

# 猴福加速度 地产聚焦点

## 8.796亿元落子郑州 逐鹿中原 开创2016金科新格局

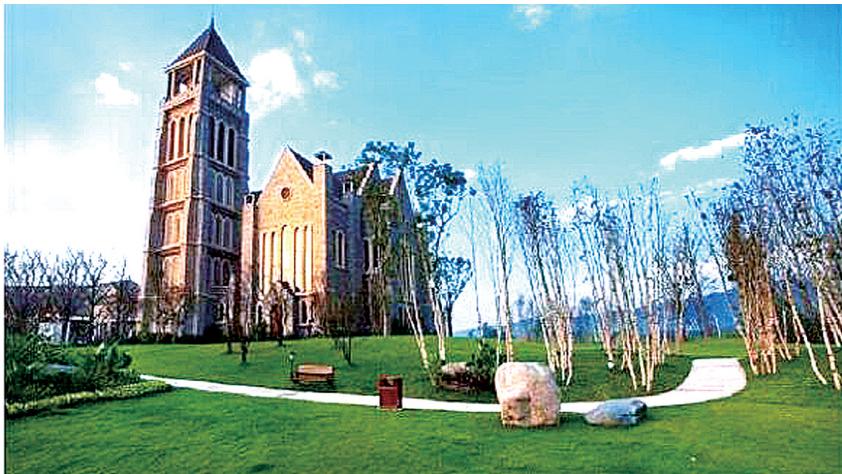
### 金科正式布局郑州

此次所得地块面积约128370.23平方米(约193亩),是高新区瓦屋李城中村改造项目首批一宗,标志着金科布局郑州的发展战略在开年之际喜结硕果,命名为“郑州金科城”的瓦屋李城中村改造项目开发建设的大幕自此恢弘开启,金科在郑州的“报春第一枝”傲冬绽放。

郑州金科城位于郑州市西三环旁,高新区主干道科学大道解放军信息工程大学正对面,首期物业类型以高层住宅和洋房为主,高层为新古典主义建筑风格,洋房则为草原新亚洲风格,整体采用半围合式布局。社区内配套有郑州中学等从幼儿园到小学到中学的全链条教育资源,让业主子女足不出城就能享受一站式优质教育,并且配建社区商业,实现商业与社区的分隔,为业主缔造缤纷的社区生活。

金科的产品力、服务力不仅为100万业主感同身受,有口皆碑,业主满意度高达95%以上,部分社区甚至达到百分百的满意度和收费率,而且在全国地产界、媒体界已形成广泛的共识和如潮的好评。郑州作为全国第一人口大省河南的省会城市,作为全国人口净流入排名第五的城市,作为发展成为千万级人口规模的国家级中心城市和国际航空大都市、内陆开发高地,房地产市场广阔,前景向好。

1月27日上午9点30分,金科以8.796亿元竞得河南郑州高新区瓦屋李192.55亩城中村改造地块,此举标志着金科正式布局郑州。金科集团对郑州市场非常看好,高新区目前是郑州的价格洼地,前景很好,对地块的价格和位置都比较满意。据金科透露,未来项目将以刚需产品为主,涵盖高层和洋房,预计今年三季度开盘。赵娟



### 金科以“招牌菜”洋房打造金科城

高品质奠定了金科业界的美誉和市场实力。基于对住宅开发的专注和专业,金科拥有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”四项专利。这在房地产开发商中为数不多。公司产品

设计空间合理、细节周全、人性化强,成熟的园林景观打造能力和上乘的物业服务水平,也极大提高了产品品质。这些在得到市场和客户高度认可的同时,也成就了金科“花园洋房之父”“中国住宅产品专家”“中国民居文化旗手”等多项业界美誉。

### 金科未来将在郑州实现“五子登科”

金科经过多年持续、稳健的发展,已形成了以地产开发、新能源发展为龙头,产业综合运营、社区综合服务、酒店园林等协同发展的多元化产业结构和业务格局,在中国房地产指数研究院近日评出的2015年中国房地产销售百亿企业榜单中,金科以年销售收入312亿元、销售面积448万平方米的成绩位列全国房企第23位。目前,金科总资产近1000亿元,品牌价值接近100亿元,连续多年客户满意度95%以上。

截至目前,金科的全国化发展战略已完成布局“中西部、长三角、环渤海”三大区域。全国在建项目70个,拥有员工1万余名,业主近100万人,公司土地储备可建面积超过2000万平方米。

