

# 沙河·堤亚纳湾8月8日开盘

这个夏天,在长沙主城,到哪里享受与清凉、浪漫、欢乐、惊喜有关的真正意义上的低碳生态湖居生活?8月8日,与沙河·堤亚纳湾相约长沙北二环内,600年楚家湖畔,赴一场心灵湖居的盛宴。

## 8月8日全球首发

8月8日开盘当天,“冠军PARTY”、“足球宝贝超级泳装秀”、“国际湖居白皮书发布仪式”、“抽3万元西班牙双人双飞游大奖”等活动将持续热烈上演,激情演绎一场关于长沙主城顶级湖墅的低碳生态湖居生活之旅。据悉,凡购叠墅即可享受“5万抵10万”的优惠,开盘当天叠墅选房活动同步开展,“湖上的日子”呈献

给每一位会享湖的人。

沙河·堤亚纳湾千亩湖居别墅气质,意在给客户一种亲近自然、充满健康活力的生活场景。自7月24日至25日贡多拉下水、“湖上印象”摄影季暨主题婚纱摄影展等活动,到此次“冠军PARTY”一系列低碳生态湖居活动,堤亚纳湾就是通过这样一次次无心见有心的活动,让每一位客户能够有享受回归自然居住的的雅兴。

## 湖岸美墅新品揽湖登临

长沙沙河水利投资置业有限公司副总经理王增扩介绍,继湖岸双拼、联排别墅3次认购、3次清零之后,8月8日开盘当天湖岸美墅新品——湖上叠墅举行公开选

房活动。此次别墅新品分“美地园墅”和“依云尚墅”两种类型的产品,面积约201㎡—213㎡,超大赠送空间,超高性价比;均带大车库、大露台、大阳台,有天有地有花园,观湖景观天下。

## 独享3.2公里湖岸线

据了解,被誉为“国际城市湖区物业”样板的沙河·堤亚纳湾,由深圳深业集团旗下沙河实业股份有限公司(股票代码:000014)精工打造。沙河·堤亚纳湾落子长沙大城北,于主城核心深藏350亩原生活水内湖,以双拼别墅、联排别墅、叠拼别墅等为主打产品,富集西班牙建筑风格、林、湖、水草和3.2公里湖岸线,实现对城市天然湖泊资源的

完全占有,藉此成为北二环内最大的内湖别墅群落,致力于将湖居文化推向世界高度。

## 大生态 大交通 大配套

显赫的主城区位、绝佳的生态环境和稀缺的资源配套,是沙河·堤亚纳湾作为城市别墅兼天然湖墅引以为傲的资本。“一江四河十湖”簇拥,生态公园群环抱,奢享长沙主城顶级生态圈;“四横六纵”路网、地铁1号线、新火车站、伍家岭商圈、两馆一厅等优越城市资源集聚,独揽大城北交通、商业、人文核心,形成15分钟高尚城市生活圈;星级双会所、双幼儿园、中小学、四栋商业街、百年古银杏、水上“贡多拉”码头,尽享悠然湖居生活。 ■记者 何小红

## 山东银滩海景房 低价空降长沙

近日,山东银滩海景房在长沙异地开盘,相对较低的价格、优美的居住环境,为长沙的消费者提供了一个不错的选择。

据了解,银滩海景房位于山东威海,属于温带海洋气候,夏季最高温度不超过28摄氏度,年平均温度13摄氏度,背山面海。被评为“4A级旅游度假区”,并且曾两次被联合国评为“人居奖”,是人类最适合居住的地方。

据悉,此次开盘的山东银滩海景房户型种类齐全,底价3400元/㎡起,面积从20平方米到130平方米。考虑到居住的季节性和度假性,采用精致的小户型,均采用全景飘窗,70平方米两房、110-130平方米三房,均可以满足度假、长期居住、投资置业等各种不同需求。除此之外,还有商铺、临海别墅可供选择,总房款18万起。产品均经过精装修,使住户能够拎包入住。

在两会期间,“山东半岛蓝色经济区”被纳入“十二五”规划和国家整体战略当中,根据规划,到2020年山东半岛蓝色经济区总投资将达到1.4万亿元,这些投资将率先拉动钢铁、基建、房地产等相关行业。在发展布局上对环山东半岛进行统一规划,共同发展。一系列的举措,将使山东半岛的房地产等相关行业受到积极影响,位于“山东半岛蓝色经济区”内的并且地处国家4A级度假区的银滩海景房升值潜力巨大。

■实习生 梁亦潇

## 明城·国际中心 开盘劲销2.4亿

7月31日,位于芙蓉中路定王台的明城·国际中心在项目紧邻的芙蓉国豪庭大酒店正式开盘。据悉,明城·国际中心开盘当日销售351套,成交金额达到2.4亿,解筹率高达75%,必将成为这个炎热夏季里最火热的楼市话题。

明城·国际中心是由明城集团斥巨资打造的超高层项目。位于芙蓉路与白沙路交汇处,紧邻定王台及长沙“金十字”芙蓉广场,项目主体为150.03米的超高层建筑,地上48层,地下4层,总建筑面积约为9万平方米,规划户数近1200户,商务公寓单套面积从43平方米到120平方米不等。

■邹缙平

## 元洲装饰 减碳行动启动

7月31日,素有中国家装航母之称的元洲装饰在长沙芙蓉国豪庭大酒店首个发布家装减碳目标——2010年持续减碳28.90%。据悉,元洲装饰为实现这一目标,共推出了12项具体减碳举措和40项标准施工规范;同时,以“绿屋环游,减碳中国”为主题的活动同步展开。

