

2014年8月 【麓湖生态城】 个案分析



麓湖生态城个案思路框架

地块基本情况

项目情况分析

样板间品鉴

营销推广简析

项目经济指标

项目区位概况

项目规划情况

项目产品分析

项目客群分析

1

地块基本情况

项目地块规模较大，楼面地价较低，一共有6宗地块，合计5392.84亩

序号	土地位置	宗地编号	公告时间	出让方式	出让时间	净用地面积(亩)	楼面地价(元/m ²)
1	双流县华阳镇沙河村2、3、4、5社，正兴镇田家寺村4、5、6社	SLG-(2009)-039	2009-05-21	挂牌	2009-06-25	896.25	675
2	双流县华阳镇沙河村2、5社，香山村12、13、14、15、16、17、18社，正兴镇田家寺村4、5、6、7社	SLG-(2009)-040	2009-05-22	挂牌	2009-06-26	963.39	633.75
3	双流县华阳镇香山村1、14、15、16社，正兴镇田家寺村1、7、8、9、11社	SLG-(2009)-041	2009-05-23	挂牌	2009-06-30	942.42	525
4	双流县华阳镇香山村1、2社，正兴镇田家寺村1、2、5、8、9、10、11社，红莲村4、5、7社，欢喜村5社，大安桥村1、6社	SLG-(2009)-042	2009-05-24	挂牌	2009-07-01	997.34	525
5	双流县华阳镇香山村2、3、4、5、7、10、19、20社，正兴镇净土村1社	SLG-(2009)-094	2009-12-18	挂牌	2010-01-20	792.34	967.5
6	双流县华阳镇沙河村2、3、4、5、6社，香山村1、13、14、15、21社，正兴镇田家寺村1、7、8社，红莲村4、5、6社	SLG-(2009)-093	2009-12-18	挂牌	2010-01-20	801.1	967.5

合计

5392.84

宗地1

宗地位置	双流县华阳镇沙河村2、3、4、5社，正兴镇田家寺村4、5、6社
所属板块	南沿线华阳段
拿地时间	2009-06-10~2009-06-25
占地面积	896.25 (亩)
土地用途	住宅兼容商业
使用年限	商业40年住宅70年
容积率	商业用地的容积率≥1.0 居住用地的容积率≤2.0
建筑密度	商业用地≤60% 居住用地≤45%
建筑高度	建筑物制高点满足机场航空限高要求
土地成交单价	90.00 (万元/亩)
土地成交总价	80662.50 (万元)
楼面地价	675.00 (元/平方米)

宗地2

宗地位置	双流县华阳镇沙河村2、5社，香山村12、13、14、15、16、17、18社，正兴镇田家寺村4、5、6、7社
所属板块	南沿线华阳段
拿地时间	2009-06-11~2009-06-26
占地面积	963.39 (亩)
土地用途	住宅兼容商业
使用年限	商业40年住宅70年
容积率	商业用地的容积率≥1.0 居住用地的容积率≤2.0
建筑密度	商业用地≤45% 居住用地≤45%
建筑高度	建筑物制高点满足机场航空限高要求
土地成交单价	84.50 (万元/亩)
土地成交总价	81406.46 (万元)
楼面地价	633.75 (元/平方米)

□项目地块合计5392.84亩，成交总价50.34亿元，楼面价约715.63元/㎡。

宗地3

宗地位置	双流县华阳镇香山村1、14、15、16社，正兴镇田家寺村1、7、8、9、11社
所属板块	南沿线华阳段
拿地时间	2009-06-12~2009-06-30
占地面积	942.42 (亩)
土地用途	住宅兼容商业
使用年限	商业40年住宅70年
容积率	商业用地的容积率 ≥ 1.0 居住用地的容积率 ≤ 2.0
建筑密度	商业用地 $\leq 50\%$ 居住用地 $\leq 45\%$
建筑高度	建筑物制高点满足机场航空限高要求
土地成交单价	70.00 (万元/亩)
土地成交总价	65969.40 (万元)
楼面地价	525.00 (元/平方米)

宗地4

宗地位置	双流县华阳镇香山村1、2社，正兴镇田家寺村1、2、5、8、9、10、11社，红莲村4、5、7社，欢喜村5社，大安桥村1、6社
所属板块	南沿线华阳段
拿地时间	2009-06-13~2009-07-01
占地面积	997.34 (亩)
土地用途	住宅兼容商业
使用年限	商业40年住宅70年
容积率	商业用地 ≥ 1.0 居住用地 ≤ 5.0
建筑密度	商业用地 $\leq 50\%$ 居住用地 $\leq 45\%$
建筑高度	建筑物制高点满足机场航空限高要求
土地成交单价	70.00 (万元/亩)
土地成交总价	69813.80 (万元)
楼面地价	525.00 (元/平方米)

项目地块全部以挂牌方式取得，以低容积率为主体，局部高容积率；每个地块均有商业和住宅指标；

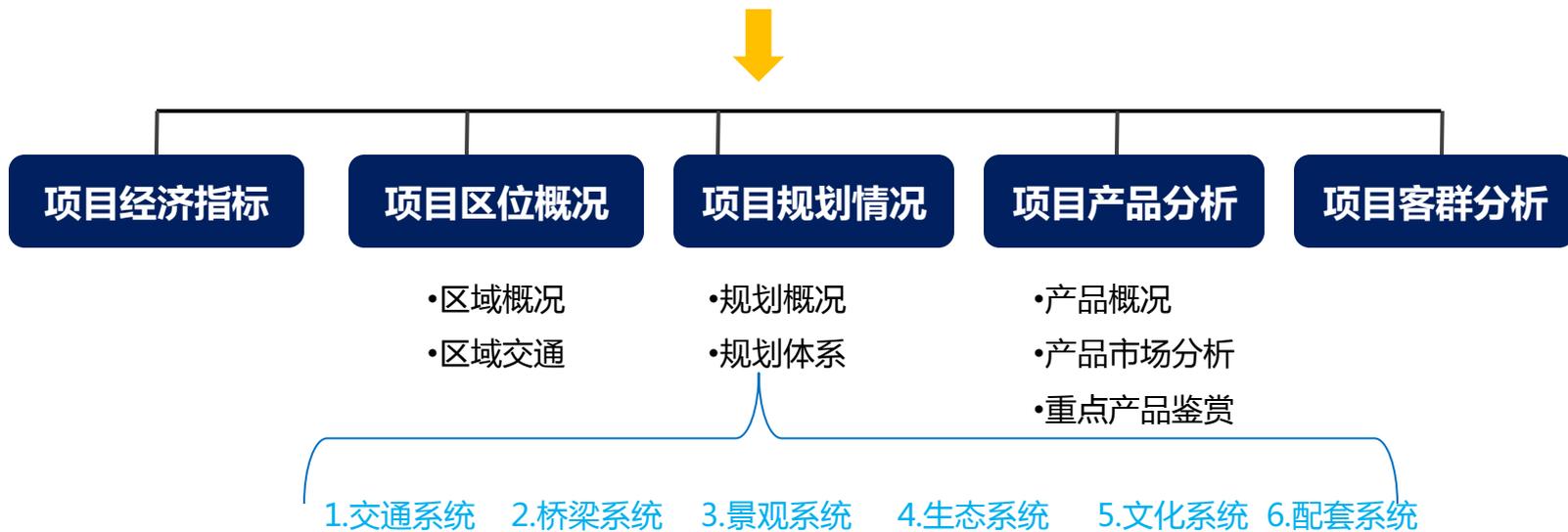
宗地5

宗地位置	双流县华阳镇香山村2、3、4、5、7、10、19、20社，正兴镇净土村1社
所属板块	南沿线华阳段
拿地时间	2010-01-07~2010-01-20
占地面积	792.34 (亩)
土地用途	住宅兼容商业
使用年限	商业40年住宅70年
容积率	商业用地 ≥ 1.0 居住用地 ≤ 2.0
建筑密度	商业用地 $\leq 50\%$ 居住用地 $\leq 45\%$
建筑高度	建筑物制高点满足机场航空限高要求
土地成交单价	129.00 (万元/亩)
土地成交总价	102211.86 (万元)
楼面地价	967.50 (元/平方米)

宗地6

宗地位置	双流县华阳镇沙河村2、3、4、5、6社，香山村1、13、14、15、21社，正兴镇田家寺村1、7、8社，红莲村4、5、6社
所属板块	南沿线华阳段
拿地时间	2010-01-07~2010-01-20
占地面积	801.10 (亩)
土地用途	住宅兼容商业
使用年限	商业40年住宅70年
容积率	商业用地 ≥ 1.0 居住用地 ≤ 2.0
建筑密度	商业用地 $\leq 50\%$ 居住用地 $\leq 45\%$
建筑高度	建筑物制高点满足机场航空限高要求
土地成交单价	129.00 (万元/亩)
土地成交总价	103341.90 (万元)
楼面地价	967.50 (元/平方米)

项目情况分析



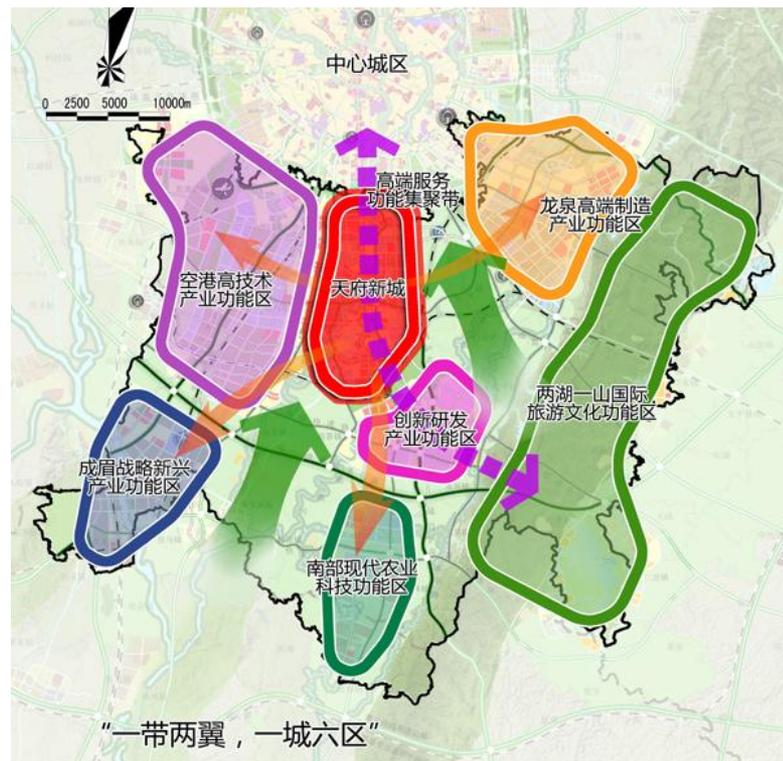
2

项目位于南延线板块核心区，区位优势明显，以低密度住宅为主。

项目名称	麓湖生态城
项目地址	天府大道南沿线末端以南
板块	南延线华阳段
开发商	万华地产
物管公司	麓山物业
占地面积	5392.84亩 (约360万 m ²)
建筑面积	1100万 m ²
开发周期	10年
建筑形态	独栋、联排、高层
配套设施	<p>商业： 环球中心、新世纪会展中心、伊藤洋华堂、家乐福、金鹿国际商务中心；</p> <p>学校： 澳中幼儿园、成都实验外国语学校（西区）、光亚学校；</p> <p>医院： 成都市第一人民医院、双流第二人民医院、宋庆龄华西妇女儿童医院、双流第三人民医院；</p> <p>银行： 成都农商银行万安支行、中国信合正兴分社、浦发银行城南支行；</p> <p>公园： 极地海洋公园、南湖公园游园、南湖梦幻岛体验公园、天府公园。</p>

