

2014金科幸福计划发布 200亿元打造四大“金科大社区” “金科好房子”演绎“里仁为美”



“里仁为美”出自《论语》。里，就是乡里，街坊邻居比什么都重要，处雅得雅，处仁得仁，处善得善。

4月17日，在金科地产品牌发布会暨2014金科幸福计划发布会上，对于预计投入200亿元的四大“金科大社区”，湖南金科总经理张勇并未大讲特讲，而对于金科打造“美善相随”的“邻里文化”却如数家珍，“金科股份所倡导的‘中华传统邻里文化’就是要把冷冰冰的房子营造成温暖的家。”



▲湖南金科总经理张勇。
▲4月17日，金科地产召开2014品牌发布会。

手记

幸福的眼泪

手捧失而复得的数万元，眼泪夺眶而出；探望为救自家火灾受伤的物业人员，眼泪夺眶而出……在发布会上播放的名为《幸福的眼泪》的VCR中，这样感动人的场景一再出现，令人感慨颇多：谁说如今的人际关系已经冰封。

“孟母三迁”是一个著名的为子择邻的故事，已经是耳熟能详。为了孟子的教育，孟母不断迁居，孟子也最终成了中国儒家文化中仅次于孔子的“亚圣”。孟母可能识字不多，但在教育下一代上却很明智，在她看来，人是会互相影响的。尤其是年轻人多跟品德高尚的人在一起，他的品德也会高尚。这种强调个人与群体融合并互动的思想内涵，正是中国文化传统的特色之一。

金科的好房子、好物业、好邻里完美地演绎了儒家文化中的“里仁为美”，在幸福的眼泪中，金科社区的业主们互相扶持，互相成就。

■三湘华声全媒体记者 李庆钢

四大幸福社区湖南绽放

在发布会上，张勇表示，2014年湖南金科将投资200亿元打造金科四大“幸福大社区”。在房地产业感到丝丝寒意的今天，金科股份的大手笔无疑令人感到振奋。

据张勇介绍，将于今年在湖南绽放的四大“金科幸福大社区”，分别以“商业”、“居住”、“度假”、“休闲”为主题，其中金科东城大社区，核心为位于星沙的金科·时代中心，定位于长沙东世界级城市共同体；金科西城大社区，定位为长沙西100万人商业中心，由金科·世界城以及金科·东方大院“缤纷里”组成；金科绿心大社区，核心是金科·山水洲，定位为世界级度假地；金科南城大社区，由郴州的金科·钻石山与金科城组成。

金科重新定义“好房子”

“通过好质量、好配套、好园林

构成的好房子，辅以最安全、最满意、最高转介率的好物业，再营造好贴心、好平台、好文化的金科邻里文化，金科股份重新定义了何谓‘好房子’。”谈起金科的“好房子”理念，张勇颇为自得。

37次荣获业界最高奖项“詹天佑大奖”；配置区域型集中商业，满足客户的一站式消费；首创渝派“生态化情景式”园林，一改园林“只看不用”的功能误区。

17年来，处理突发事件7152件，为业主挽回直接经济损失高达2033.85万元，业主整体满意度92.8%，如此最安全、最满意的物业，无疑令金科社区有了“老带新”客户成交量超过60%的最高转介率。

在好物业的包裹之中，则是金科的好邻里。4年，26场万人活动，超过20万业主参与；“金科邻里文化建设”案例甚至成为北京大学、清华大学社会学系教学及实践案例。

让业主“幸福一辈子”

在金科的邻里文化介绍中，有一个有趣的指标：“借盐率”。

“这是中国邻里文化研究中心提出的社区邻里关系衡量标准。”湖南金科营销总监宋涛指出。

金科股份在其社区内，举行种种活动，拉近了邻里之间的关系，邻里万人踏青游、邻里万人运动会、邻里万家宴……这些邻里活动令金科的“借盐率”达到了75.48%。

“我们金科社区中业主相互认识的比例达到90%。”宋涛表示。

在当日的发布会上，湖南金科发布了2014金科幸福计划的6大万人幸福活动：金科邻里万人踏青、金科邻里万人邻里节、金科邻里万人旅游季、金科邻里万人艺术节、金科邻里万人运动会、金科邻里万家宴。湖南金科开启全面幸福模式。

■三湘华声全媒体记者 李庆钢



股票代码 (000656)

金科地产连续六年蝉联中西部综合实力第一

金科好房子 幸福一辈子

GOOD HOUSE HAPPINESS

金科六盘 礼献湖湘



中国企业500强 | 中国地产品牌10强 | 股票代码 (000656)