



伴随着众多中国地产前30强企业相继进驻郑州，郑州地产进入了真正意义上的“逐鹿中原”时代。相比于绿地、万科、恒大、碧桂园、万达等外来名企，享有“中国地产品牌十强”美誉的金科，迟至今年年初方始进入郑州。今年1月27日上午，金科以8.796亿元竞得郑州高新区瓦屋李192.55亩大棚户区改造地块，金科在郑州的战略布局终于在开年之际喜结硕果，郑州金科城的开发建设大幕自此恢弘开启，金科在郑州的“报春第一枝”傲冬绽放。金科虽迟来，但是后来居上，一来就将位于金科全国战略布局“三圈一带”中心的郑州，视作战略布局的重心、主战场，既来之，则深耕之。在短短的半年时间里，金科布局郑州步履铿锵捷报频传，东进郑东绿博组团，西南梆子中原区常西湖新区，未来有望进入郑东新区北部区域和经开区滨河国际新城。可以预期的是，今明两年，金科有望在郑州实现“五子登科”，创下外来企业郑州项目拓展进度的“金科速度”和“金科传奇”，创造外来企业与本土企业强强联手合作共赢的成功模式。

作为金科在郑州的首发项目，金科城甫一亮相即备受瞩目。金科城一期创下开盘清盘、销售金额22亿元、半天销售2044套房源的地产传奇。传奇背后蕴含着市场对金科品牌和产品的高度认可，也蕴藏着对金科城洋房产品的期待。有着“花园洋房之父”美誉的金科，其洋房首发作品，又会给翘首盼望中的郑州购房者带来哪些惊喜和期待？

## 融炼 渝郑携手厚积薄发

众所周知，金科美誉众多：“中国地产品牌十强”“中国地产A股上市公司十强”“渝派地产龙头企业”“花园洋房之父”“产品主义教父”“景观园林专家”等。

金科地产集团股份有限公司始于重庆，经过18年的开发建设，在全国战略布局已布局40座城市，累计开发项目115个，服务业主总数近100万人，土地储备可建面积更是超过1800万平方米。熟知金科的人都知道，金科以洋房产品起家，以产品创新为径，曾获得中国国家知识产权局授予的“原创中国洋房”“空中院馆”“X+1夹层住宅”“别墅级洋房”四项国家专利。在国内，能够获得国家知识产权专利的房地产开发企业非常罕见。市面上销售的很多7+1或者8+1的产品，也是源于金科，这也是大家盛传“买洋房就选金科，选金科就买洋房”的原因。如果说“术业有专攻”，洋房产品无疑就是金科的“看家秘籍”和“利器”。

郑州金科城作为金科地产在河南地区的第一个作品，不仅肩负了金科品牌落地的重要使命，也承载着金科洋房首发郑州的使命和责任，所以金科城不仅在初期选址之时就将项目的区位、交通、配套等方面的资源价值充分考量，对于项目自身的建筑、规划、景观以及物业服务方面在项目运作之初更是严格以求，经过深入、细致的市场调研和反复、多轮的论证，最终才梆子郑州，落地高新区。

李嘉诚曾说过：“决定房地产价值的因素，第一是地段，第二是地段，第三还是地段。”这句话道出了房地产的真谛，一直以来也被业界奉为金科玉律。

当下的郑州，洋房、别墅等高端产品并不匮乏，但位居主城区的洋房却少之又少，目前郑州三环以内在售的房源已是寥寥，更遑论洋房产品了。金科城所在的科学大道与瑞达路交叉口，既占据了高新区门户位置，又处于西三环、北三环交界的咽喉要地，不提纯正的洋房血统，仅在位置上就已胜出一筹。加上金科城与郑州中学仅一路之隔，已划入郑州中学的招生范围，属于名副其实的学区房，周边还有中国人民解放军信息工程大学、郑州大学、河南工业大学、郑州外国语中学等众多的优质教育资源聚集，学术氛围浓厚。不仅如此，金科城坐享万亩西流湖公园，未来项目规划的欢河路及垂柳路向东南即可直达西流湖生态公园，感受临河而居的休闲生活，坐观天水一色，金科城大湖领地的称谓也由此而来。

据了解，金科城总占地386亩，总建筑面积108万平方米，分为四个地块开发，首期推出的是中间最方正的一个地块，也就是金科城一期，总占地192亩，其中包含12栋洋房。

和着秋日的凉风，记者踏足金科城售楼部，经过实地探访，得出结论：金科城的洋房，盛名之下，其实相符。



# “花园洋房之父”在郑州是怎样炼成的

本报记者 田晓玉

## 精炼 产品主义一以贯之

回望金科的发展历程，“产品主义”可以说是金科一个永不褪色的标签。金科以务实低调、精工品质、工匠精神等特质给业界和客户刻画了“做好每个细节”的品牌形象，也让媒体将金科与金地、中海一道归入“工科”之列。