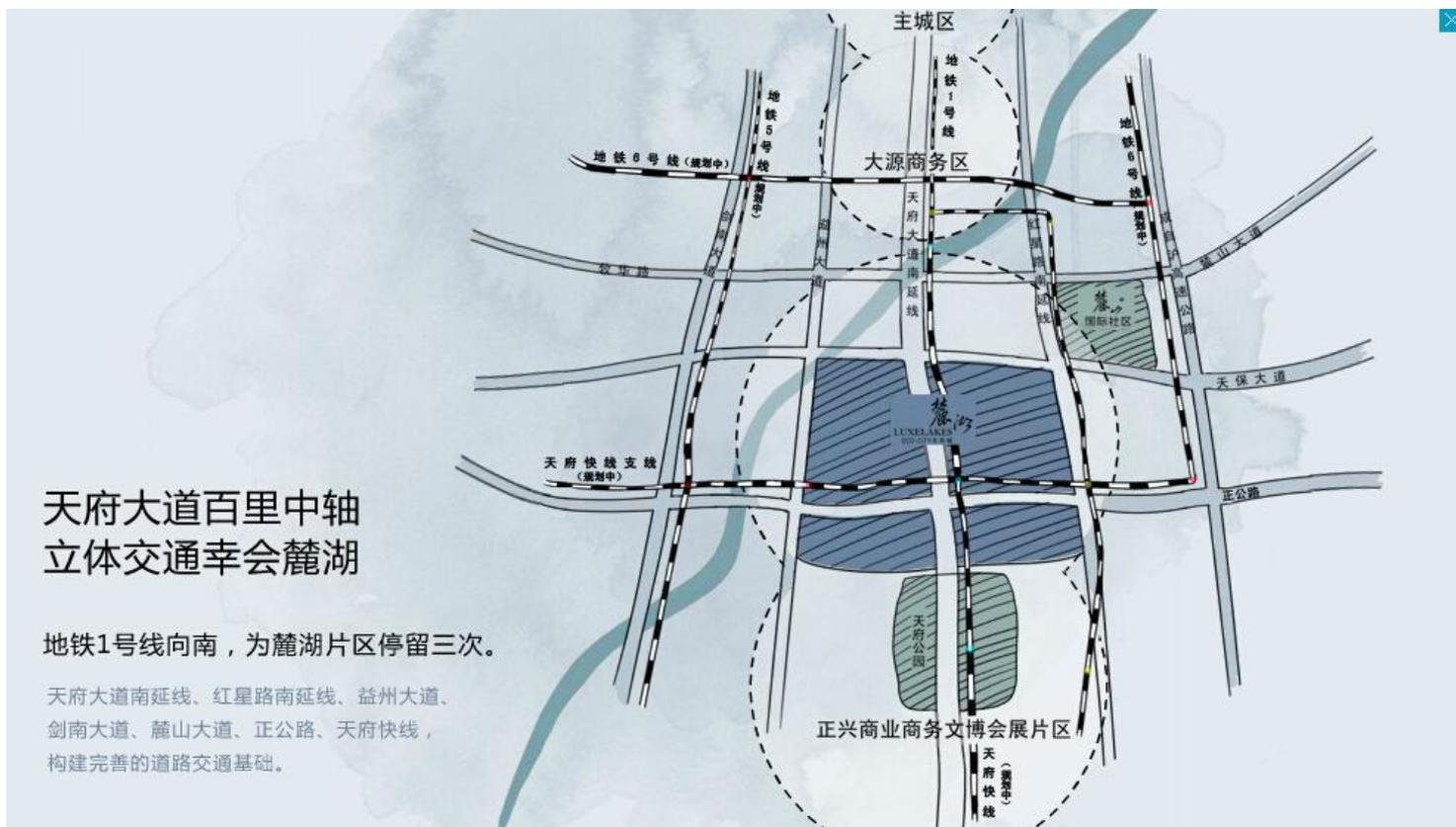


□天府新区为成都2011年规划的高端服务功能新城，麓湖生态城处于该区中心位置。



✓天府新区位于成都城市中轴天府大道南段两侧，这片区域正是天府新区起步区，天府新城所在。该区域为成都中央商务区，大力发展科技创新、软件外包，会展商务和文化旅游等高端服务业，建设宜居、宜业、宜商的现代化城。

□天府大道百里中轴，“七纵三横”立体交通初现，交通便利。



- ✓ **地铁**：在运营和规划在建的地铁线有**3条**，一号线在麓湖片区停留**3次**。
- ✓ **道路**：以天府大道南延线、益州大道、剑南大道、天府快线、麓山大道等道路构建了一个完善快速的公路交通道路。

这不是一个社区的规划，而是一个城市的规划。6年，麓湖建立了难以超越的标准。



✓麓湖整体规划，围绕数千亩公园湖泊进行。分成三个公园区，分别是滨湖公园区、湿地公园区和城市公园区。麓湖生态城规划建筑面积约1100万 m^2 ，与麓山相连，相当于2个威尼斯城；城市产业配套约600万 m^2 ，约4个环球中心。

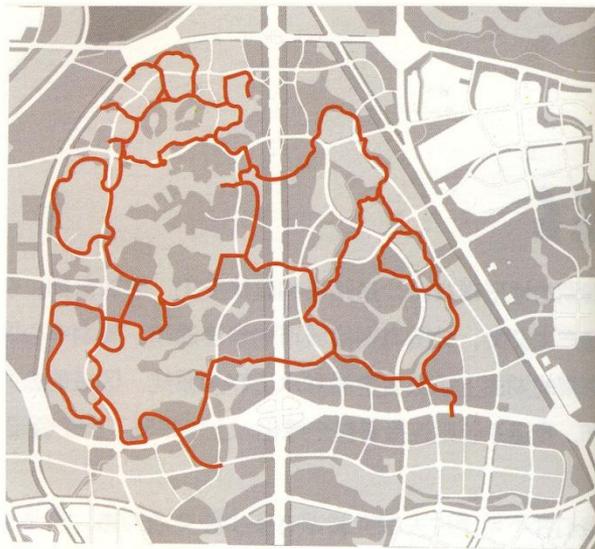
✓麓湖规划为“总部经济和创意产业综合发展区”，将在强调发展产业的基础上，还在生态环境、精品住宅、文化、教育、休闲娱乐等方面全方位发展。

□建筑形态规划多样，根据景观等资源，因地制宜，设计出稀缺性的产品。

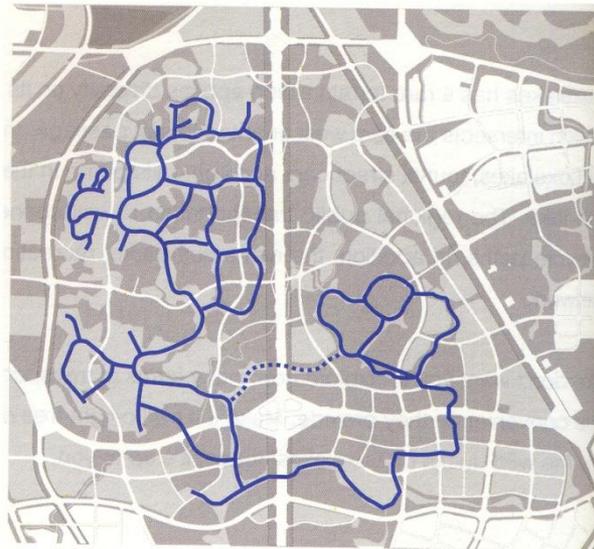


✓麓湖建筑群的规划自成体系，滨湖公园区主要以高端定制别墅产品为主，湿地公园区主要以低密度产品为主，而城市公园区则以商业及总部办公区为远景。高层电梯产品位于外延区域，主要是“水岸系”产品。

