宅产品和物业管理服务,以万科金色家园为代表的社区已成为万科生活的典范。因此在成立十周年之际,南京万科对十年小区金色家园进行硬件实施提升,通过项目实施来改善老社区的居住环境,持续为老业主创造更加舒适的居住氛围。万科此举也受到了老业主的认可。

“千万工程”分3年完成

此次“千万工程”受益的首个项目将是交付10年的万科金色家园,主要涉及对该小区外立面出新和部分硬件更新改造。为

减少对居住社区的整体干扰,万科工程部特别研究了出新方案,整个工程将在三年内分三期,每年安排2-3个月合理和固定的时间进行施工改造。今年的重点工作是金色家园一期外立面出新,及脱落外墙涂料修缮。

南京万科其他项目由于交付时间较短,目前还未到出新阶段,今年暂时没有纳入。

老盘出新为品牌形象加分

在限购等楼市调控措施之下,房地产已经进入了比拼品质时代,如何用好仅有的购房机会尤为重要。不仅拼房屋质量、地段,更要比拼开发商的物业服务、售后服务、居住品质感。业内人士认为,万科此次推出的“千万工程”看似贴钱,其实是为万科品牌加分,让业主口碑相传万科品牌,更加热爱万科创建的社区生活。

业界相关人士表示,万科不仅为自己赢得了好口碑,为前期业主物业保值增值,而且还将让这些小区成为城市一道亮丽的风景线,成为南京高端社区典范。

苏宁睿城三期完美细节彰显品质飞跃

高端住宅,它不仅是钢筋水泥的构建,更是代表一种舒适的生活。走进苏宁睿城,点滴细节逐一渗透着设计师的匠心与恪守,亦彰显出苏宁睿城对于生活品质的高度追求。

精湛工艺与完美品质的碰撞

从规划概念的提出,到设计风格的确定、平面构造的反复修改与论证,苏宁睿城经历千锤百炼,铸就出卓越不凡的精品。

走近苏宁睿城,首先映入眼帘的便是香槟金色外立面——璀璨的金色配合铝板、干挂石材所散发出的天然之美,色调柔和近人,整体结构堪称完美精湛。苏宁睿城每一个细节都精雕

细琢,遵循整体设计理念,以求达到局部与整体的浑然一体。每一层层高的拓展,提升了整个居室的气势;卫生间采用满窗;入户门摒弃以往的母子双层门,提升入户尊崇感;“全景观建筑”理念贯穿始终,以全冠移植的手法打造自然环境……

主卧套房舒适空间 呵护私家生活

苏宁睿城三期新房源包含约134.5-216㎡的全功能三房、奢适四房等多种户型。大户型三房、四房运用创新的奢华主卧套房户型设计,突出主卧的超大空间尺度。主卧自带步入衣帽间、书房和卫生间,让主人在私人空间里尽享尊贵与舒适。同时,三

房以上户型的向阳设计在处理上也体贴独到,至少有两个卧室向阳,让业主在自然暖阳中,享受明亮、通透的惬意生活。

在户型设计上,苏宁睿城三期将品质标准诠释得淋漓尽致,遵循实用与舒适兼顾的原则,并将这种理念贯穿到装饰、设计等诸多细节之中,体现了苏宁睿城的建筑诚意。

见微知著,苏宁睿城每一个精研细节都是一面镜子,从每一道折射出的光束中都可能瞥见高端住宅的内涵。

【项目信息】

7月,苏宁睿城一期景观即将实景绽放,届时三期样板间亦同步开放,成就城中最具性价比的“终极置业产品”,目前现场接受VIP客户预约中。

鼓北财智广场引爆中央门投资新热点

如今,城市之中优质商业地产项目也随着市场的炽热而日趋火爆。金盛倾力打造的鼓北财智广场项目,因其卓越的商业地段和商圈优势,强大的品牌影响力所带来的稳固商业保值增值力,成为南京商业地产市场中的一大财富磁场。

中央门商圈为城北老牌商圈,商业面积超过100万平方米,平均每天客流量约30万人次,商品成交额达100多亿,形成天然的财富汇流盆地,大大降低商铺投资风险。处于其核心区域的老牌商业金桥、南京商厦等正是借老牌商圈的成熟性,占据中央门商业龙头地位。

为打造全新的城北商业中心,下关区政府和相关企业将在青奥会前联手投入38.8亿元,其



中商贸设施建设投资将达25亿元。主要以建宁路区域为主,对中央门地区进行新一轮提档升级,打造中央门商务商贸集聚区,和燕路西延、建宁路快速化改造等多个配套工程即将启动,道路的拓宽和延长必然吸纳更多的优质商业配套聚焦中央门,整体提升中央门商圈的档次和价值。

