

# 和谐社会需要企业公民 首届杭州房地产企业公民活动火热启动

购买房产,对于大多数人而言,是一辈子的事情。人们买一所房子,如同女孩子嫁出去,要考虑它本身的实力:有没有一流学府的学历、努力奋斗的经历、做事的责任心、用情是否专一。或者他拥有巨大的潜力,让你如同对一个领袖,投下信任的一票。房产企业越来越多地开始像是一个个人,一个社会的公民。

品牌魅力变成了企业自身的独特性格。于是,你可以说,这家房产公司是外放的,大气的,那家房产公司是内敛的,低调的。人们在买房时也自然而然地开始注意到了企业的性格,“企业公民”的概念由此而生。由《城市假日》周刊联合中国房地产业协会、中国地产经济联盟共同发起的“2006中国地产

16年年度推介暨首届杭州房地产企业公民活动”正式启动。

对于“企业公民”这个词,很多人不是很清楚它的含义,实际上,“企业公民”说的就是企业的社会责任。企业公民对于中国企业界来说是一个相对陌生的名词,但与此相关的理念早已深入人心,并被广泛应用到环境保护、科技研发、政策制定;100名销售人员对于员工安全计划、升迁机会、培训机会多方面的打分等推介方式评选出杭州的“企业公民”,并于11月组织去北京人民大会堂领奖,本报也将作全程相关报道。



组委会咨询电话:85310494



● 房产资讯

## 回眸9月杭城楼市 高低价楼盘各显其能

已是金秋十月,不免想回顾一下9月份的杭城楼市。房博会的召开给房产界的“金九银十”注入了很多新的能量,使得9月杭城房地产市场表现大幅好转,住宅成交量达到2064套。虽然成交上没有达到火爆的程度,但依然呈现出热闹的势头,区域和价格依然是影响成交量的最大因素。性价比合理、地段稀缺、优势明显……这样的楼盘异常吸引买家。

根据杭州透明售房系统(不包括写字楼、商铺)9月份的数据显示,滨江区块牢牢坐在冠军宝座,三墩、城北和城西也毫不示弱,紧跟其后。而对于不同区域的房子,由于物业、价格等因素的差异,市场机会各不相同,不同价位的楼盘有着不同的销售市场,并有着各自的“实力代表”。

### 9月份表现良好的高价楼盘代表

■ **滨江·金色海岸 钱江新城核心区精装江景齐全**  
高层精装修江景豪宅,销售情况不错,12套的成交量对于这样一个均价突破2万元/平方米的楼盘而言当令人刮目。

■ **丁香公寓 周边自然景观丰富**  
该楼盘地段优势显著,不仅紧靠黄龙商务区,而且距离武林商圈及西湖风景区都比较近,是市区不可多得的高档公寓之一。

■ **银马公寓 坐拥稀缺学院地块**  
9新开楼盘的学院地块中产品设计与规划最为出色的楼盘,定位明确,品牌传承。160套的成交量在全部热销楼盘中名列前茅,可谓近期难得一见的高档楼盘畅销局面。

### 9月份销售明星低价楼盘代表

■ **倾城之恋 口碑赢得市场认同**  
倾城之恋的成功要归功于其项目自有的品质和理性、准确的价格定位及快速的市场出货策略,使其在一波市场中得到了大比例的消化,树立了较好的市场形象和口碑,从而使其在后续尾盘中得以顺利收官。

■ **美林湾 户型设计有得一拼**  
在这群雄纷争市场的季节,针对目前杭州市场刚性需求客户心理准确认识,美林湾以相对较低低于90平方米的市场空缺户型来拉动市场,从而得到较大一部分首次置业和新婚夫妻置业消费者的认同。

■ **风雅钱塘 区域价值一路看好**  
作为与倾城之恋隔路对望的楼盘,风雅钱塘9月份的市场销售主要得益于9月份房博会带动整体市场、区域周边楼盘带动以及自身楼盘价值认同。9月份成交70套,较8月份有了2位上升。

■ **海天城 低价极具吸引力**  
9月份房博会海天城推出400套左右较大体量的新房源,外加项目自身优惠促销,给项目带来一定量的销售。在下沙副城整体市场前景的催熟大势下,海天城4672元/平方米的市场均价对市场仍有较大的吸引力。

■ **亿城嘉园 城区概念深得人心**  
作为主城区概念难得的低价楼盘,亿城嘉园本身有着较大市场竞争力,依托城北主城区概念、未来规划前景、相对中低价位入市,对于希望居住主城区的中低购买力者而言有着较大的市场吸引力。