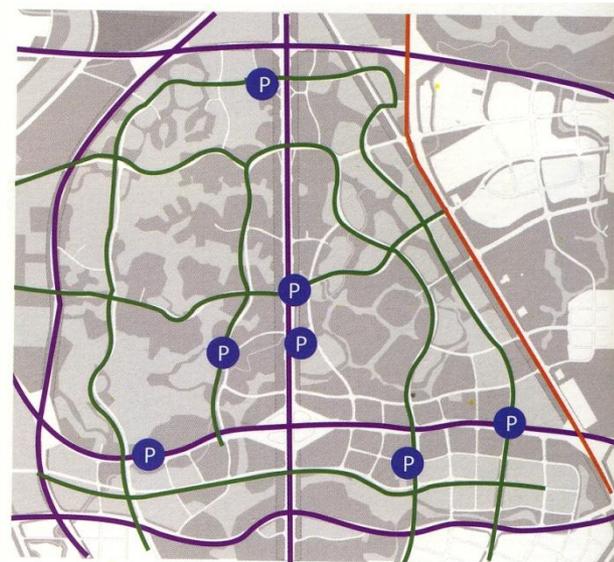
交通系统——在生态的道路中，惊醒一群惺忪的野鸭。



麓湖自行车道示意图（过程稿）



麓湖航道示意图（过程稿）



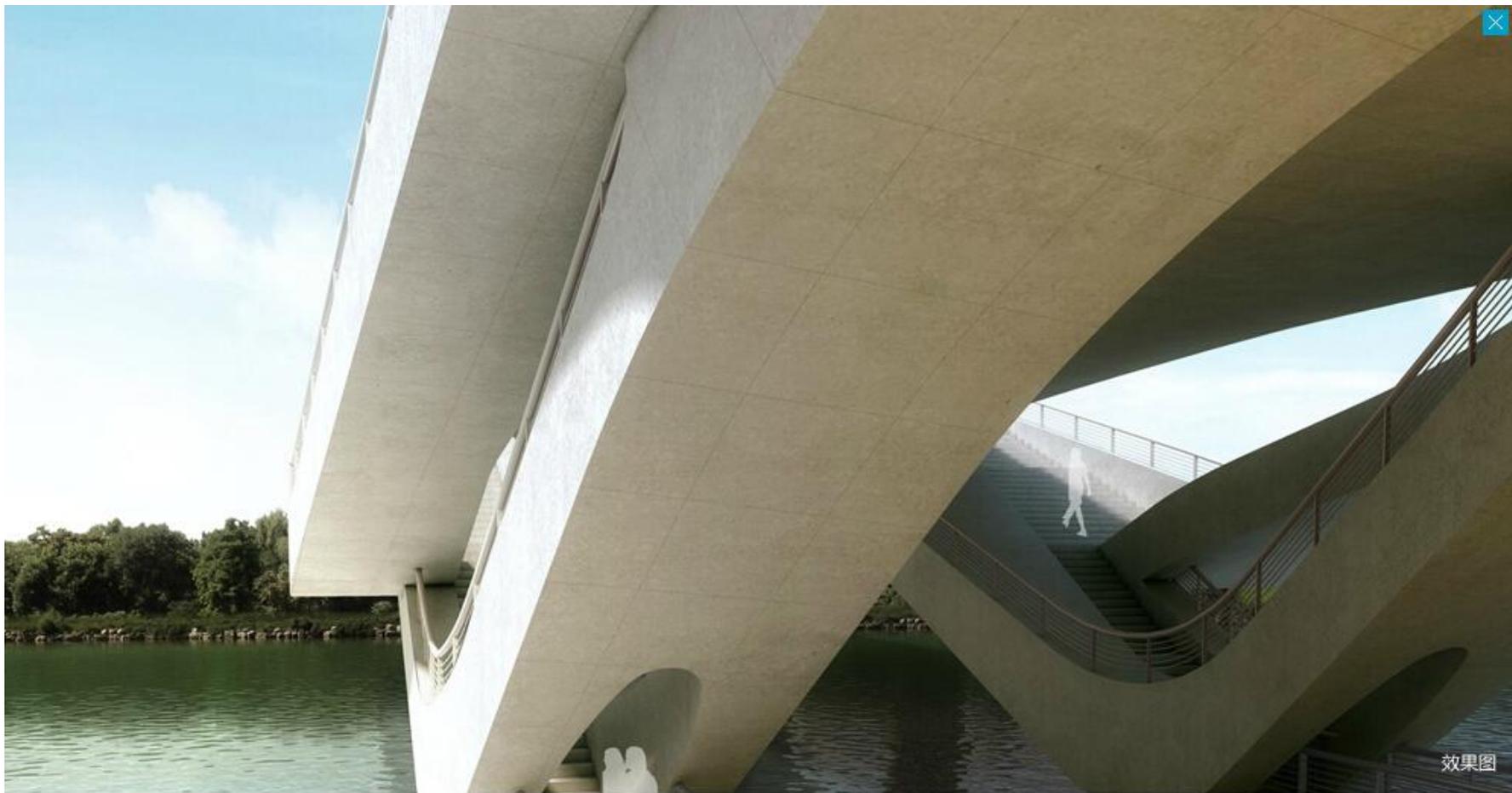
麓湖道路交通分析示意图（过程稿）

- 交通性主干道
- 快速路
- 次干路
- P 停车场

✓麓湖在交通系统中规划了自行车道、步道、水面航道、快速路、次干路、主干道，数十个公交站点、未来将引入内部轨道交通。

✓麓湖地形难得，道路结构起伏变化，建立完善的自行车租赁系统，私家码头，滨水步行道等等配合景观进行设计。

▣桥梁系统——桥不仅仅是交通，更是建筑文化符号。



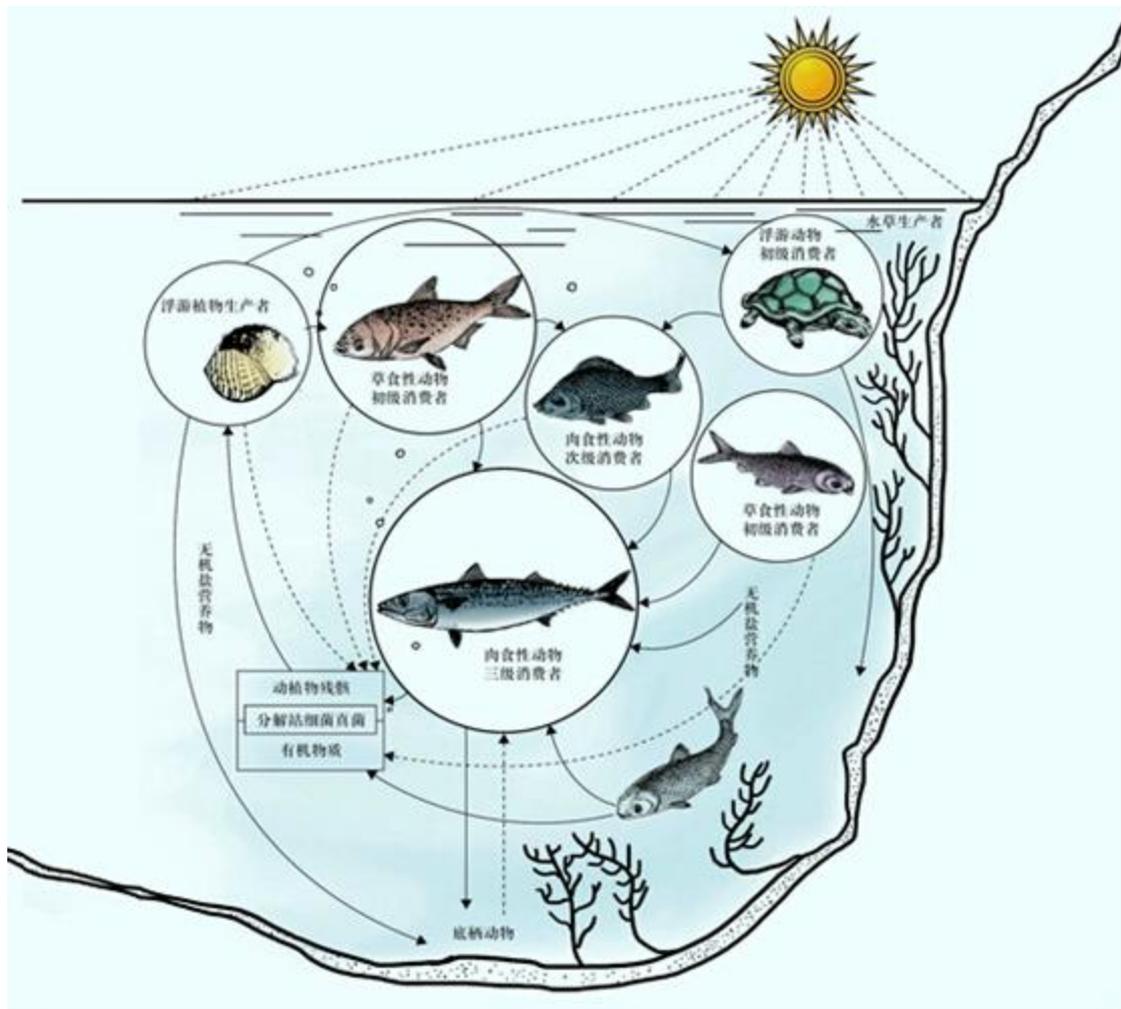
✓桥是麓湖非常特色的一个文化元素，麓湖共有标志桥、入口桥、交通桥、社区桥、步道桥、湿地桥、公园桥、多功能建筑桥等共170座。

□景观系统——湖域、湿地、草地、森林、构成多样化的景观体系。



✓麓湖的景观设计强调山地与森林的相互关系，保留山体景观，变化湖区景观，以达到“湖光山色”的境界。也让建筑内部的景观与湖面景观形成互动，无论置身何处，都有非常流畅的视野景观线。

□生态系统——全新的水生态系统构架，水质改善和保护的成功案例



麓湖的水 是一个全新的生态系统

Ecological System生态系统

自然湖泊都是很漂亮的，但人类在享受湖泊的同时，却给湖泊带来了极大干扰。生态系统和水质退化，是许多城市湖泊面临的问题。

麓湖正是在确保湖泊生态系统健康的前提下，尽可能多地给人们提供亲水生活。为达到这个目的，麓湖在形成前就根据生态工程原理，对生态系统进行设计和构建，这在国内外尚属罕见，因为一般湖泊治理都是对已退化的湖泊生态系统进行修复。

建成后的麓湖将为国内外的淡水生态系统、城市生态系统、人工湿地系统等诸多学科的研究提供一个大型持久



✓麓湖利用浅丘地形，打造了2500亩水域，邀请中科院南京地理湖泊研究所对水环境进行生态系统重建。

文化系统——利用大师级文化品牌效应，打造了创意产业文化符号



麓湖是一个 堪称典范的新城样板

Narendra Patel (拿温爵·巴特尔)
麓湖住宅建筑设计师之一

Patel Architecture建筑事务所创始人。美国建
(AIA) 高级建筑师、注册室内设计师。众多
金级认证, 曾获PCBC (太平洋海岸建筑商会)

金奖
众多

代表
NAUT
地点
来自



建筑 由身体感知开始

Dion McCarthy 麓湖·蓝花屿设计师

美国建筑界以严谨和空间美学著称的建筑师, Design
ARC建筑事务所合伙人。

建筑, 由身体感知开始

“建筑是一种语言, 就像诗歌和文学一样, 有它的辞藻
和韵律, 但是渐渐的, 你想要说好, 说得更好, 成为建
筑语言体系里的专家。”



麓湖的文化艺术 将是一个 不同凡响的城市资产

Antoine Predock (安托内·普雷多克)
艺展中心建筑设计师

Antoine Predock 建筑事务所创始人。1985年被授予罗
马奖
2006年授颁美国建筑师学会 (AIA) 最高荣誉—金牌奖
2007年获得史密森·库伯·休伊特终身成就奖。

被誉为“荒原钻石”的斯宾塞表演剧场位于新墨西哥南
部的Stanton Mesa堡, 依照夏日太阳运行轨迹, 所处地
段恰好是东侧地界的落日峰与西侧萨拉布兰卡峰之间的
中点。

纳尔逊艺术中心的博物馆、戏剧艺术、舞蹈中心, 在设
计上透露出安托内对沙漠的一种特殊态度, 亚利桑那州



与其说她是一座城 不如说她是一个公园

Robert P Shaffer (罗伯特·谢弗)
麓湖城市概念规划师之一

约翰逊·费恩联合设计事务所 (Johnson Fain Design
Qualifications) 高级主管, 美国建筑师协会 (AIA) 高
级建筑师、规划师。

超过30年的设计经验让其在城市设计与规划行业独树一帜。
2006年曾参与成都天府大道南延发展片区总规划。

因地制宜 才是城市规划的长久之计

2006年, Robert与他所在的Johnson Fain团队参与了
成都“天府大道南延发展片区”的城市规划研究, 发现
成都平原上蕴藏的重大城市发展契机, 顺应“黄金走廊”

