



PLEASANT BAY

善水湾花园

7月30日,南京市国土局挂出的一幅城南地块的地价颠覆了很多人对城南作为主城房价洼地的看法。这幅位于雨花台区软件谷的No.2014G46地块,起拍楼面价已高达11579元/㎡,最高限价为16789元/㎡,不仅催生了更多人想安家城南,也让市场重新审视起城南区域的发展与未来。

地价欲超房价 城南增值预期高涨

No.2014G46地块11579元/㎡的起拍楼面价已基本与同区域建发善水湾在售房源12864元/㎡起的价格相差无几。即使仅按起拍价成交,后期加上各类成本,该

城南地价欲超房价 善水湾准现房应需加推

地块未来房价至少达到18000元/㎡。区域代表项目建发善水湾在4月、6月两度加推后仍供不应求。房源面积从86、88、118到132、143㎡不等,或宽敞舒适或配有附赠性价比极高,满足不同家庭所需。

双名校全配套 雨花实幼9月开园

对比此前“空窗期”,目前城南在售楼盘选择相对充裕。建发善水湾以其全能全配套的综合优势及主城高性价比,在今年持续热销,4月开盘当日日光,6月底开盘热销9成。伴随着一期交付,商业街招商启动及雨花实幼善水湾分园交付,越来越完善的善水湾吸引了更多年轻刚需及换房者,能、宜居、便捷是客户对善水湾的总体感受。出了小区大门苏果超市、农贸市场、医院、银行、药店、商业街等一应俱全,

小区自建的3万㎡商业好街坊也正在招商中,交通上186、94路公交车就在小区门口,自驾20多分钟就能到新街口。最重要的是作为拥有雨花实幼、实小两所公办名校的学区房,雨花实幼善水湾分园现已交付,今年9月份即将开园,已入住的一期业主子女即将成为首批入园的小朋友,即刻兑现教育承诺,全无后顾之忧。

准现房优户型 9个月拿新房

据悉,此次善水湾除高层景观楼王外,还有11层小高层房源,公摊面积少,得房率近90%。此次加推的房源大部分都是86㎡、88㎡、86㎡全南向户型拥有横跨主卧与客厅的超大阳台,后期可随心改为书房、花房、储物间等,空间丝毫不浪费。88㎡南北通透两房尺度舒适,客餐厅一体面

积高达26㎡,保证了活动空间足够宽敞,南北双阳台设计明亮实用,北向工作阳台可用来摆放洗衣机或隔成储藏间,解决收纳难题,很适合新婚的年轻人。善水湾此批加推房源都将于明年4月份交付,准现房不仅能看到实实在在的产品,更缩短了在外过渡的时间与成本,在同区域各楼盘中比较,早一年多交付,至少可以省下3—5万元在外租房的花销,非常适合急于拿房的家庭。(杜磊)

85815959
85816060



置业动态

山湖大境私享清凉

几天前,12号台风“娜基莉”只是在江苏东部洋面上徘徊,就迎来了南京的狂风大作和间歇性的大雨天气,人们也感受到了中伏天难得的“清凉”。现在阳光再度热烈起来,高烧天的感觉重新袭来。此时离开人口密集的主城,于仙林以东寻一清凉之地,则是个不错的选择。

放眼南京周边,自然环境最为得天独厚的是仙林东,这里不仅有“林麓之美,峰峦之秀,洞壑之深,烟霞之胜”的天然氧吧、4A级森林风景区宝华山,还有“金陵第一明秀山”栖霞山。另外,因温泉而著名的汤山也在这里,如此多的自然美景,当然是远离城市热岛的上佳之选。作为仙林东楼盘标杆的恒大雅苑东临宝华山风景区、西靠栖霞山风景区,仙林湖湿地公园也近在咫尺。可谓占尽了自然景观优势,无论是闲暇游玩或是推窗眺景,都别有一番滋味。

据悉,恒大雅苑的内部景观让人眼前一亮,仅三期的规划绿化面积就逾60000平方米,不仅有各色名贵树种遮阳,还有奇花异卉送来芬芳。此外,46%的超大绿化比例、欧式皇家标准的园林设计,内湖、叠水、小品景观等系列时尚元素巧妙结合,无不显示出开发者的极致用心。另外,130米超宽的楼距和户户观景的户型设计,放眼南京也十分罕见。(威海芳)

金陵湾2小时狂销7亿

8月3日,恒盛·金陵湾开盘,在开售短短2小时内创下7亿销售成绩,95—125㎡户型受热抢。“金陵湾的地段非常好,不仅处于市中心,同时周边配套也特别齐全。尤其是我们家的小朋友快到上学的年龄,对口学校——树人学校附小和树人中学这几年教学成绩突出,会让我们对孩子教育放心很多。”现场一位购房者表示。

地段成熟配套、树人学区以及精工品质是不少购房者决定选择金陵湾的重要因素。金陵湾选址市政规划核心领域——鼓楼滨江,领御江景与城心两大非凡资源,可快速直达新街口、龙江商圈,商业、超市、银行、医疗等配套一应俱全,从容尽享醇熟生活。同时,三汊河人行桥,已正式通车的江东快速通道、即将完工的轨交4号线、正在建设中的纬三路过江隧道更进一步加强与主城联系,在项目周边形成立体化交通路网。

另悉,金陵湾融汇了住宅、商业和会所等多种物业形态,体量达55万,95—125㎡全明户型,高品质、臻精工,全明户型设计与宽敞空间排布,尽最大可能满足大多数人的居住需求,社区内配备繁华商业与私人会所服务,引进独具匠心的ArtDeco装饰主义与都市主义园林风格特色,打造主城区品质卓越的人居聚焦点。(杜磊)