就金科城的设计来说，金科在充分考虑中原人生活习惯的前提下，在长达18年的洋房规划设计及建筑经验理念之上，依托地形创造性地将金科城设计为“大师椅”建筑布局，中间区域洋房，四周高层，以围合式布局，站在沙盘前整体望去，一把“大师椅”赫然映入眼帘。“这样的设计不仅保留了中国传统的‘对称性’，也加入了西方的错落布局，既保证了洋房的通风和采光效果，也提高了洋房的私密性。同时，项目整体像一个‘聚宝盆’，而洋房位置刚好处于最核心区域，就是取其聚财的吉祥寓意。洋房产品可谓是为讲究高端私密、注重生活品质的业主量身打造的。”金科城工作人员介绍道。

了解完金科城的整体布局，在工作人员的引导下，记者一行来到金科城的一楼洋房样板间。一进门，大落地窗、大通透窗便让记者眼前一亮，整个室内空间阔绰明亮，与外面的绿

地连为一线，室内与室外、人与自然的相融相生展现得淋漓尽致。

户型设计方面，尊重郑州市民消费及居住习惯，一层、二层和标准层全部规划为143平方米的大户型，四室两厅两卫的户型设计，将143平方米的大气空间合理规划，且四个房间分布在四个角，基本做到空间无死角，得房率高达85%。加上全三面宽朝南设计，超大景观阳台及飘窗，清晨阳光可以洒入户，午后可以沐浴着阳光，悠闲享受下午茶，品质生活尽显。

在样板间，工作人员告诉记者：“一楼洋房还有超大面积的赠送，南向赠送32平方米的独立花园，同时赠送地下室约120平方米，从房间内可直接下到地下室，尊享有天有地的别墅生活，‘别墅级洋房’得以充分体现。在金科城，买的虽然是洋房，但让业主能享受到别墅的居住体验。同时，北向书房近6平方米大阳台可直接改造成次卧。这样算下来，143平方米的户型实得面积就达到了309平方米，极为超值。”

参观过金科城的洋房样板间，不禁对其即将入市的洋房项目平添更多期许，据金科城营销负责人张耀磊介绍，“金科城首期将会推出6

栋洋房，其中27、28号楼为8+1层产品，19、20、24、25号楼为7+1层产品，也就是说洋房的7层或者8层是跃层设计，称之为‘+1’。这种产品设计，金科在全国是首创。顶层的建筑面积约144平方米，三室两厅两卫，不仅赠送83平方米的超大露台，还赠送37平方米的镂空挑高，实得面积约277平方米，镂空部位层高5.8米，后期可加楼板，实现买一层得两层。”

记者了解到，金科城的洋房，除了一层有超大的赠送面积外，二层也赠送北侧约30平方米的下沉式庭院和约43平方米的地下室，这在别的项目很难实现。二层单位除了电梯直通地下室外，更有室内直达楼梯，可直接通往北向地下庭院，尊享空中别墅生活，不仅提高生活品质，也为生活带来便利。3-6层或者7层为标准层，虽然是标准层，但是赠送面积约14平方米，实得面积约157平方米，性价比之高不言而喻。

此外，金科城洋房外立面底部液态花岗岩，局部高档涂料，顶部彩色砂浆，这种“三段式”的风格设计，意在将金科城打造成高新区的人居标杆。



## 精炼 景观园林精雕细琢

作为渝系房地产开发企业，金科在项目景观园林打造颇见功力，金科地产在重庆、北京、成都、长沙、无锡等地已经建造了众多备受高端置业者所推崇的经典楼盘，而完美的园林景观也成为金科的一张“名片”。随着金科落子郑州，金科景观营造所呈现的实景效果，在金科城得以延续。

漫步在金科城景观示范区，记者发现园区内采用五重绿化，地面全部被绿色植物覆盖，没有一点土地裸露在外。虽值深秋，举目望去绿意盎然，隐逸在园林深处的房屋显得并不突兀，仿若也是园区内生长的一株植物一般。

“在金科的字典里，最佳的居住状态不是让园林成为建筑的绿化，而让建筑自然地融入景观中生长出来。金科的景观园林不是生硬地造景，而是体现景观以人为本，实现人与自然、建筑与自然巧妙地融合在一起，达到‘相

看两不厌，只有敬亭山’的境界。”在张耀磊的描绘中，金科城园林景观景象跃然纸上。“金科城的景观由北京笛东担当设计，采用传统意境和现代风格对称融合的‘新亚洲’草原风园林设计，将树林草坪、阳光花海、纵横水系与有机融合，我们熟知的海马公园、温哥华山庄等一些以景观著称的高端楼盘也都是由笛东执笔。在绿化率高达35%的金科城，整个项目总计采用156种名贵的树种，高档苗木全冠移植，为了保证移植的效果和成活率，为业主打造一个四季有花，四季长青的园林社区，金科的园林工程师奔赴全国各地：山东的银杏、湖南的香樟、江苏的桂花……这些价格不菲的苗木都是金科园林中必备的品种。另外，金科城在景观打造上千雕万琢，哪怕是一块石头、一株花草都是纯手工打造，最终把园林生态化实现‘林比房密，树比人多’的目的。这种精益求精的匠造精神，在当今的市