配套系统——每个地块都有不低于40%的商业配套指标，未来配套应该比较完善



✓麓湖有31万平米的社区商业建筑面积，64万平米的城市商业建筑面积，6万平米的公园商业建筑面积，17万平米的会所酒店，446亩的教育用地，121亩的医院用地。

□麓湖已经销售和正在销售的产品包括低密度产品和高密度产品，每种产品以组团形式出售，并单独命名。

□低密产品



□高密产品

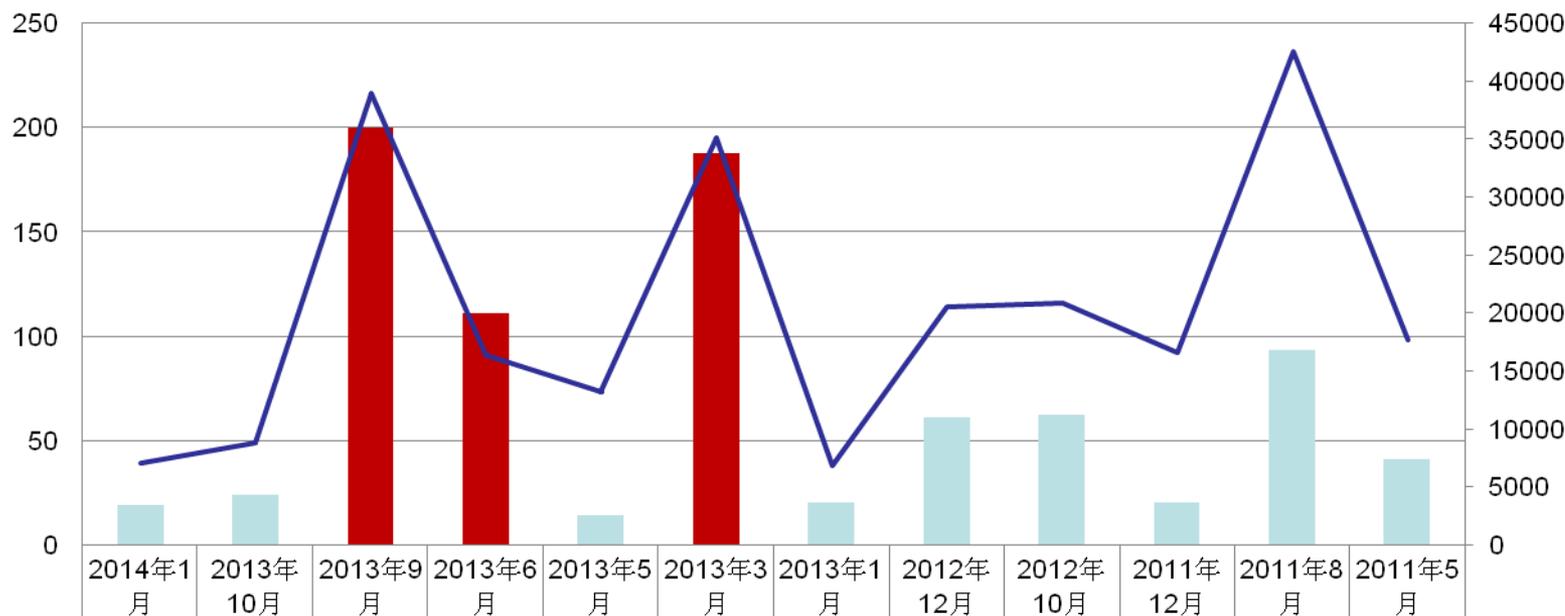


□麓湖推售的产品有10大组团，其中高密产品（电梯）有4个组团，低密产品有6个组团。麒麟荟是即将发售的组团。

组团名	开盘时间	主力面积	建筑形态	户数	价格情况	备注
麒麟荟	待定	280-600m ²	高层	/	/	千万级别
隐溪岸	2014-5-9	310-450m ²	独栋别墅	43户	30000元/m ²	2个月清盘
沉香谷	2013-11-10	360-460m ²	联排别墅	110户	20000元/m ²	全款4%，按揭3%。优惠后价格，清水房
黑蝶贝	2013-10-25	650-1140m ²	独栋别墅	24户	70000元/m ²	一次性付款优惠6%，按揭1%
云树	2013-09-14	150-400m ²	小高层,高层,中高层	200户	清水均价8000-12000元/m ² , 精装均价14000-15000元/m ²	1.5号楼为精装房, 精装标准为5000元/m ² 2.有跃层, 跃层面积为400m ²
琉璃溪岸	2013-6-27	90-220m ²	中高层	111户	均价16000元/m ² (精装)	130万-360万/套
澜语溪岸	2013-3-14	130-310m ²	中高层,小高层,高层	188户	均价16000元/m ²	一次性优惠9%，按揭优惠5%，分期优惠2%
白玉台	2012-11-26	293-370m ²	独栋别墅	144户	20000元/m ²	一次性2%优惠,按揭1%优惠
黑珍珠	2013-6	630-1100m ²	独栋别墅	26户	/	楼王7800万
蓝花屿	2011-5-27	360-500m ²	独栋别墅	134户	均价约20000元/m ² （不临湖）	临湖4000~7000万元/栋（精装）

□麓湖总共推出853套，其中高密度产品（电梯）499套，低密度产品（别墅）354套，待售产品麒麟荟正在入会中，暂无新增供应。

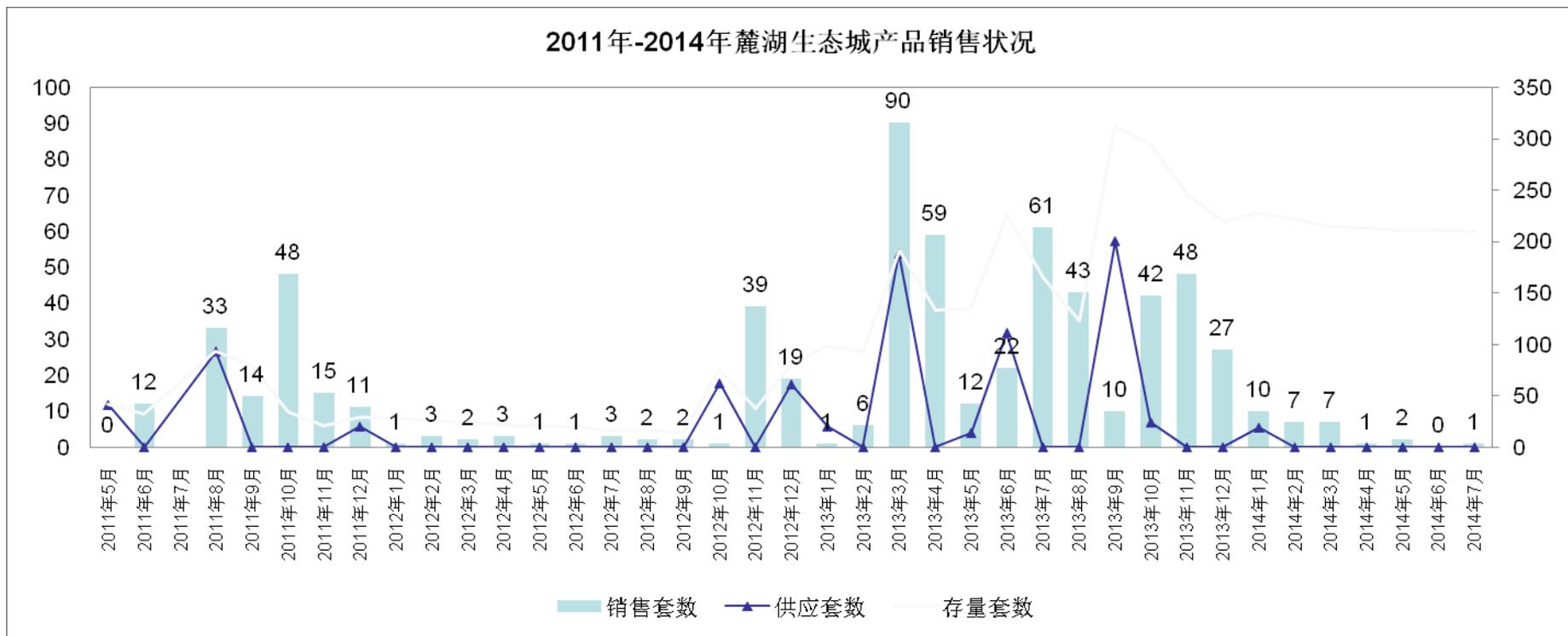
2011年-2014年麓湖生态城产品供应情况



供应套数	19	24	200	111	14	188	20	61	62	20	93	41
供应面积(m²)	7024.07	8817.15	38919.1	16399.4	13152.8	35097.4	6802.09	20499.1	20815.3	16546.7	42623.6	17647.9

■ 高密度产品 □ 低密度产品

□麓湖总共推出853套，已经销售659套，存量210套。麓湖的产品销售状况一直比较好，3年，9大组团，销售总价超53亿。



✓9个组团中，**低密组团共计6个**，单套最高总价达到8000万，而最低门槛也不低于600万。蓝花屿去化7个月，黑珍珠去化11个月；白玉台去化10个月；

✓**高密度组团3个**：澜语溪岸去化4个月，最高顶跃900万/套。琉璃溪岸去化1个月。

□麓湖即将推出的十号作品——麒麟荟。



The Best for the Best
最好的 总在寻找最好的

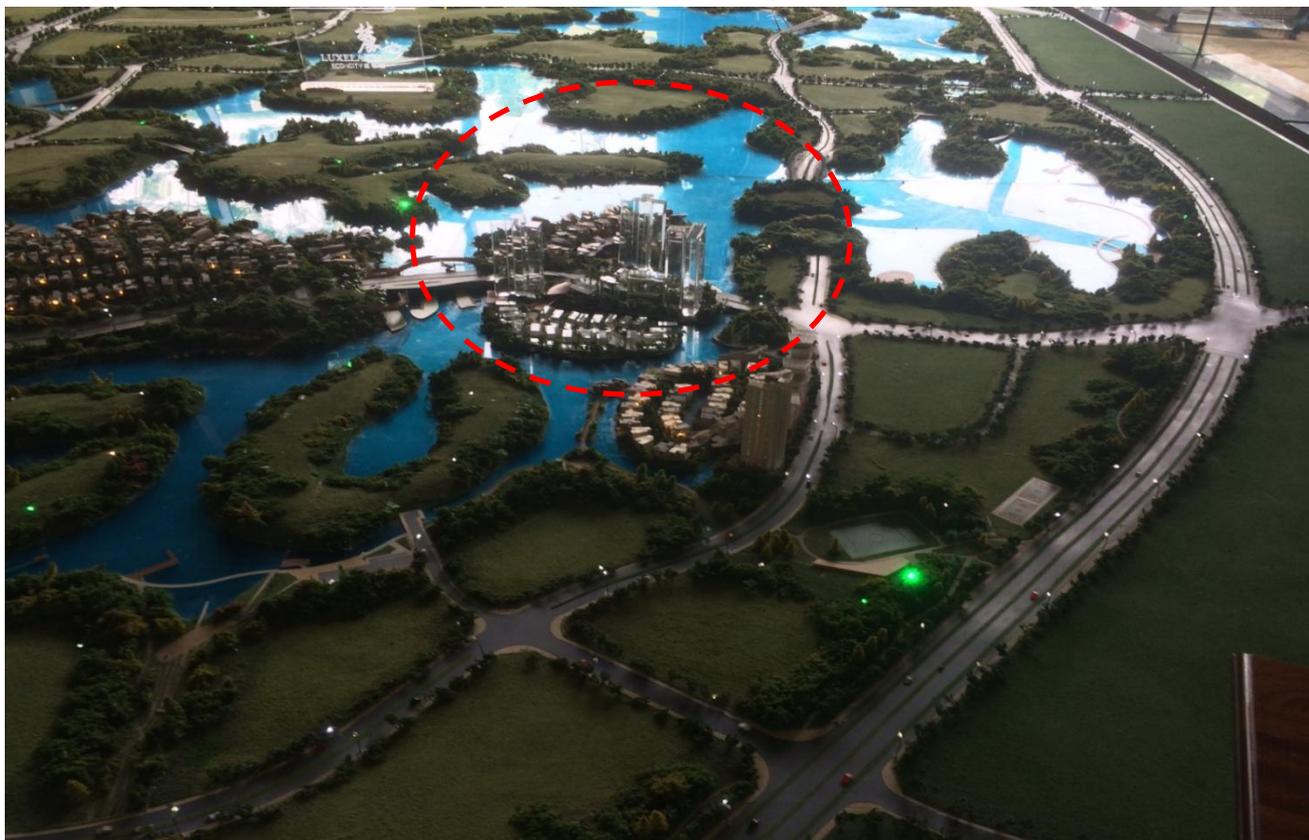


✓建筑面积：260-400 m²

✓建筑数量：湖心4栋

✓占据麓湖唯一中央湖心岛；俯瞰极致湖景；中国西部最顶级高层豪宅，外立面70%为玻璃材质，一个个玻璃盒子在垂直方向被错落拼叠。建筑立面采用虚实流动变化处理手法。

□麒麟荟地理位置优越，占领绝对资源。



✓麒麟荟正位于麓湖湖心岛的核心位置。湖心岛四面临水。仅4栋。

麒麟荟建筑以玻璃盒子为设计主题，时尚简洁。



✓外立面70%为玻璃材质，一个个玻璃盒子在垂直方向被错落拼叠

✓运用石材、质感涂料、金属、玻璃灯多种材料相互穿插，创造出丰富的视觉体验。



- ✓ 背靠黑碟贝，区域内海拔最高，观景视野最佳
- ✓ 享私家入户码头和黑蝶贝顶级富豪圈层（电梯直达）
- ✓ 专为麒麟荟打造私家会所（黄金会所）

麓湖刚刚售罄的九号作品——隐溪岸。



建筑面积：310-450 m²

建筑数量：43席

隐溪岸由美国著名设计公司JFAK设计（公司全程 John Friedman Alice Kimm Architects）

神秘壳、三重壳、蜂鸟树、飞龙树四种建筑设计造型，主要以壳和树为设计元素。

麓湖9号作品

黑珍珠家族的叛逆者



神秘壳

✓ 建筑面积：约310-450㎡

隐溪岸·神秘壳

象一个真正的壳，对外神秘
对内柔软

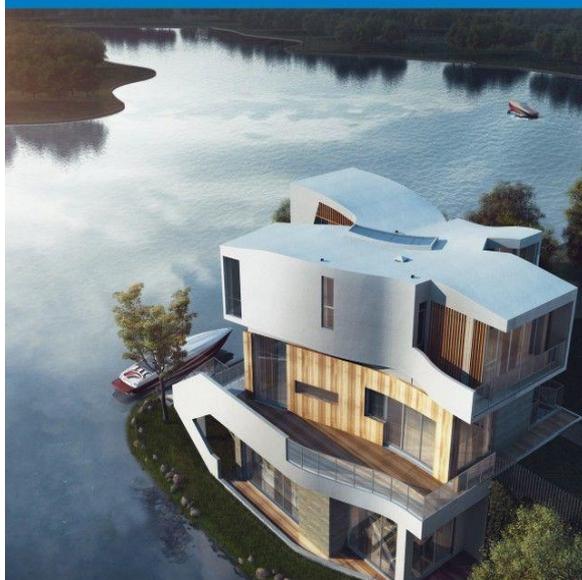


三重壳

建筑面积：约290-420㎡

麓湖·隐溪岸 恍若异星球的太空舱

来自明天，献给今天



飞龙树

建筑面积：约390-450㎡

隐溪岸·飞龙树

树屋从中央分开，延伸到自然里
向每一个房间提供不同的风景



□麓湖最经典的作品，获过无数大奖——黑珍珠。



建筑面积：630-1100 m²

建筑数量：、黑珍珠临湖26席，黑碟贝临湖14席，山顶8席。

设计师：Narendra Patal,美国豪宅定制领域的“沙漠之王”



