

本报带你找寻长沙最美售楼部

您发现有意思的售楼部,可@三湘楼市部落或发至官方微信

售楼部如今已成为其所代表的项目的缩影,见微知著,售楼部的风格与项目风格多是一脉相承。在长沙这个创意与浪漫层出不穷的城市,因地制宜在百年工厂原址上改造的售楼部,具有异国风情可看到椰林、蓝天的售楼部,别出心裁直通项目腹地的售楼部……各具特色的营销中心,遍布在长沙的各个角落。

本周,本报记者带你逛长沙独具特色的售楼部。

最初的,便是最美的

无论是紫台1912Club,还是金域滨江百年历史大樟树,依据周边环境,将售楼部因地制宜地移植到周边,既保留了最初的味道,又玩出了新意。万科紫台在原长沙机床厂厂址上改造的复古售楼部;万科系告诉我们:最初的,便是最美的。

万科紫台:老厂房改成售楼部

驱车沿湘江南下,过猴子石大桥,远远便可看到一个红砖大烟囱,从容而肃穆的身影略显沧桑,却又写满工业文明的荣耀与骄傲,这里是原长沙机床厂旧址,如今,万科紫台依旧址改造成售楼中心。

“看到的已有百年历史”,是走入如今的“机床厂”最先看到的一句话,进入紫台1912Club,阳光从透明的玻璃屋顶倾泻而下,红砖墙如今默默地记录着紫台的历史,厂房内的管道、房梁毫不避讳地展露在来访者面前。

万科金域滨江:为百年古樟“牺牲”容积率

为了保留百年古樟,金域滨江建了一个3000㎡的古樟公园,向整座城市开放,并将项目售楼部顺势建在古樟旁边的小山坡上。在滨江新城的这3000㎡面积,是用牺牲自己的建筑体量和容积率换取来的城市历史。

115m、30m、15m,掩映在花丛里的指示牌指引着访客依小道而上,直至寻到一座棕色长方体独特结构的建筑,便是项目售楼部。不论是前台,还是会客厅,售楼部遍地可见原木元素,与“in the Forest(住在森林里)”理念紧紧相扣。

售楼部带你周游列国

白宫是美国的代表,牛津街尽显英伦范儿,椰林是东南亚的代名词,穿梭于长沙的大街小巷,不难发现一些国外建筑风格的售楼部,游走于售楼部便可带你走遍全世界不同风格建筑。

第六都:外形神似“白宫”

在长沙的芙蓉中路上,诺达的圆形广场被飘落的银杏叶装点得更富西方的浪漫色彩,一座白色的美式建筑坐落在广场的尽头,沿着一级级台阶而上,像是慢慢走向权力的制高点,外形神似“白宫”的第六都售楼部曾吸引不少想一睹白宫风采的市民前来参观。

细节处,香樟大道旁台柱的灯饰、雕琢的装饰品也可窥见第六都的美式风格。

万科白鹭郡:走“英伦风”

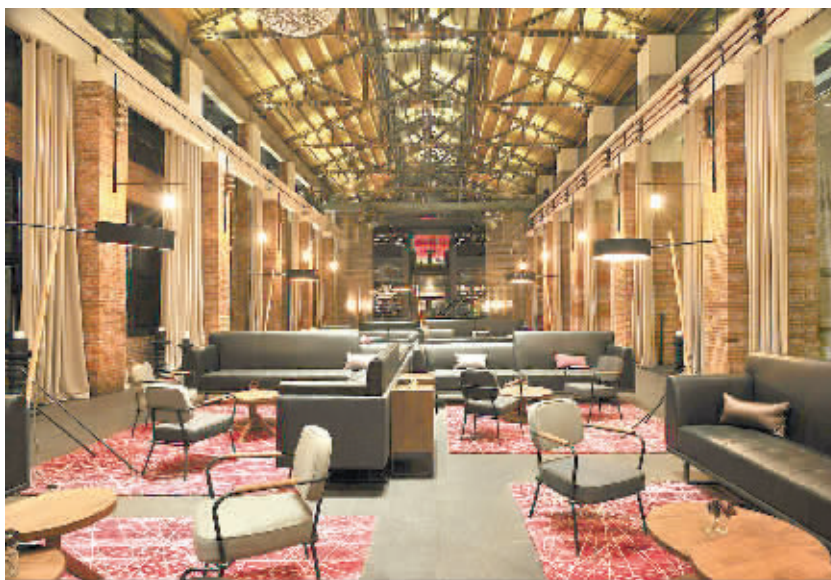
砖红色的外墙、高耸的钟楼、尖塔、雕塑、大窗户,在万科·白鹭郡营销中心,这些英国建筑风格的要素,是一样没少。

进入营销中心,用石块修葺而成的墙面格外引人注目,细节处,也是尽显欧式风情,暗色木质的桌椅凳,华丽璀璨的吊灯,巨型的拱门设计……

融科·东南海:主打东南亚风

生活在长沙,想欣赏清亮碧绿的海水和绵长平缓的沙滩,不得不乘着列车一路向南。

位于韶山路中段的融科·东南海“前海天地”,把极具东南亚滨海风情的景观搬到了营销中心内。全透明的玻璃让人在室内抬头即可看到蓝天,错落有致的木质小桥、郁郁葱葱的亚热带植物、蜿蜒的带状水景……问及将营销中心打造成东南亚风格的原因时,项目工作人员告诉记者是为了契合项目“滨海度假情景住区”的定位。



万科紫台1912Club保留了原机床厂的原貌。



站在落地窗前,梅溪湖全景一览无余。



椰林相伴,坐在售楼部便可享受东南亚风情。

有钱!任性!