置业理财

滁州1912为普通市民塑像 理财铺王年化收益率16%受南京人追捧

“香蕉……糖、薄荷……糖”,这句字正腔圆的吆喝声70多年来一直回荡在滁州城的各个角落,只要听到这熟悉的吆喝声,滁州人就知道卖香蕉糖和薄荷糖的张大爷要来了。8月7日,以张家第四代传人张志忠为原型的铜像雕塑出现在滁州1912街头,引发了包括滁州、安徽乃至国家级媒体纷纷报道,作为张志忠的遗孀,吴秀兰说:“报纸、电视,好多家单位都来采访过了,今天我才知道雕塑是1912公司做的。”

滁州1912大手笔 欲为城市留下“永续的传奇”

“雕塑陈列只是街区无数建设计划之一,我们只是尽己所能给予这座城市和居民最大的尊重。这尊雕塑能得到当地人和媒体如此肯定,也是我们意料之外的。”滁州1912的相关负责人介绍说。

据悉,滁州1912总投资12亿,其中用在雕塑、景观、灯光方面的投入超出4000万元。相关负责人表示:“1912的定位是城市客厅、文化名片,我们要对得起这个称号。此外滁州人把他们最宝贵的地段——老市委大院委托给我们,我们也要对得起他们的信任,一个公司在追求商业利益的同时,要承担它应该肩负的社会责任,这样的商业才能得人心,才能持久。”

据悉,滁州1912拟于今年开街,国内外上百家知名品牌商家都已确定进驻,目前很多家已投入装修,为开业做最后阶段的准备和排练。

“特别推荐的是我们的儿童乐园,面积8000多平米,是目前华东最大的儿童中心。除此以外还有购物中心、酒店、电

影院等,未来南京人会在这里见到一个升级版的1912。”相关负责人告诉记者。

首付仅需10余万 一线品牌帮你赚16%年化收益

随着滁州1912的逐渐完善以及开业日期的临近,其在售的产权理财金铺也越发炙手可热。

与动辄100万—200万一套的普通商铺相比,滁州1912的商铺总价多在30万左右,优势明显之余,开发商还进一步降低了首付门槛。以一套总价30万的房源为例,购房者最低只要首付11.4万就可以购得,并且在返租的前10年可以按30万投资额享受每年8%的租金收益。第10年时,购房者若选择继续持有,则以实际租金的90%收取租金;购房者如果选择按30万的价格卖给滁州1912,则算下来的资金年化收益率能达到16%,远高于市场上在售的大多数理财产品。“我只要付个10来万首付,到时候靠一线品牌帮我赚到收益就好了。”购房者王先生觉得这样的投资轻松又划算。

在价格和租金收益优势的基础上,滁州1912还占据了滁州老市委这样的

核心地段,并且成功实现了国际知名品牌的招商,如今随着越来越多不同业态和街区结构的日趋完善,越来越多的人意识到滁州1912的价值以及投资前景。“现在地段、品牌、运营以及街区全景基本都已经呈现出来了,购房者可以眼见为实,买得更放心。”置业顾问认为,现在产品的热销与街区的日益成熟不无关系。

独家优惠

凡现代快报读者,下定即可享独家特别优惠及精美礼品一份;

您可乘坐现代快报周末免费看房车前往售楼处,或自驾前往(自驾读者可享受交通补贴)。

24小时报名热线
96060

房企探路

朗诗绿色地产首尝小股操盘模式

7月29日,朗诗绿色地产发布公告称,公司间接全资附属公司南京朗铭房地产开发有限公司,联合苏州科技城科新文化旅游发展有限公司,以2.68亿元人民币成功竞得一幅位于苏州市高新区的土地。据悉,此次拿地方式有别以往模式,竟地之前双方已确定合作内容:南京朗铭占该项目20%股份,苏州科技城科新文化旅游发展有限公司则占该项目80%股份。此外,朗诗将受该地块项目公司委托,负责该项目的开发管理,并向该项目公司收取相关的开发管理费、技术系统咨询费、品牌使用费等。

据了解,这是朗诗首次尝试小股操盘的合作形式,也是朗诗迈向轻资产运营的重要一步,对于朗诗在当前下行的

市场环境分散投资风险、利用自身产品技术和开发管理能力实现股权收益外的额外盈利、拓展全国市场均具有积极意义。

中国房地产高速发展的“黄金十年”落幕已是业界共识,朗诗集团董事长田明表示,房地产行业将迎来一波三年左右的下行调整周期,行业会发生显著的调整和洗牌,“小股操盘,是朗诗基于对中国房地产市场形势中长期的判断,以及朗诗集团自身禀赋条件的变化,而做出的战略尝试”。

针对今年以来这一波市场下滑调整,朗诗提出了“资产轻量化、盈利多样化”的应对策略。据田明介绍,朗诗首先会在更多自有项目上引入开发商、金融

机构等股权合作伙伴,或参股其他开发商项目;其次,利用朗诗独特的产品技术特色,大力开展小股操盘业务,既占有项目公司低于30%的权益,同时为该项目提供项目开发管理、技术和品牌输出等服务;第三,开展代建、定制、技术服务等轻资产业务。

除了应对潜在长下行周期的影响,朗诗集团作为专注绿色科技地产十余年的房企,具有差异化产品技术优势和显著高于竞争对手的溢价能力,小股操盘、合作开发等经营策略的实施,也可能为扎根长江流域的朗诗打开南北方市场。“这些举措既是短期形势的应对,也是我们面向未来的战略转型升级。”田明表示。(威海芳)