□麓湖分为低密度产品和高密度产品，低密度产品有500万级别的蓝花屿，也有8千万级别的黑珍珠；高密度产品有130万-360万级别的琉璃溪岸，也有千万级别的麒麟荟。

类型	组团名	价格级别	客群
高密度—1类	琉璃溪岸	130万-360万	中产阶级里的享受者
	水晶溪岸（明年11号作品）		
高密度—2类	云树	200万-500万	企业的高管，企业主等，喜欢电梯豪宅
高密度—3类	澜语溪岸	700-1000万	追求高层享受的有钱人
	麒麟荟		
低密度—1类	蓝花屿	600万-1000万	有一定经济实力的改善型需求置业者，有一定投资眼光
	白玉台		
低密度—2类	沉香谷	1500-2000万	较强经济实力，喜欢别墅生活，家庭成员较多，用于自住
	隐溪岸		
低密度—3类	黑珍珠	6000-8000万	顶级富豪，有高端商务应酬等，用于应酬交际，身份象征
	黑蝶贝		

核心卖点：

- 1、规模巨大—5800亩
- 2、自然资源独特—2500亩的水系面积，2830亩的绿地面积
- 3、城市文化资产打造---全球知名建筑、景观、桥梁、湖泊等等设计师，成功打造了高端文化品牌。
- 4、产品的创新和精雕细琢