中央门商圈以长途车站为

核心,分为三级,商铺价值依次逐级递减。金盛鼓北财智广场北临建宁路,南临护城河,位居中央门商圈一级核心位置;南可衔接新街口CBD,北可与下关区的“南京外滩”近距离互动,实力抢占新兴商圈制高点。

40-60平方米独立产权融金旺铺,百万以内就可享受主城稀缺财富资源,12%的年收益引领全民投资风潮。

金地自在城2011造就幸福居住梦想

6月10日14点,“2011南京,你幸福了吗?”——金地自在城2011幸福人居高峰论坛”举行,各方专家学者于金地自在城共话新时代下南京人的幸福困惑与解决方案。

“2011南京,你幸福了吗?”这一设问使得备受热议的“幸福”话题与房地产擦出奇妙的火花。江苏省社科院社会学组副组长徐琴表示:“中国20多年房地产业的发展经历了四个时代,一是造房时代,只是造房子

给你住;第二是造园时代,注重小区硬环境;第三是造城时代;现在我们正在从造城走向造梦时代,就是幸福生活梦。房地产项目实际上承载着现代都市人全部的幸福梦想,好的项目在实践中让那些梦想落地。”

为此金地集团提出“全生命周期解决方案”,打造完善配套,满足儿童到老人的生活需求。以金地自在城优贤公馆为例,该项目以中国最大莲花湖公园带来的星级环境、名校小学小

学、贝街幼教带来的星级教育、地铁8号线与5条连城捷径带来的星级交通、一级资质金地物业等,铸就主城七星级国际住区。在缔造幸福人居外,金地集团同样关注需要幸福的群体。面对贫困儿童,金地自在城在新浪微博号召网友“传递爱心”,每转发一次活动微博,金地即向贫困儿童捐助1元物资。

2011南京,幸福已经启程,金地自在城幸福人居产品——优贤公馆,72-142平方米2+1,3+1灵动房型,星级样板间现已公开,敬请关注。

碧桂园·欧洲城 挑战江北楼市

与南京市中心的楼盘相比,价格和规模向来是江北板块的优势。但是近期有专家表示,江北板块各大楼盘的这些优势可能会遭到即将面世的碧桂园·欧洲城的挑战。

南京西罕见配套对抗江北市场

于5月15日开盘的碧桂园·凤凰城,开盘首日迎来万人抢购风潮,当天销售近2000套房源;6月5日,碧桂园·凤凰城加推千套房源,热销势头不减,与此形成强烈对比的是,江北某些盘开始采取大幅降价和各类优惠措施吸引购房者。有开发商将单价降至最低7300元/平米起售,相较3月份8800元/平米的均价降了1500元/平方米。

可见,碧桂园“好房子”的优势在持续占据楼市上风。沿袭碧桂园“老百姓买得起的好房子”的追求,碧桂园为宁滁两座城市打造的第二座大城社区——碧桂园·欧洲城即将亮相,该项目距江北浦口约20公里,碧桂园与江北楼市新的一战显然已不可避免。

碧桂园·欧洲城地处南京西,在城市半径外延逐渐扩大的今天,作为经济发展势头强劲的南京城西,与南京市中心的融合也越来越紧密。此外,江北楼盘向来以大盘为著,除了单次推盘数量“大”,较为齐全的配套也是被称为“大”盘的原因之一。对于碧桂园来说,快速开发、配套先行是一贯的开发模式,这一点于它在全国的八十多个项目包括南京东的碧桂园·凤凰城

都可以看出。据悉,碧桂园·欧洲城项目社区内建有五星级标准酒店,还规划建设有3万平方米的大型商业体,社区交通中心等,而这些在江北板块乃至整个南京市都是很少见的。

发达交通网拉近与市中心距离

与江北楼盘一样,碧桂园·欧洲城位于南京城西,项目附近区域交通网络的发达进一步推进了该地区与南京市中心的发展,拉近了项目与市中心的距离。

碧桂园·欧洲城项目门口紧邻宁滁快速通道,其中滁洲段约20公里已顺利通车,南京段约17公里已启动前期工作,政府部门表示将在2012年底实现通车,届时将直接连接长江隧道,快速到达南京主城。预计全程无红绿灯的宁滁快速通道全线贯通后,从碧桂园·欧洲城到达南京奥体中心的车程可由现在约40分钟缩减到约20多分钟。

除了现已通车的纬七路过江隧道外,还有两条路线可快速抵达南京市区,一是经浦珠路上长江大桥到达南京市区,二是在浦口永宁镇转宁连高速经三桥抵达市区。此外,正在建设的南京地铁10号线从南京主城区一直延伸到浦口区,连接位于项目附近的工业大学站。而正在规划江北区域内轻轨与南京西滁州轻轨实现对接,建成后大大拉近滁州与南京市中心的距离。

