

香榭花园，一切都刚刚好

——访河南华景置业有限公司副总经理赵姜双



人物档案:赵姜双,2005年进入房地产行业,操盘项目包括银润中央广场、银润中央花园、洛阳国家大学科技园、香榭花园等,在房地产营销领域经验丰富、定位精准。

□记者 霍媛媛 文/图

华景置业 力争成为“区域内的洋房专家”

记者:华景置业怎么想到要打造香榭花园这样的楼盘?
赵姜双:华景置业跨度这么大,涉足高端住宅领域,具有里程碑意义。

打造香榭花园这个楼盘时,华景置业一直想要“跳出来”,希望针对洛阳追求相对高品质的高端购房者打造一批户型面积不大,又能充分兼顾别墅产品应有舒适度的产品,这种超前定位、设计,在当时填补了市场空白——华景置业虽然年轻,却有自己的追求,团队上下也有这样的共识。

记者:现在的购房者选

择开发商,非常看重其背景实力,华景置业在这方面有何优势?

赵姜双:华景置业,市民可能并不熟悉,其实,跟它同属天久集团的天久厨具早就跟市民的生活融为一体了。凭借卓越品质,天久厨具已成为宜家在亚洲不粘锅领域的最大供应商。这并非题外话,您想啊,对一口锅就如此用心的企业,在房子这件大事上,怎么能不倾注全部心血?

在这里,不妨透露华景置业的一个“小目标”——3年之内,成为区域内的洋房专家!

洛阳楼市 谁主沉浮“下半年见分晓”

记者:您对上半年的洛阳楼市有何看法?

赵姜双:今年上半年,洛阳楼市出现的这波房价上涨行情,主要原因无外乎房源供应紧张和刚需集中爆发,一句话,供需严重失衡,尤其是在洛龙区,房源几乎“见底”。

其实,别说普通购房者,就算房地产业内人士,对这波行情都始料未及。因为对比周边一二线城市,洛阳缺乏支撑更高房价水平的后劲——这波行情由刚需集中爆发带动,普通楼盘涨幅最明显,而刚需一族又对价格很敏感,

对原来每平方米五六千元的价格已经得“掂起脚尖”,目前的价格对他们来说,压力真的难以想象。

另一方面,从高端住宅市场看,不少楼盘都在“共享”同一批高端购房者,也就是说,在洛阳这样的三线城市,处于金字塔尖的购房者数量基数不大,而且他们非常看重产品品质。

因此,预计下半年,洛阳楼市将逐渐回归理性,有地段优势、产品品质高、市场口碑好的楼盘,将拥有更大话语权。

相关链接

香榭花园二期产品即将开盘,敬请期待。

香榭花园 让人感到“一切都刚刚好”

记者:如何理解香榭花园坚持的“不堆砌‘好硬件’,而铸就‘好生活’”?

赵姜双:“好生活”是有灵魂的。这个灵魂指什么?举个例子,张抗抗在《城市的标志》中说过:“也许有一天,树将成为城市的灵魂。”树是城市的标志,也是回家的路标,它会告诉你,家就要到了——香榭花园每家每户门前的花草树木连成了一个整体,但又独具个性、各不相同,这是香榭花园在打造景观园林时与众不同的思路,不停留在表面,能抵达心灵层面,也是它的灵魂所在。

购房者看到的那些硬件,大到会所及外立面,小到铝木门窗及家居智能电子显示屏,都是高端住宅的“标配”,那些看似不经意,却代表了归属感、安定感的灵魂设计,是真正的匠心所在,它们能在业主入住后两三年呈现蓬勃的生命力量,让人感到“一切都刚刚好”——香榭花园设计的前瞻性,便体现在这里。这,也是香榭花园花费巨资,积极寻求与绿城集团“御用”园林景观设计师黄国斌先生等业界大师合作的意义。

联信·熙园 营销中心、景观示范区开放

5月28日,位于定鼎北路与状元红路交叉口的联信·熙园营销中心、景观示范区开放,迎来了一批批热情的看房市民。

洛阳联信房地产开发有限公司总经理薛家谱在致辞时说,联信不惜重金,力邀龙湖“御用”景观设计团队重庆梵青,携手一级资质物管建业物业,只为给洛阳人打造品质人居,对得起洋房的定义和选择熙园洋房生活的每位业主!

在联信·熙园景观示范区,雾森系统过滤后的空气让人感觉清凉、舒适,雾气氤氲在水面上,一扫夏日炎热,蜿蜒的石径旁都是正在开花的植物,宛如公园中的赏花小径,不少到访者忍不住拿出手机拍照留念……

据悉,联信·熙园99平方米至212平方米墅感花院洋房即将入市,市民可前往营销中心品鉴。

(记者 霍媛媛 整理)



联信·熙园营销中心

只选晚报 置业海南

1988元 即可参加四天三晚看房之旅
夫妻双人巨惠 2988元

由《洛阳晚报》联合名楼科技推出的海南看房团,近期每周四都会发团,出团前一周交看房团费用即可参加。费用包含:1.往返经济舱机票、燃油附加费(以实际收费标准为准)、机票税;2.行程所列酒店住宿费用;3.行程所涉用餐费用;4.跟团游期间用车费用。

报名电话: 60688277、18137705863

上市房企热衷于 布局医教领域

□据 新华社

多家上市房企正从传统的住宅服务延展至教育、医养等多元化服务。擅长卖房赚“快钱”的开发商,缘何热衷于这些投资周期长、盈利前景不明朗的行业?

上海万科近日宣布启用独立教育品牌“德英乐”。上海万科副总经理、上海德英乐教育总经理许青川说,万科已从学校承建方成长为能够对外输出的教育品牌,将立足上海,辐射华东,迈向全国,力争成为从幼儿园到高三的教育服务商。

“万科教育从起初的民办复旦万科实验学校,到如今参与13所幼儿园及中小学的教育教学管理,形成了覆盖公办、民办及素质教育的完整业务体系。”万科集团董事会主席王石说。

碧桂园、阳光城、海亮地产等上市房企也都拥有独立教育品牌,有的还将教育板块拆分上市,如海亮地产和碧桂园的教育板块登陆美国资本市场。碧桂园以“名校+名盘”模式在全国拓展;阳光城深耕幼教领域,成立基金用于教育产业并购;保利、万达、金地、世茂、正荣也在尝试进入教育板块。

泰禾集团、绿地控股等上市房企直接向高校注资。泰禾去年10月向清华大学医学院捐赠2亿元,今年5月又向同济大学捐赠2亿元设立“同济大学泰禾医学发展基金”,用于支持同济大学医科高端人才引进、教学质量提升、科研平台建设、学生创新创业及国际化卓越医学人才培养。前不久,泰禾出资3亿元,向福州一中捐建现代书院,加强国学教育。

泰禾集团董事长黄其森表示,房地产进入存量时代,业主需求将逐渐转移至教育、医疗、文化等领域,这些领域后续增长潜力非常大。万科集团高级副总裁、万科上海区域首席执行官张海波表示,万科将依托地产核心业务发展教育、医养、城市更新等业务。

易居研究院智库中心研究总监严跃进认为,教育产业能为住宅和社区提高附加值,也能成为房企的利润增长点,开发商着力培育医疗、教育业务应是趋势。



关注“洛阳家 home”
微信公众号

地产新闻广告热线
13525924010