先天资源
+
精准定位
+
后天借力
实现产品高端
调性
+
价值空间

有钱人，成为
目标客群

+
丰富的产品系

结论

目标客群：

各种有钱人

3

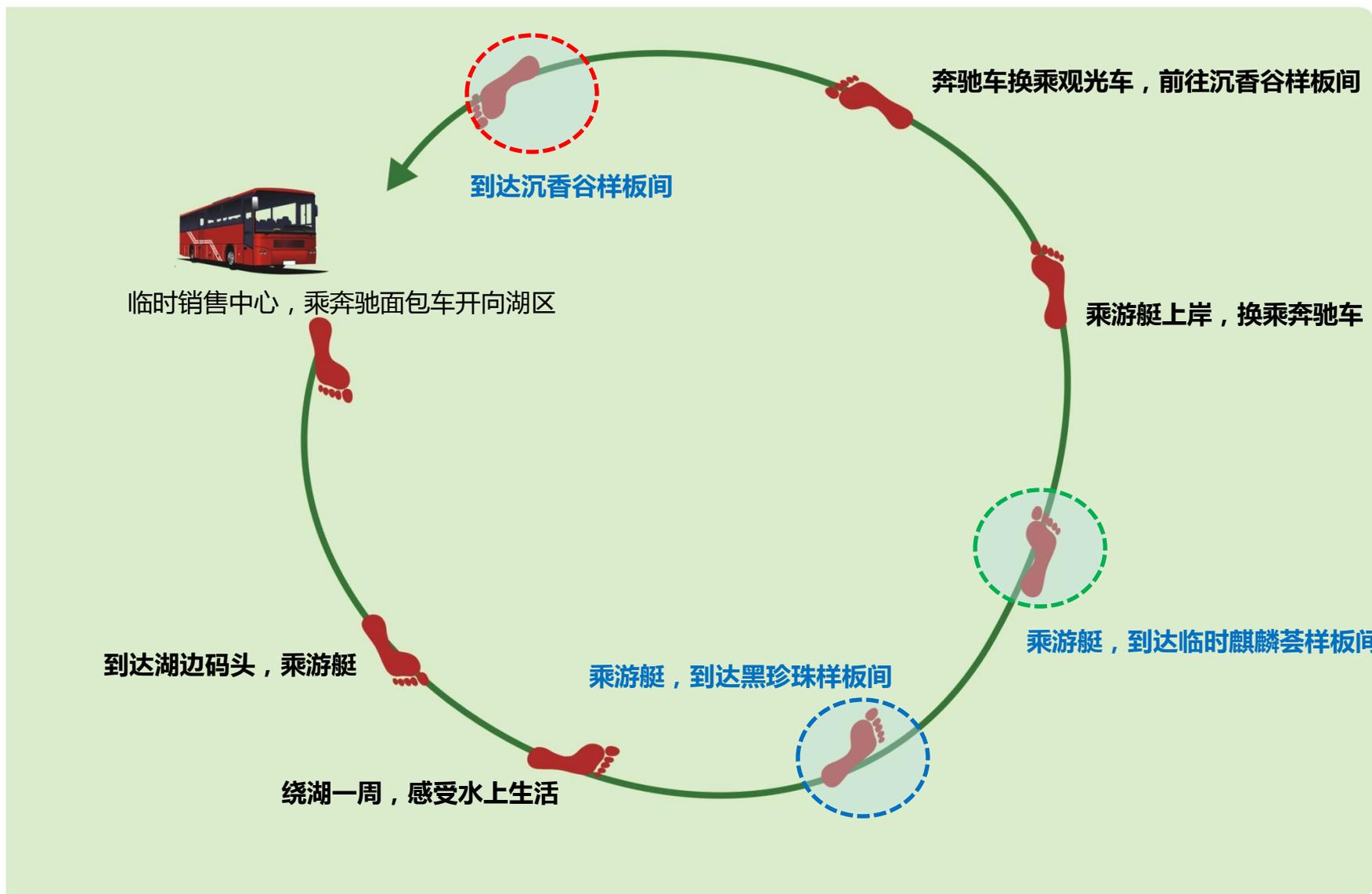
样板间品鉴



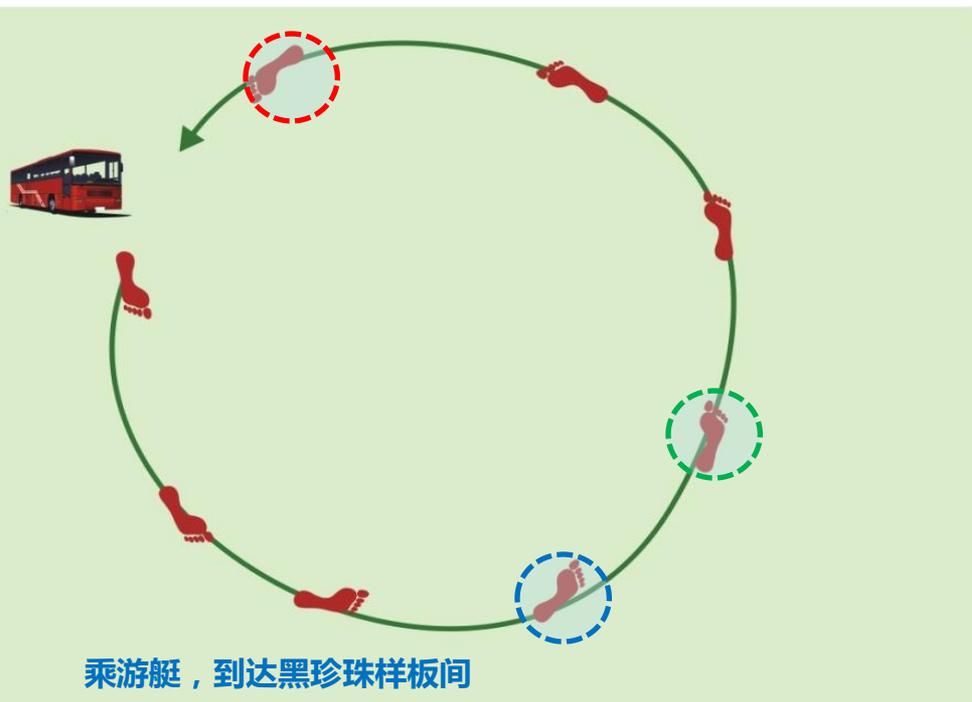
黑珍珠

麒麟荟

沉香谷

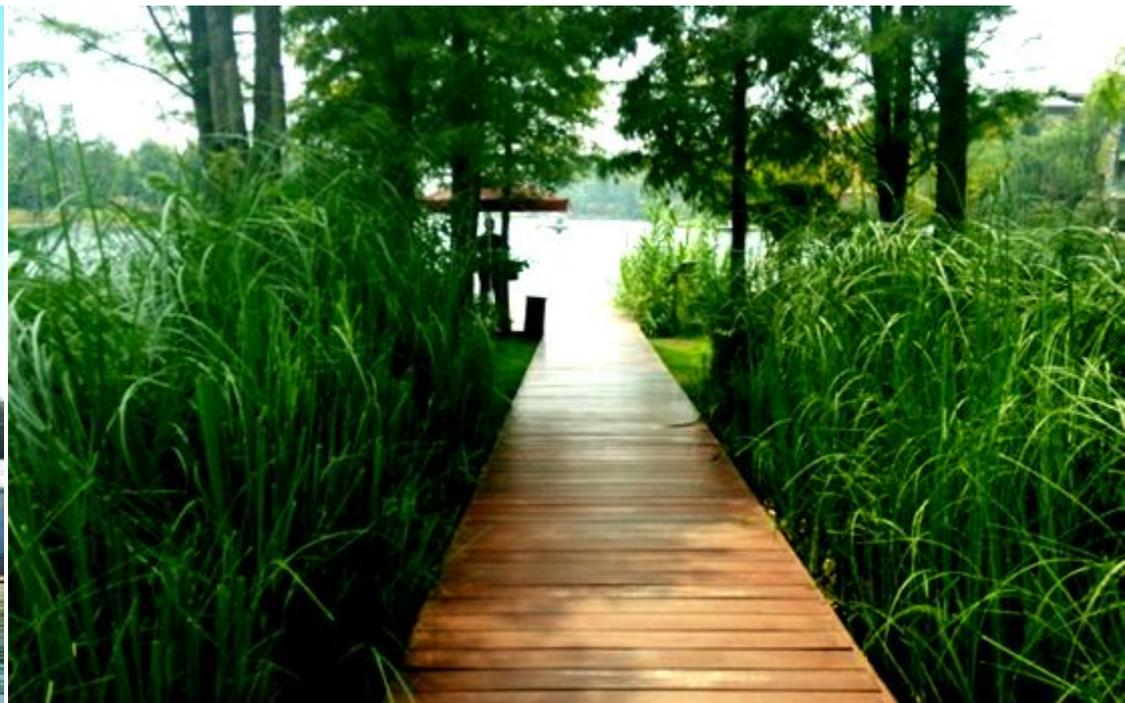


参观黑珍珠





建筑外观



私家码头

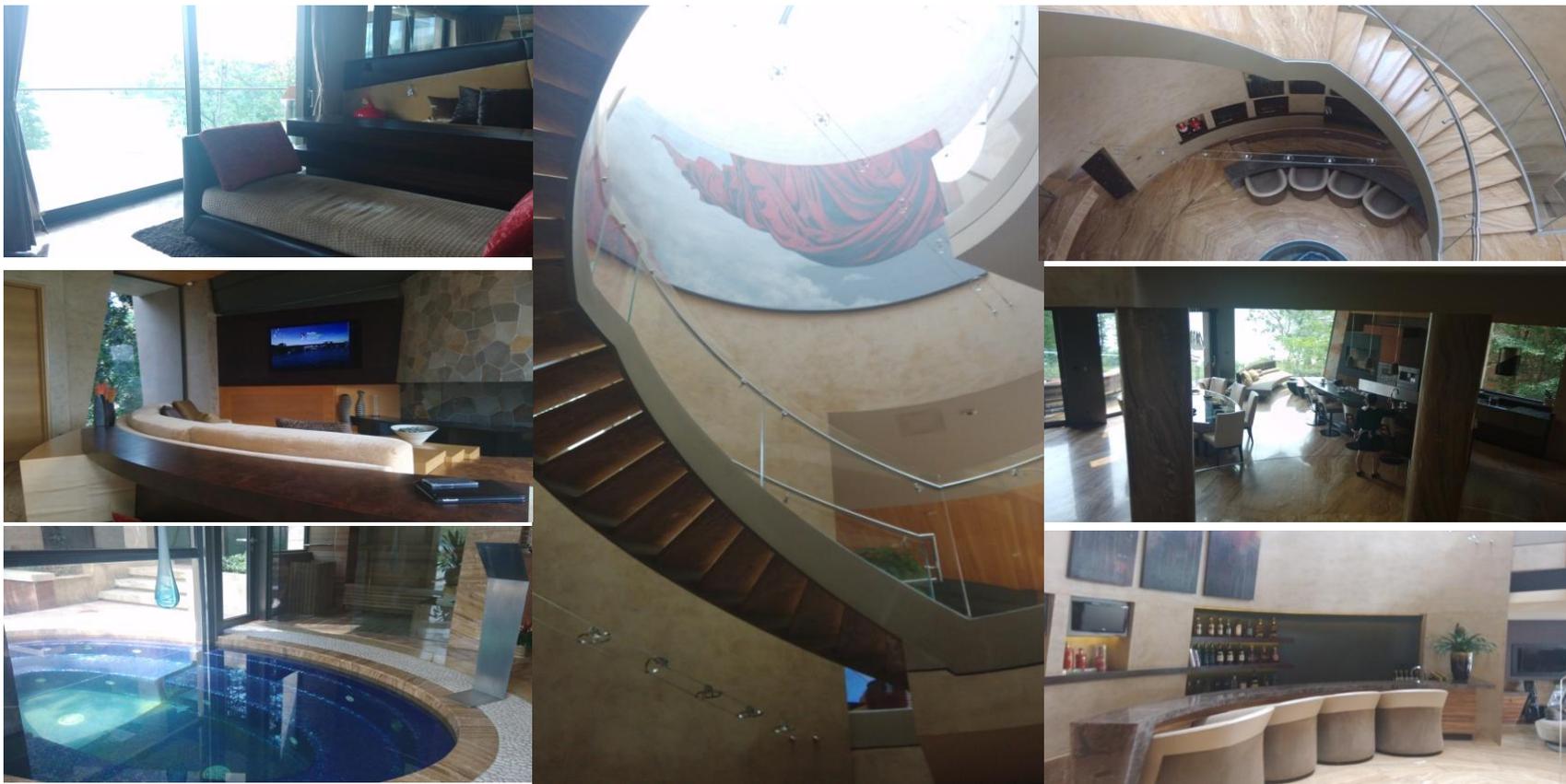
- ▣到达黑珍珠的方式有四种：步行、开车、骑自行车、游艇。置业顾问选择让我们乘坐游艇，目的是让客户感受水上世界（这在成都是罕见的）；
- ▣游艇有专业人员操作，到达样板间的时候码头上有1位男性保安敬礼致欢迎词；
- ▣黑珍珠有3位女性管家：一位负责给客人穿鞋套；一位负责给客人端盘送水（有雪碧和矿泉水，雪碧有冻了和常温两种）；还有一位负责记录客户情况，比如参观人数，性别，年龄结构等；

室外：黑珍珠在湖边，通过私家码头上岸以后，可以直接入户到客厅，也可以通过旋转楼梯，上二楼露台入户。



从码头通往二楼的楼梯

□室内结构：可由环形楼梯通向每一层



✓整个室内空间呈现圆柱螺旋的表达方式，中央圆形天井居于建筑中央，每一层的空间均环绕此楼梯设置。室内环形楼可通向每一层。



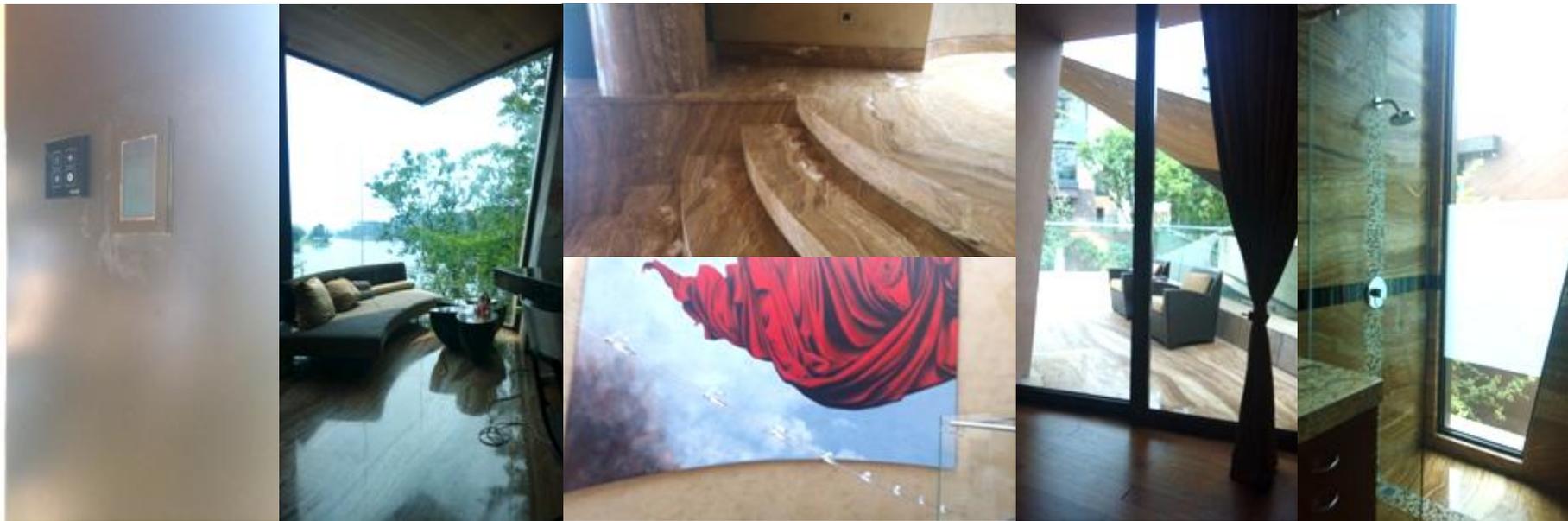
客厅： 和传统豪宅相比，黑珍珠并不分割出很多房间。而是将所有主要房间聚合成一个大空间，带来全新的生活方式。

✓对于Party和私宴来说其广阔的空间，绝对称得上毫无前例的体验。



负一层的娱乐室：不对称性是黑珍珠样板间的设计理念。几乎没有垂直线，大而流畅的曲线、夸张的斜线分割出不同的异性空间，但始终保持审美的基本原则：稳定、平衡。

▣装修材料：均采用定制的石材和玻璃



- ✓内装陈设也由Patel全程负责，从美国直接采购，以保证从设计到实现的纯粹和完整。
- ✓室内地面和台面均采用黄色纹路的石材，体现了其装修风格的高贵、沉稳与端庄。
- ✓室内墙面大面积采用定制玻璃，不遮挡室内取景。二楼阳台的玻璃门**可完全隐藏于墙内**，这道玻璃门造价高达**80万元**。
- ✓楼梯墙面上的画是以为知名艺术家的作品，为了把这幅画挂在弧形的墙面耗费了大量的人力。体现了设计师对室内设计的用心程度。

室内景观：空间贯通延展与自然亲密接触



入户厅



户外景观池 直接进入二楼的楼梯



✓将传统的室内楼梯外露。营造一种与风雪雨露亲切交流的居住体验，更把底楼入户与楼层入户的动线分割开来，保障了空间的独立性。

✓通过建筑基底的造型的水景景观小品，自然将水岸的资源过渡到室内，居水生活更加贴身。

✓入户大堂有一扇可以完全隐藏的自动门分隔开，关闭大门，室内室外在空间上贯通。在体验式带来一种通透感。

▣室内景观：室内桑拿和室外桑拿可同时享受



✓桑拿房位于下沉式负一楼外墙面边界处，桑拿浴池呈椭圆形，一半位于室内，一半处于室外。并且外墙玻璃墙面没有隔断水面，所以可同时享受室内桑拿和室外阳光桑拿。

▣细节设计：开放式空间，不规则格局



酒吧区

- ✓ 三维几何+创造性规则=完美建筑
- ✓ 室内空间无论是地上还是地下，都是一种开放式的，极少阻隔的。
- ✓ 遵从不规则外立面形成不规则室内空间，因势利导创造出层次丰富、错落有致的布局。

黑珍珠：麓湖顶尖产品 定制艺术巅峰 价值典范

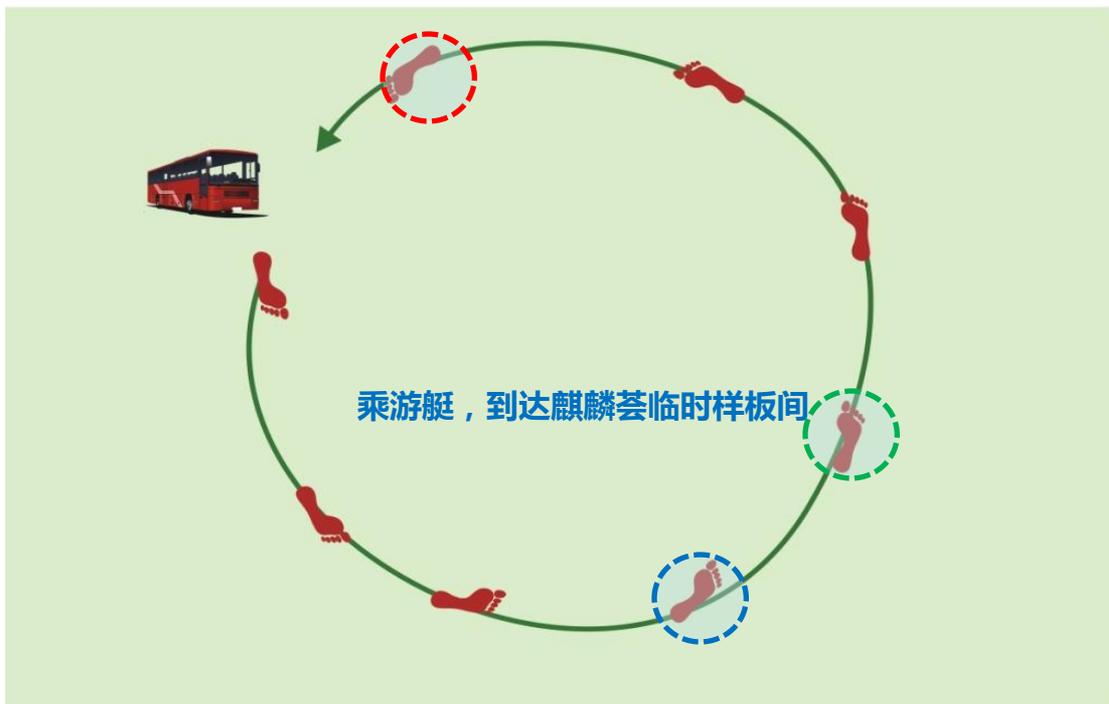
黑珍珠开盘售价1500-2900万/套 现今已达1.2亿套，升值空间巨大。

面向客户为全国最顶级富豪，仅入会费就达50万之巨。

黑珍珠围绕着独特的水景资源打造了水陆至少4种入户方式。
(游艇、汽车、步行、自行车)