罗兰香谷绽放 善居计划启动

2011年6月18日,保利地产“善居计划”产品解析会暨保利罗兰香谷营销中心开放仪式正式举行。业界期待已久的保利罗兰香谷营销中心向外界揭开了神秘面纱,在开发仪式上,保利地产推出的专为南京首次置业、首次改善人群量身打造的“和基金善居计划”,更是引发了全场轰动。

2010年,尊重南京城市气质并根植于自身品牌优势,保利地产东西并举,推出了河西香榭国际、城东紫晶山两大高端项目,开启了南京文化居住的新时代,充分展现了人文地产艺术筑城的璀璨魅力与强劲实力。截至2010年底,两盘最终实现销售额突破35亿元,保利地产也藉此成为南京楼市最耀眼的明星。

2011年,在已经铸就南京专业级高端住宅开发商的市场形象后,保利地产毅然进行产品线扩展,计划陆续推出罗兰香谷和梧桐语两个项目,与在售项目形成覆盖河西CBD、城东紫金山、仙林大学城和江宁大学城的“东富西贵”、“南北学院派”四盘齐发的大格局,为继续深耕南京奠定坚实基础。

本次罗兰香谷售楼中心的开放,意味着此战略举措进入落实期,让早就对保利品牌心仪不已的客户有了亲身入住保利社区的机会。而伴随着罗兰香谷、梧桐语项目入市,保利地产的“善居计划”必然将在南京地产史上写下浓墨重彩的一笔,开创南京青年置业的新元年。(杜磊)

滨江航母升级 世茂二期精装起航

滨江板块中,聚集着世茂、锋尚、天正等高端住宅,目前体量最大的就是世茂外滩新城二期,该项目何时亮相?将打造什么样的产品?答案备受业内关注。

近期记者探访获悉,沉寂多时的世茂外滩新城二期将于今年10月份重装上市,率先推出的是6号楼。“二期将有个质的飞跃,不管是景观设计,还是户型、用材,都将有大幅度的提升,同时无论是项目内部景观规划还是外部配套设施设置,相比一期都有全方位的升级。”该项目负责人向记者透露,“世茂外滩新城二期以高品质精装修为主,装修标准会高于市场上其他知名项目,也希望通过世茂滨江二期的全方位升级,再度打响世茂品牌,能够给南京市民带来大惊喜。”

另获悉,南京世茂已经正式携手国际知名品牌希尔顿酒店,即将推出世茂·滨江希尔顿大酒店,填补了滨江板块缺乏知名酒店的空白。

商业配套的缺乏,一直是滨江板块的遗憾,而世茂带来的命名为“世茂·

外滩99”世茂滨江商业综合体项目,将于今年10月份左右向全球招商。该商业综合体将着力打造成南京前所未有的外滩公馆式商业群落,目前正在引入的有定位高端的世茂3D影院、“乐乐园”儿童亲子乐园等。

在南京地图上,很容易找到这块形似一艘航母的土地,在这块土地上,南京世茂已经细细耕耘了8年,世茂滨江新城一期以前所未有的恢弘气势揭开了南京滨江发展的新篇章。

在南京市的规划图上,滨江板块江岸线长约10公里,居于南京长江岸线的核心段,具有独一无二的江、山、城紧密相依的空间布局。自2003年滨江大道开工之后,该地区的面貌日新月异,政府对于南京滨江板块的概念规划逐步成为现实。宝善地块则是整个滨江板块规划的重点,世茂滨江新城成为南京滨江开发的点睛之笔,它将大力提升滨江开发的水平和档次,吸纳更多的高层次、高消费的人群,带动整个片区的腾飞。(胡海强)

通宇地产红酒品鉴会完美落幕

父爱如久酿的红酒,善藏岁月的积淀,品正而醇厚。6月19日父亲节,通宇地产在林景雅园售楼处举办了父亲节红酒品鉴交流活动,品读如红酒般醇厚的父爱味道。

下午2点,60位业主及家眷齐聚雅园售楼处,公司销售经理代表通宇地产向在场的父亲致以节日的问候。2点半,红酒品鉴会正式开始,国内知名酒庄的资深品酒师即刻带领业主进入了

葡萄酒的世界。品酒师首先就此次品鉴的四款酒类进行了详细介绍,业主们跟着品酒师一起把酒言欢,在觥筹交错中优雅地领略了四款酒不同的特性与韵味。抽奖环节有二位幸运的业主抽中德国贵族冰甜白葡萄酒。

到场的业主们在活动结束后,纷纷向置业顾问咨询最新的车位销售政策,还有不少在帮朋友打听11幢双景观三房剩余房源。