文/陈丽丽

## 晓庐:创新的“精舍”

——金基置业营销本部经理陈泓访谈



### ◎ 热盘链接

**楼盘名称:**金基·晓庐  
**楼盘区域:**江干区钱江新城椒江路和富春江路的交界处,江干文体中心对面  
**物业类别:**公寓  
**楼盘介绍:**金基·晓庐位于杭州CBD钱江新城的核心地段,临近钱塘江与京杭大运河交汇口,地处钱江路以南,椒江路以东,富春江路以北,和江干文体中心隔路相望。总建筑面积约30万平方米,园区总占地面积约7.8万余平方米。9栋27-33层的高层住宅呈莲花状展开。

纽约的曼哈顿、东京的银座、法国的拉德方斯,每个人都会选择让自己沉淀下来的城市。当国际化潮流撞击西子湖的古文明时,你在哪里?

“金基·晓庐是人性化的,她应该代表着一群人。他们在国际化进程中成长起来,有较高的文化修养和品味,追求优雅的生活品质。晓庐风格是对杭州国际化生活的一种探索和实践。”金基置业营销本部经理陈泓的这番话意味深长。

### 法国建筑的简约 在这里体现

近年来经济的飞速发展,人们处在一种浮躁的生活氛围中。同时这也反映到建筑上来,喜欢用标新立异的建筑来吸引眼球,吸引市场。我个人认为,要想保持建筑的持久性,还是要回归到理性的建筑上来。

从这样一种理念来说,金基·晓庐在定位之初就在探讨如何将内在功能通过建筑的外在形式表达出来。金基·晓庐地处新城CBD区域,建筑的特征应该与中央办公区的现代气息相合映。我们取法国兴起的早期现实主义为模型,它基本上没有多余的装饰与多余的建筑手法,比较注重人性

化的设计和实用舒适度。她代表了时代的追求,打造一个城市建筑要更多地从理性出发。

### 好建筑的生命力 是有超越性的

普通人在大城市买一套房子往往都需要通过多年的努力和奋斗,所以开发商要有很强的责任感和前瞻性,好建筑的生命力不是流行几年,而是超越性的。陈泓认为,开发商要拥有三种能力:强烈的责任感、高度的艺术文化修养和对资源的整合能力。

我们在做规划方案时,为的就是追求建筑的典雅和高贵。经过多领域专家的验证,最终选择了莲花意象方案,莲花总平布局,整个社区像花开般自然舒展。其规划设计,摆脱了地块边界线的常识困扰,以最大限度让每一户拥有南向朝向和享有公园景观、江景。莲花意象方案来自于莫奈的绘画。为什么19世纪的创作,我们至今还在观摩学习?因为这些艺术大师他们把艺术眼光提前了50年、100年,跨越了一个时代

来看社会。作为项目的决策者,在审核建筑方案时,要有艺术大师的远见。我们的建筑不能今天住、明天就不住了,我们的房子要住100年。

### 追求每一个细节的完美

“现在这个社会,人们对事物的判断都很理性。一个商品,它到底适不适合我,我愿意付多少钱?在同样的价格下比质量,在同样的质量下比价格。”陈泓告诉记者,庐者,精舍也;“精”,就是高性价比、高品味、气质化。在户型的定位上,为做到集约性合理性,我们在技术层面上做了创新,并且把一份可观的价值让给客户。在保证各个功能间开间尺寸不变的情况下,金基·晓庐的三房两厅是130㎡左右,面积比同类楼盘小10-20㎡。金基·晓庐的集约型户型,探索的可能是以后高层户型必然的趋势,得到了社会各界人士的一致好评。同时,晓庐力图营造一种独特的“优雅进取”的现代人文气质:软的方面如案名、推广手法、展示中心;硬的方面如建筑立面、景观铺陈、细部雕琢,立

体、全方位呈现一个气质、人格化晓庐。晓庐如此,金基的1200余亩的别墅项目青山山居亦将足可让人期待。

为了保证一流的品质,金基置业对开发过程中的每一个细节都力求完美。金基·晓庐是由国内住宅类排名第一的深圳华森设计院全程设计的,并聘请了世界排名第二的美国Gensler设计公司担任规划设计顾问;其他伙伴还有仲量联行,国际不动产咨询与物业管理先驱;高文安先生,香港室内设计之父;在施工单位、材料供应商的选择上,都力求最好。

访谈中,陈泓说道:“金基·晓庐作为金基置业的第一个孩子,我们将不惜用最好的材料,最大的代价,最大的努力去打造。”同时,我们也期待着:以最完美最高性价比的姿态呈现在世人面前的金基·晓庐,将会在钱江新城树立起一个具有杭州气质的国际样板生活社区。

文/厉睿