场环境下，尤为难能可贵。”

此外，记者了解到，基于当下生活不同年龄段的人们户外行为模式的需求不同，金科城首期地块根据高层与洋房不同的建筑类型，制定出“两园四庭八院”的景观布局。“两园”即首期地块由街坊路分为北园和南园；“四庭”即洋房区宅间的四座庭院，以高端生活概念为出发点分为禅茶庭院、养生庭院、畅想庭院、瑜伽庭院；八院指高层区宅间以不同的活动功能分八个花园。四庭八院设计让业主社区邻里文化回归生活，田园而不失尊贵。

即将面市的6栋洋房正处于中央景观区的核心，从社区大门到入户单元门均用不同颜色的植物和导视牌指引，为业主打造了一条专属的回家道路，让回家也能成为一种享受与期待。加上配套的畅想庭院、禅茶庭院，闲暇之余可以陪家人或者三五好友一起在庭院里品茗聊天，生活多了些惬意。

## 精炼 邻里文化独树一帜

6月21日，中国物业管理协会主办的“2016中国物业服务百强企业研究成果发布会暨第九届中国物业服务百强企业家峰会”上正式发布了《2016中国物业服务百强企业研究报告》，凭借突出的综合实力，金科服务综合实力跻身全国10强，名列第9位，持续领跑中西部区，并获评“2016中国物业服务百强企业服务质量TOP10”。

回顾往昔，金科物业管理规模近1亿平方米，服务将近100万业主，先后承接265个大型高品质项目。在北京、重庆、四川、江苏、湖南、陕西、山东、贵州、云南、河南等省(市)的60个城市接管了物业服务项目。凭借企业综合管理实力和品牌优势，金科物业荣膺国务院发展研究中心等权威机构授予的“中国物业服务质量10强”“中国物业服务规模10强”和“中国住宅用户满意度全国第一”等殊荣，并连续五年荣获“中国物业百强企业”与“中国物业品牌价值企业”称号，连续四年客户满意度超过90%，2015年第三方客户满意度96.61%(中国指数研究院)。另根据全国物业服务指数评定，金科物业目前位居国内物业排行榜第六名，中西部第一名。

一个荣誉称号将金科物业的形象拼凑得更加完整，金科物业也逐渐成为“优质”“贴心”的代名词。作为金科地产在中原地区首发项目的金科城，金科物业的配备更加先进贴心，将在邻里社区、智慧社区、安全社区三个方面进行深入打造，为业主提供一个有思想的房子，有温度的社区。

在金科城，将形成物管环抱的服务模式：物业管理中心设置在G1#、G2#、G3#、G8#，面积大概1800平方米，分别设置在地块的南北两侧(住宅首层)，为业主提供最及时、最贴心、最尊贵的物业管理服务。

此外，金科城在物业服务上最为引人注目是六大社区配套服务体系：“金科资产管理中心”“金科丽车行”“金科邻里超市”“金科随心游”“金科厨房”“金科美家荟”。其中，社区丽车行专门为业主进行洗车服务，一个电话或者用社区网络平台到丽车行，就有人上门取车钥匙，车洗好放回车位，钥匙再送到业主手上；金科美家荟让业主装修不花冤枉钱，交房前，物业免费为每个户型提供1-3种设计和装修费用预算，业主可以去市场上随意比价，感觉美家荟的材料更便宜，物业就帮业主进行采购。

而“敬老”“爱妻”“亲子”“睦邻”“惜己”的五大邻里主张，更能彰显金科物业所要营造的社区文化，让生活在金科城的每一位业主感到温馨。据了解，为了更好地服务业主，2009年至今，金科先后搭建了6大万系活动平台，6大亲情活动日，先后开展了万人游台湾、万人游三亚、万人游韩国、万人宴等邻里活动，在活动中拉近业主与业主之间的距离，同时促进了服务商和业主之间的亲密关系。

不仅如此，在金科城，要求物业人员对社区业主面孔达到99%的熟识度，熟悉业主的特征和习惯、业主的车牌号。两个熟记，见证的是金科物业所下的真功夫。同时，金科物业为业主开出多达100项的“服务菜单”。未来在金科城，每当业主进入社区，总会听到一句亲切而熟悉的“邻居您好”；400全天候不间断热线，为客户提供100%全方位服务；协管晚上穿布鞋巡逻保证不打扰到业主，维修15分钟快速反应解决……金科物业将大事做细、小事做精。

据工作人员介绍，金科物业实行标准化服务，在11个专业领域，制定了多达3612条标准，针对不同业主提供不同的所需服务，并强化对重点客户的关怀，精细化、标准化程度可见一斑。

“除却地利带来的天然优势，金科城的品质经过人工匠造更胜一筹，好的区位配上好的产品，加上好的物业服务，才能不负一城期待。”张耀磊总结道。