从整体氛围的打造来看，黑珍珠偏向于商务，居家气氛比较淡，且目前的购买入住率较低，投资属性较大。

参观麒麟荟



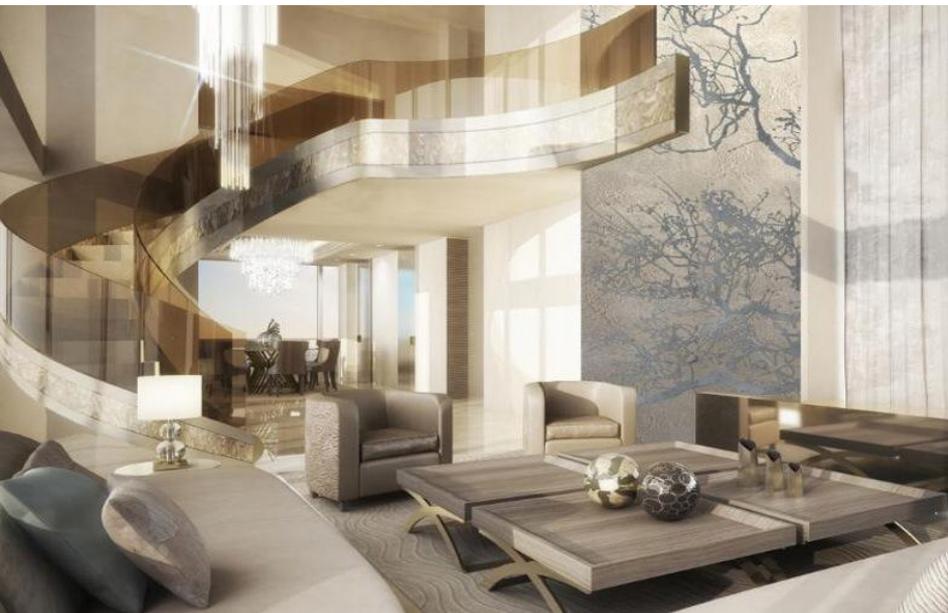


- 麒麟荟的临时样板间位于澜语溪岸28层，正式样板间将于2014年9月开放；
- 我们一共参观了两套，一套精装28层，一套清水29层顶跃；

户外180° 观景阳台

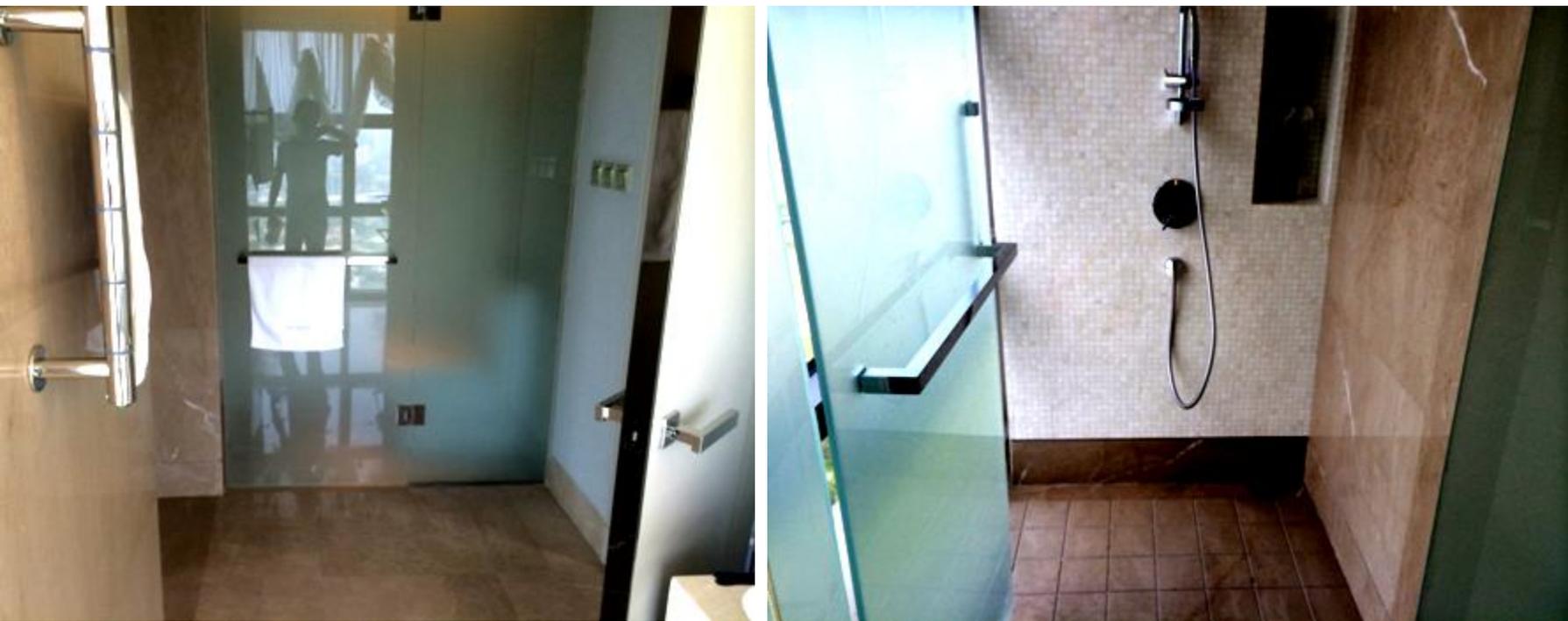


- 麒麟荟正在建设中，从样板间望去，刚好看到位于湖心的麒麟荟工地；
- 目每套住宅至少都保证了180° 观景阳台，麓湖风光一眼尽收眼底。
- 顶越更带有无边界天际泳池，尊享电梯豪宅“云端、天际”生活。



▣装修标准:

- 精装房全部由意大利知名设计团队精心雕琢。
- 置业顾问介绍有三种装修标准：4000元/㎡，5000元/㎡，6000元/㎡



创新的卫生间设计

- 户型最大亮点在于为主卧与老人房双向进入卫生间，且把浴室、厕所、洗漱台用玻璃门隔开，三人同时使用毫无影响。
- 整个室内空间大量采用半透明玻璃与石材质地铺装，意在打造开放、良好的室内和观景体验、

麒麟荟：麓湖电梯豪宅战略作品 核心资源 顶级配置

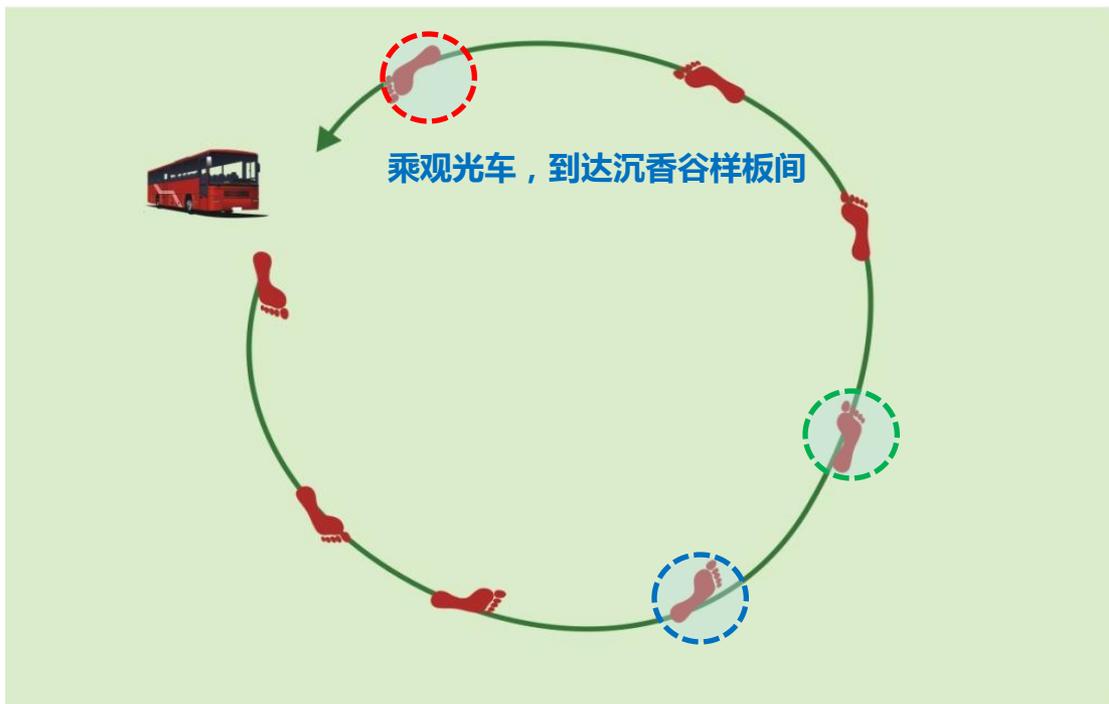
麒麟荟预计8月底开盘，目前清水房源100套左右，均价20000/㎡，精装价格30000-35000/㎡。

面向客户为社会精英人士、企业主，入会费10万。本次客户为一家三代外省人士，为老人购房。

麒麟荟同别墅一样拥有入户码头，尽享多种出行方式。

配套万华酒店式高端物业服务(蓝卡健康会所、黄金会所等)。

参观沉香谷





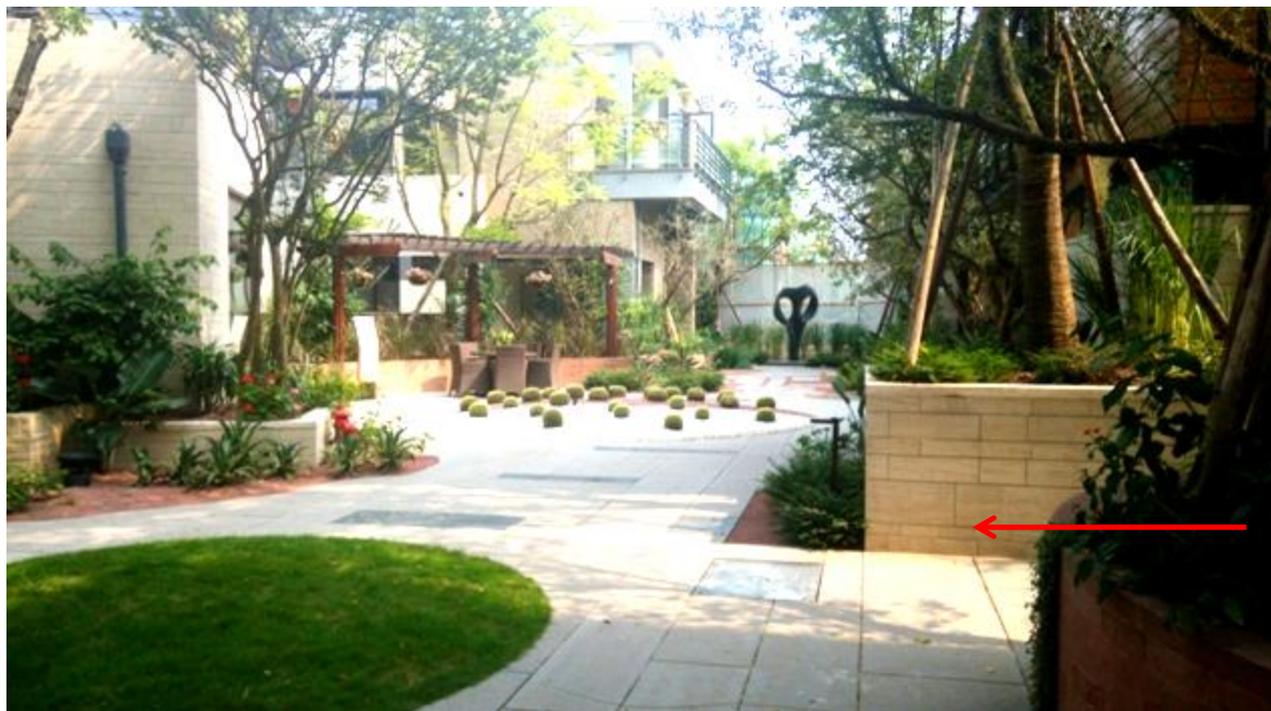
- ▣设计师：Dion McCarthy, Design；沉香谷整体的风格是混搭的庄园风格
- ▣沉香谷位于森林公园内，离湖区有一定距离，主要是坡地景观；
- ▣我们一共参观了两套，一套四层大面积样板间，一套三层的较小面积样板间；