从售楼部的会客厅可直达项目内部;站在售楼部的落地窗前梅溪湖全景一览无余;看似只有“巴掌大”的售楼部其实“别有洞天”,另有一番天地,那些花巨资打造的售楼部要多任性,就有多任性。

运达中央广场:别有洞天

运达中央广场售楼部的外墙全部由玻璃幕墙组装而成,很是壮观,步入售楼部,不少来访者可能会有极大的心理落差:里面怎么会那么小。

眼见不一定为实,看似面积不大的售楼部其实暗藏机关,别有洞天,当看似是一堵墙的感觉门缓缓打开,迎面而来看到的景象,正如运达中央广场项目定位于高端商业和高档精装修住宅一样,华丽的水晶吊灯、大理石地面,大气的装修风格尽显奢华。

佳兆业云顶梅溪湖:一窗观湖景

站在售楼中心落地窗前,静谧的湖景,葱茏的草木即刻映入眼帘,“感觉拉开窗帘,在家看到的就是这种美景。”想在梅溪湖买套房子的白领张丽丽站在窗前说。

售楼部里金属线条的座椅、充满英伦风情的吧台、艺术品的随意点缀都让来客感受到售楼部随处散发的艺术气息,这里可谓是“低调的奢华。”

■记者 桂思雨
实习记者 向竹筠

资讯

买房先试住,当代滨江MOMA推出“试住”活动

2013年至今,房地产市场风波不断,躺着赚钱的时代已经结束。在这场大洗盘的洪流中,开发商只有将购房者利益摆在首位,才能保证不被淘汰。

作为当代置业在长沙的精粹项目,从拿地之初,当代滨江MOMA就奉行“从人出发,以人为本”的理念。在选材上,从水泥钢筋到外墙干挂,层层把关、严格甄选;在居住上,采用白金汉宫、迪拜帆船酒店、中南海等建筑所使用的绿色科技系统,确保业主享受到四季如

春、安全私密的品质生活。

最贴近购房者心的,是当代滨江MOMA首创“买房先试住”,将“试衣”概念搬到项目,以交房标准打造“试住样板间”,专供客户提前感受居住在该项目的生活。

“因为我们真是好房子,所以我们敢搞试住。”对此次“试住”活动,当代滨江MOMA的负责人做出这样的解释。

在试住样板间体验后的客户李先生表示,“昨晚来住了一晚,最大的感觉就是这里不仅比开空调暖和,

室内空气也很好,要是我们家也这样,恐怕我这感冒早好了。”

据了解,12月18日到明年1月31日,当代滨江MOMA“买房先试住”活动正式对外招募试住员,致电88272777或到当代滨江MOMA营销中心报名,即可“试住”。项目按照五星酒店的标准,为试住客户提供整套服务,床上用品、洗浴用品等每天更换,并安排专门的物业管家进行服务,免费供应早餐、点心、水果等。

■实习记者 向竹筠

革新商机,金海马提出N2E电商模式

从以马云的阿里巴巴为代表的B2B模式,到以淘宝为代表的C2C模式,再到强调线上线下紧密结合的O2O模式,电商模式发展经历了数次变革创新,每次都有力地推动电商蓬勃发展。

任何一种商业模式都不能止步不前,未来电商模式的发展,要实现突破,首先要解决两大难题,一是消费者之间的互动转换成商业价值链;二是构建资源整合大平台。那么,如何突破?

据了解,目前国内家居流通业内龙头企业金海马率先提出全新的电商模式N2E(No boundary fis-sion e-business To Everyone)电商模式,将打通产品、服务、销售、消费相关价值链条,实现网络与实体无边融合,N2E的出现,或将掀起新一轮电商革命。

金海马商城执行总经理黄杰荣表示,“N2E本质是通过无边界的N2E平台,实现网络与实体无边融合。N2E电商模式强调‘每

一个人’的无边界互动,包括互动体验、互动社交、互动消费、互动销售、互动创业,每一个人就是流量产生点、消费点、销售点,这些点串联在一起就会产生巨大的商业价值。”

“大网络泛媒体时代,传统企业必须借助互联网提升经营水平和业绩收入。”中国电子企业协会主任林韩认为,N2E构成多维度社交电商体系,将为企业和行业提供参考和借鉴。

■实习记者 向竹筠

互动

哪些售楼部曾让你一见倾心?哪些售楼部曾勾起你的回忆?拍下你见过的特色售楼部,将照片发至“三湘楼市”微信公众号。



“重庆商业王”招商团队正式入湘

在重庆,若是提及商业地产,协信是不可避免的一个。作为重庆的商业地产界传奇,协信历经20年,不仅形成了稳定的“商住一体化”发展战略,并在商业地产领域逐步成长为“重庆商业地产之王”。

12月14日,滨江商业发展再迎大事件:协信·星澜大街“携手共赢未来”招商团队启动盛典于营销中心落幕,这意味着,来自“重庆商业王”的招商团队正式

入湘。

协信集团商业事业部商业营销部总监、协信旗下重庆润星商业管理有限公司副总经理李达表示,协信拥有丰富商业资源和强大运营管理能力,未来长沙协信项目将率专业商管团队对星澜大街进行统一的招商和运营。

“截至目前,星澜大街销售额已经突破3.5亿元,住宅销售额突破1.5亿元。”另一个好消息来自协信集

团长沙公司,营销总监杨鳌现场表示,3.5亿元商业业态的热销背后,是招商主力团队本着对投资者负责、和商家共赢的宗旨,星澜大街的“统一招商、统一推广”将会落到实处。

据悉,协信·星澜大街将重点关注餐饮、休闲等网络所无法替代的体验式商业,通过合理布局、优雅风格和环境,来匹配长沙消费者的生活习惯和品位。

■记者 刘婷