金科虽然迟来,但是未来郑州将会成为金科战略性布局的重点城市,将会成为金科全国化战略的一个全新主战场,我们既来之,则深耕之。

金科城作为金科进入郑州的首发之作,将举金科18年、38城、258个项目、100万业主的厚积,志在为郑州城市建设、郑州房地产开发再添一座新地标,再树一个新标杆,以品牌、产品、服务厚报中原,礼献郑州。

未来,金科还将继续进入郑东新区北部区域,经开区滨河国际新城、郑东白沙、绿博组团、中原新区等潜力及热点区域,在郑州的东西南北中遍地开花,让金科在郑州“五子登科”,让更多的郑州人享受到金科的品质住房和优质服务。

## 共鉴荣耀 创赢未来 升龙举行“赢·2016”主题年会

1月25日,升龙集团在郑州郑东新区国际会展中心轩辕堂召开“赢·2016”主题年会。升龙人、合作伙伴、媒体等欢聚一堂,一同回望升龙集团进军中原的辉煌历程,展望新的一年再铸辉煌。赵娟

### 好戏连台 共享视听盛宴

精彩的演出、丰盛的晚宴,让齐聚现场的嘉宾享受到了一场视听与味觉的双重盛宴。下午5点,随着主持人一番慷慨激昂的开场白和一段喜庆活力的开场舞之后,活动正式开始。一段视频,详细回顾了郑州升龙10年来的光辉历程,随后升龙集团各项目高管团队亮相,为大家对升龙集团的支持表示感谢,并送上新春祝福。

《群猴闹春》《南山南》《花满楼》等喜庆的舞蹈、精彩的歌曲、活灵活现的美猴

王,年会上,多才多艺的升龙人自编自导的节目时时博得在场观众的热烈掌声,也彰显了升龙人奋力拼搏、激情昂扬的斗志与活力。

升龙集团在本次答谢会上,为到场嘉宾准备了非常丰厚的奖品,品牌净水器、折叠自行车、APPLE WATCH、iPhone 6S等精彩的抽奖环节让与会嘉宾收获满满。最后特等奖价值20000元的欧洲五国双人10日游,更将活动带入了高潮。

### 砥砺前行10年10座城 2016年目标70亿

十年砥砺前行,升龙集团在河南实际交付量超1600万平方米,住在升龙开发小区的业主超过50万。2006年升龙集团进入郑州,从立足于金水区、扩张于二七区,再到崛起于中原区,然后东达郑东新区、西进高新区、北拓惠济区、南下管城区,建成了曼哈顿广场、升龙凤凰城、升龙国际中心、升龙城、中原新城、升龙天汇广场、升龙又一城、升龙汇金广场及鹤壁升龙广场,升龙10年造了10座城,建成了15万套房子,为郑州的城市化建设作出了卓越贡

献。其中,2013年业绩达到了顶峰,实现了单城销售103亿元的突破,得到了社会的认可和良好的口碑。

对于2016年升龙70个亿的销售目标,升龙集团副总裁、郑州地区总裁肖浩然在登台致辞中坦言,面临的压力仍然不小,意味着2016年营销团队要卖掉7000套房子。房地产行业的黄金时代已经不在,需要所有升龙人都要付出超过以往任何一年的努力,只有付出更多的努力才能达到这个目标。

## 升龙集团郑州区域2016年业绩目标



### 深耕中原 升龙不会离开郑州

2016年,10年升龙再出发,发展的任务与历史遗留问题的解决同样沉重。在年会上,敢于面对、勇于担当是升龙人给予人们的崭新印象。

“每个企业在快速发展的过程中总会面临各种各样的问题,2014年开始,随着大量商品房和安置房的交房,各种问题开始出现。到2015年,升龙可以说站在了风口浪尖上,负面信息层出不穷。当我们冷静下来认真反思升龙这10年的发展之路时,认识到我们在扩张过程中太在意发展速度而忽略了对产品的追求和客户的需求。”

“升龙在郑州的土地储备还有300亿的货值,我们还有1500名员工,还有50多万名业主,我们有什么理由放弃我们的大本营。”在活动中,肖浩然不仅对近两年升龙在郑州所遇到的客户投诉、各类负面消息给予了正面回应,同时还强调,“升龙不

但不会离开郑州,而且还会以每年开发一个新项目的目标继续深耕郑州这片热土和福地。”

出于对中原人民的厚爱与感恩,肖浩然诚恳地表示,2016年升龙将放慢脚步,认真反思,从心出发,回归到提升产品品质,回归到满足客户需求,把问题当成改善升龙品质和口碑的机会,不回避每个问题,不放弃每个提升的机会,走出困境,赢得市场,赢回尊严,再铸辉煌。