在低碳举措中,元洲装饰分别从照明用电、过外墙内保温工艺、地面线管保护、瓷砖薄贴法和石膏板轻质隔墙部分代替砌砖墙等方面减少碳排放量。

■记者 白娜

# 建发房产举行灾区儿童联谊会

7月31日晚,“建发房产之夜——青川湘心连心联谊晚会”在建发·西山汇景营销中心开幕,来自青、川、湘三地的灾区孩子与建发·西山汇景小业主们共同为我们奉献了一场精彩的演出。

晚会以青、川、湘的小朋友带来的大型诗歌朗诵《我有一个强大的祖国》拉开了序幕。在晚会最后,主办方为现场所有小朋友送上了精心准备的爱心书包。装满各种文具的书包表达了建发房产对小朋友们努力学习、健康成长的美好祝愿。当晚,营销中心现场成为了一片欢乐的海洋,虽然来自不同民族、不同地域,但此刻却亲如一家。晚会的小主角们脸上绽放的笑容,使到场的每一位无私奉献爱心的慈善人士备感欣慰。

据介绍,2010年,建发房产迎来了企业成立的第30个年头,面对未来的机遇和挑战,建发房产做出了全新的部署,并提出了

新的阶段品牌主题:尊重城市·关爱人。据建发地产负责人介绍,这一主题将作为企业的核心宗旨在未来很长一个阶段指引集团全面快速的发展。尊重城市,在未来的发展之路上,建发房产将对所到城市进行深入的了解,针对每个城市的风格设计建筑,打造符合当地生活习惯和城市性格的人居环境。关爱人,不仅仅体现在对业主的用心照顾,对居住服务人性化的大力建设,更重要的是对大众的关爱,以赞助慈善、用实际行动坚持履行作为企业公民应尽的公益责任和社会责任。

建发房产作为中国房地产百强企业,自上世纪80年代发展至今,以“为消费者打造最具钻石品质的生活家园”为经营理念,以城市创造高质量、高品位的生活空间为企业发展目标,在厦门、福州、长沙、上海、成都等多个国内大中型城市赢得了良好的口碑。与此同时,建发房产对社会慈善



建发房产之夜——青川湘心连心联谊晚会现场。

事业也是不遗余力,为寒门学子设立助学基金,先后为汶川、玉树地震灾区募集大量善款,为饱受台风灾害的台湾同胞送去急需的救灾物资。2008年,由于建发房产在汶川地震中的突出贡献,被中国红十字会授予“中国红十字勋章”。2010年

在由湖南省青少年发展基金会、《尊品》杂志联合发起的“让梦想照进世博”活动中,建发房产再次作为协办单位出资帮助青、川、湘小学生同游世博会。建发房产积极投入慈善事业,得到了社会各界广泛的肯定与赞誉。

■实习生 梁亦潇

# 家装湘军成就领军梦想

8月15日,点石家装将迎来12周年庆典,并于近期举行声势浩大的庆祝盛典,业主可报名预定享受价值数万元的感恩优惠大礼。

作为湖南家装行业的领军品牌,点石家装的成长历程堪称湖南家装的发展史。有业内人士评价道,点石的成就其实是种必然,从企业的成长及文化理念中就能找到答案。

## 12年成就湖南领军企业

点石家装成立于1998年,是省内最早成立的家装企业之一。至今仍令点石家装董事长袁超辉津津乐道的是,“公司成立初期没有资金做宣传,点石就凭顾客的口碑一传十传百,品牌的树立于默默耕耘中水到渠成。”

袁超辉称,点石成立之初办公面积只有10多平方米,设计师也仅有1名。经过12年的积累沉淀,如今,点石的服务机构已遍布三湘大地,在职员工1000人,除自购5000平方米的写字楼外,还自建了约12万平方米的产业工业园,无论公司规模、质量管理等方面均已跃居同行先驱之列。

## 企业拓展风生水起

值得一提的是,在最近由省工商局、省消费者协会联合评选出的“湖南省最受消费者满意”的家装企业中,点石家装更是一举夺魁,荣膺双甲,成为老百姓口耳相传的优秀家装企业。

事实上,早在2004年,点石家装便首家推行《源码标价家装成本白皮书》,打破了家装行业暗箱操作的弊端,让业主更加透明地了解家装市场,此举立刻在家装市场引起巨大反响,也为点石家装在消费者心中打下诚信形象奠下了第一块基石。

随后3年,点石家装先后荣获“湖南十大名优企业”、“湖南省著名商标”、“湖南十大杰出贡献装饰企业”等多项荣誉,业内的肯定让点石从一个家装设计公司逐渐成为综合实力强大的家装企业。

值得注意的是,单个企业的规模越做越大,实力越来越强。2009年,点石定制家生活体验馆顺利成立,家具定制设计转变成了由专业家具设计师执笔研发,摆脱了现场制作的传统模式,给消费者带来了全新的



点石装饰样板房。

家装体验新模式。1年后,点石名品生活馆盛装起航,整合一线品牌,推出高性价比的点石“星级定制全装”新型家居理念,客户可根据不同需求选择不同星级配置:三星、四星和五星配置。

同年5月,点石家装再次乘胜追击,重磅推出欧标实木生态工艺,大手笔引进国际顶级品牌,与德国吉事多、德国都芳漆、德国可耐福、瑞士西卡防水等国内外一线品牌强强联手,确保原生态、高品质欧标实木

生态工艺,且甲醛、VOC、二甲苯封闭后释放量几乎为零。星级定制全装与欧标实木生态工艺珠联璧合将“先体验、再装修”模式推向主流家装新趋势。

点石一步步的成长经历让与其同步发展的家装同行为之侧目,有人大胆预测,未来几年将是品牌之争的关键时期,凭服务和品质取胜的家装大佬必将更为强势,占据家装市场的核心份额,而这一切目前已初见雏形。

■记者 白娜