- ▣下了观光车，拾阶而上，设计师采用的是原始敲凿而成的台阶，让我很是惊喜，有回到儿时走过山路台阶的感触；
- ▣麓湖在天然浅丘的基底上，进行人为的设计和改造，引进大量国外的植被，将人工与自然完全融合在一起，和谐而不做作，营造出第一无二的园林景观。

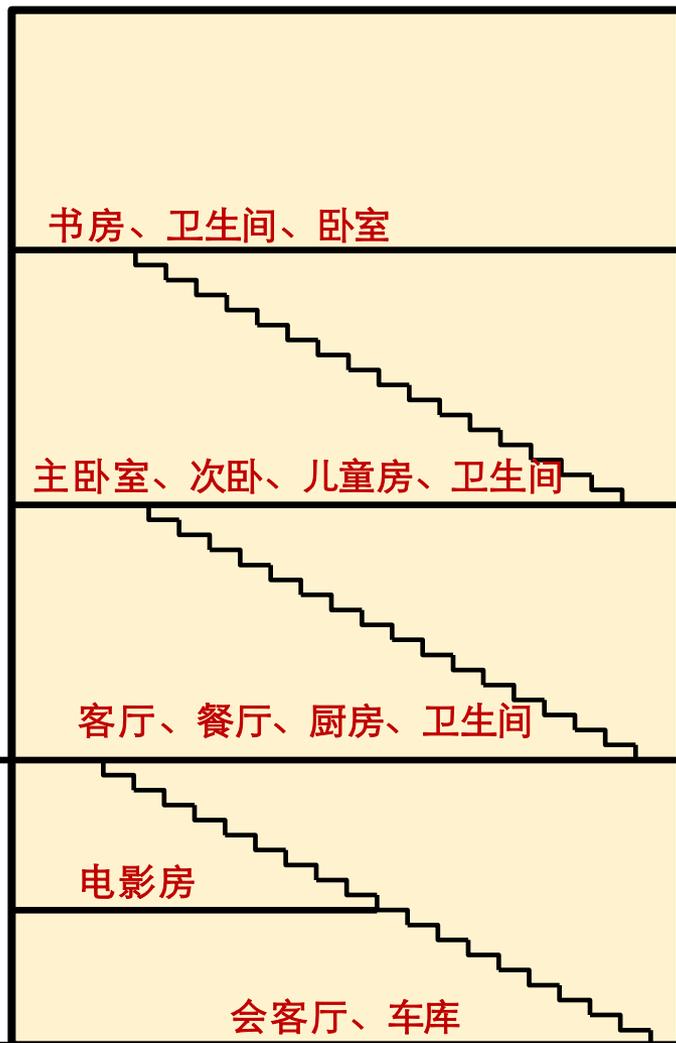


院落式别墅布局，有台阶矮墙遮掩

- ✓上了台阶，眼前突然开阔，一种大院的感觉生成；据置业顾问介绍，这样一个院落大概有四五户住户，大家可以在大院公共区玩耍。这样既有隐私性，又有邻里亲和力；
- ✓另外，在交通动线上，考虑孩子和老人的安全，沉香谷社区整体架空，在社区入口处就进行人车分流，车行地下，地上空间全部留给居住着步行活动。



室内布局



游泳池

▣地下负一层：度假式空间设计，回家就是享受



视听室

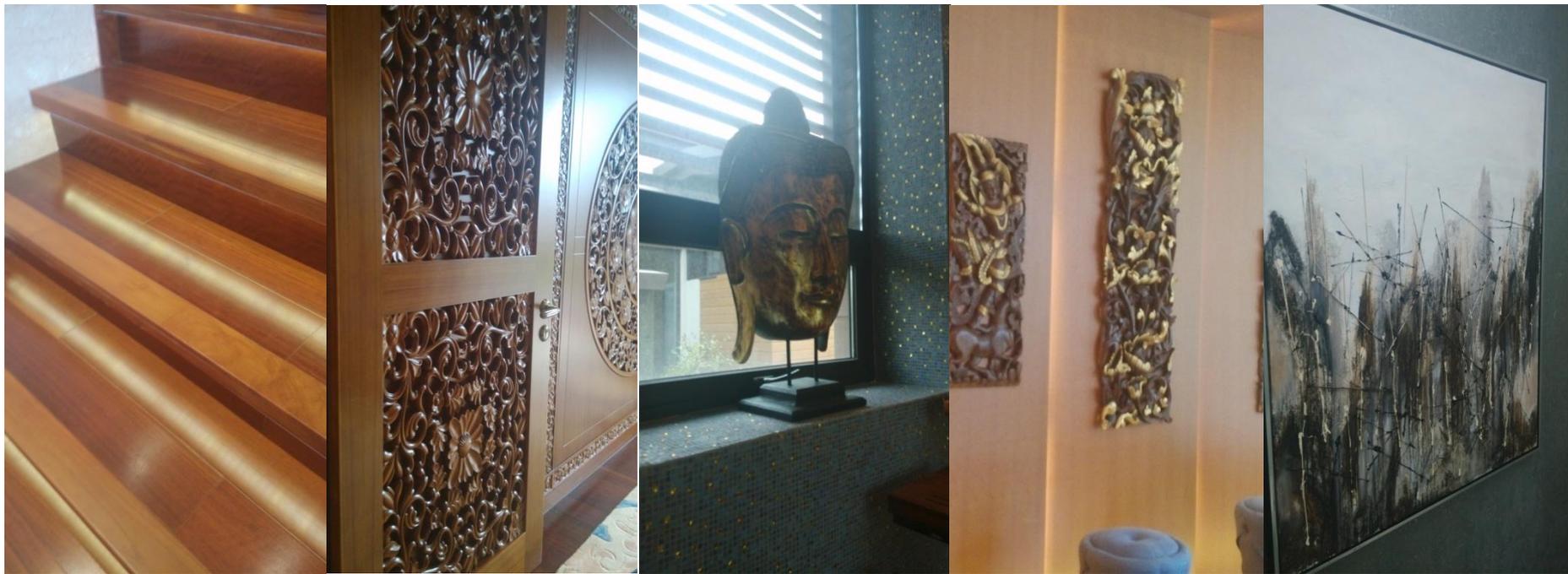


SPA池

✓在地下负一层的错层出设置家庭电影房，满足家人周末看电影的需求。扇形的空间的设计，更有利于电影观看的视角，同时也可以增加室内的容纳量。

✓室外游泳池、花园和室内的会客厅、棋牌桌，可以满足周末和朋友的娱乐活动。

室内装修：自然的语言，讲述自然的建筑



- ✓沉香谷的室内设计是由其建筑设计师Dion设计的。
- ✓大量采用木制雕刻工艺品和金属工艺品的完美结合，古典中透出一股居家气息。
- ✓在楼梯和过道的墙面上贴挂艺术画，古典中透露出主人的现代艺术品位。

沉香谷：低密度住宅 以享受生活为主色调 度假空间设计

沉香谷面积350~460 m²，每套售价在1000-2900万。

面向客户为社会精英和企业主，入会费10万。
本次客户为一家三代外省人士，为老人购房。

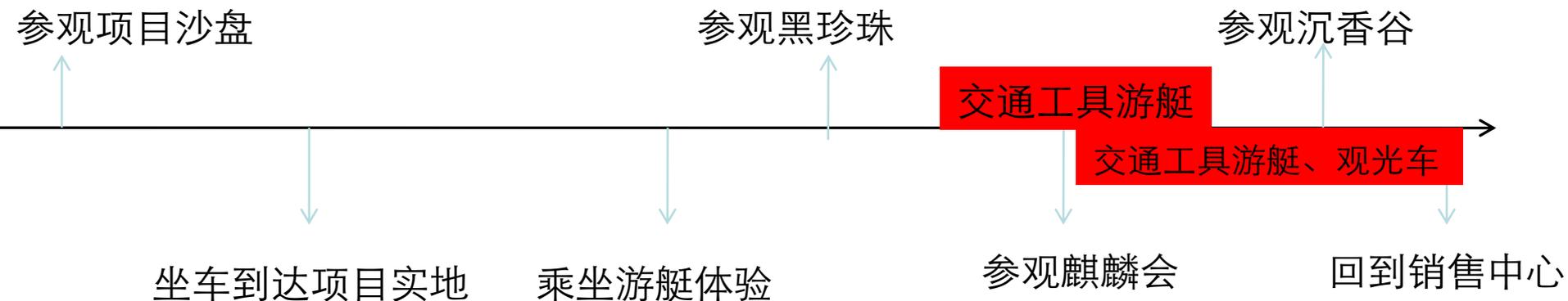
社区内完全实现人车分流，让业主有更多、更安全的活动空间。

沉香谷的定位是一个纯粹为生过打造的产品，其建筑和设计都体现了财富阶层对生活的尊重和关注。

4

体验式营销

麓湖营销理念：把未来现在化，提前感受尊荣人生 亲水生活



参观动线

▶ 目从现场来看，麓湖项目的置业顾问素质明显高于业内平均水准，无论在项目的解说，还是对客户关系的位置来说都显得十分专业。



高素质的职业顾问

虽是借景 但也是符合项目整体形象



➤麓湖现在的销售中心现在并没有完工，借用的是麓山国际的售楼部，但是其建筑外立面和内部线条、布局也十分符合麓湖产品的定位。

展现独特资源 体会尊荣生活体验



- 参观路线中，无论是座游艇还是观光车，沿途都竭尽全力想要表达出其独一无二的资源和尊荣的生活方式。
- 可以很明显的看出，在示范景观带，麓湖明确的给了参观者以未来生活的提前体验。

全景展示水生活 未来现实化





- 麓湖的核心是资源，而资源里的核心则是平原上的“威尼斯”。从选择游艇走水道参观，而不是陆路，就可知其价值地位。
- 水域两岸的植被、水岸构造、清澈见底的水质，则在提醒参观者，宣传中的独一无二的水上生活是触手可及的。进一步让参观者认同麓湖价值。

物管体贴入微 营造居家氛围



- ▶ 黑珍珠配备了至少5名管家，参观者进门就会有专人服务：换鞋套、拿包等。
- ▶ 给参观者提供冰镇和常温的矿泉水和可乐两种选择。
- ▶ 管家在自己的位置工作，如吧台、客厅、功能室等。直观的给参观者表现出实际居住的体验，而不是一座没有人氣的建筑。

THE END!