



中国首座滨海星河湾

坐拥2.8公里

绝美私家海岸线，骑海木栈道

南向瞰海新品华宅

恭请品鉴

尊贵专线
(0532)

677 66666

FOUR SEASONS

四季

四季

FOUR SEASONS

星河湾
二线城市战略告捷

再进百强 获广厦销售冠军赛后
星河湾内功求变

逾万人投票十大房企
星河湾获评品牌房企质量口碑三甲

2015年秋季号9月

星河湾半岛
STAR RIVER PENINSULA

走进客厅的大师们

王冠雄、罗军、吴晓波联袂解读大时代

第一集
主题方向：“互联网+”时代的企业转型

第二集
主题方向：如何把握企业在未来的全球发展机遇

第三集
主题方向：新消费时代与消费升级



二〇一五年秋季号·9月



卷首语



在有限的空间里过无限广大的日子

入选美国《时代周刊》“2015 全球百位最具影响力人物”的日本市家设计事务所以独到的日式生活方式哲学声名远播。她帮助人们减少生活中的杂物、重新发掘收获了巨大的成就感，她的生活观可以概括为：“争取在理想的房子过上理想的生活”。经过苦心钻研和无数调整之后，近藤麻理惠的“心动”是对房子和生活唯一正确的取舍标准。

面对星河湾的房子并不会“心动”的人恐怕很少，因为星河湾的房子体现品位的细节、追求完美的努力有目共睹。十余年来，作为备受推崇的中国豪宅标杆企业，星河湾一直坚持高定位、大手笔投入配套。去年，除了对原有 250-350 平方米经典户型的继续研究与优化，星河湾还增加了 120-150 平方米的户型。今年在深耕一线城市的同时，新进入青岛、西安，推出了 130 平方米以下创新产品。今年 6 月浦东星河湾项目

在第三期又推出了 109-118 平方米两居创新产品，满足了一部分对品质要求高但总价有限的客户群体，让更多人可以实现“争取在理想的房子过上理想的生活”这样的居住梦想。

星河湾目标始终是吸引“高净值人群”，该人群指个人资产在 800 万元以上，2014 年人数已达 290 万人，从地理分布看，北京、广东、上海占据了全国的 49%，这也符合了星河湾的分布战略。未来一线城市供应量将占整体供应量的 50% 以上。专家认为：“星河湾给‘豪宅’是高需求深度细分的产品，这个户型设计并不是针对高端客户的独立居住需求，是对高端客户在需求深度细分的结果。也是对一种新型生活方式的引领。对于豪宅来说，价格可能不是最主要的因素，细分市场、挖掘需求才是营销的关键所在。”

打造“零浪费”小户型是星河湾在豪宅市场首次尝试。拥有新古典、经典两种风格，装修方面依然采用与帝王经典户型的相同标准，是极致品质的豪宅。

不过，最居住的地方是星河湾这样的豪宅。如果你没有好好整理房屋，正确取舍物品，谈不上有极高的生活品质吧！正如台湾作家林清玄在《你心深处，都有力量》中所说的那样：生活品质是长久培养了求好的精神，而求好自信、有丰富的心灵世界。

幸福不是房子有多大，而是房子里的笑声有多甜。所以，也许你会赞同这样的生活观：无限广大的日子。

主 办：星河湾集团

总 顾 问：吴惠珍

总 编 辑：谭伟江

执行总编：韦凤君 何燕

责任编辑：张莹

通 讯 员：何飞飞、曾彩凤、何承珊

唐湘华、丘会静、苏一力等（排名不分先后）

出 版：星河湾集团品牌部、新闻中心

地 址：广州市番禺大道北1号

电 话：(020)-3920 9968-8635

网 址：<http://www.star-river.com>

微 信 号：xhwjtwexin





06 星专题

- 星河湾荣获博鳌房地产论坛风云大奖 06
- 星河湾二线城市战略告捷 12
- 沪广赛中脱颖而出星河湾内功求变 16

12 星万象

- 逾万人投票十大房企，星河湾获评品牌房企质量口碑三甲 19
- 星河湾半岛定制晚宴与别墅共进午餐 20
- 星河湾逾 99% 交房率领跑市场 样板房 = 交楼标准 22
- 北和星河湾携手财富精英 共推文化产业发展 24
- 持续遇见新生活 星河湾助力龙舟赛竞渡千年古城 26
- 世界网球大师集结星河湾 港心打造网坛新势 28

25 星生活

- 一分钟掌握“优雅 Pose” 世界礼仪皇后亲临星河湾半岛 30
- 人物专访：澳洲第一夫人爱用礼仪顾问零距离接触 32
- 酒店专栏：星河湾酒店：把每一个细节做到完美 34
- 真情奉献“佳”园有你 庄府得经典尊享盛筵之旅 38
- 星河湾连续两年助力广州市慈善项目推介会 40
- 实景 APP 携手星河湾物业实现“福利到家” 41
- 跨界大奖 当歌剧女王遇上粤曲名家 42

39 星元素

- “星享汇”会员私密聚会共探品牌革新 44
- “进生长健身杯”第一届星河湾社区星跑赛圆满落幕 45
- 上海星河湾将开展维护部大比拼 47
- 26 人创造校运会新纪录，星河湾小学创校“吉尼斯”挑战赛揭幕 48
- 星河湾中考再创新高 97% 超国家示范性高中录取线 43

48 星分享

- 这才是夏天，见过如家中水疗一样的星光浴吗？ 50
- 星河湾社区配套一览表 54
- 连载 56

星河湾荣获博鳌地产论坛 风尚大奖

品质是生命线 文化是主打牌



2015年8月中旬，第十五届博鳌房地产论坛在海南三亚举行。在这场中国房地产业最权威的行业论坛上，引人关注的中国地产风尚大奖也随之发布。凭借“舍得、用心、创新”的品质理想主义和20年来的坚守与担当，星河湾集团荣获中国地产风尚大奖“2015中国最具影响力地产品牌”，成为博鳌论坛上最受关注的地产品牌之一。

而就在5个月之前（2015年3月），星河湾集团与万科、绿地集团、万达商业等，曾共同入围“2014中国地产卓越100榜”，并荣登“2014年度中国地产品牌价值榜”15强。6月，房价点评网在上海地区开展了品牌房企的投票活动。在逾万人的投票大战中，星河湾集团以明显优势荣膺品牌房企质量口碑榜首。

根据《2015上半年中国房地产企业销售TOP100排行榜》，星河湾排在第70位，比之前上升了23位。分析指出，“星河湾的销售均价高达30825元/平方米，是全国房企中最高的。星河湾在该领域的美誉度使其未来有较大的上升空间。”

可见，不断收获殊荣和赞誉的星河湾品牌受到了业内人士和购房者的一致认可，既叫好又叫座。那么，星河湾的品牌影响力究竟从何而来？星河湾集团副总裁戴森、星河湾集团董事长助理及集团营销总监谭伟江现身说法，为我们分享了星河湾集团脱颖而出的独门秘诀。

以品质为核心

自星河湾在广州华南板块的楼盘上打下第一根桩，从“把滩涂变作美丽的蓝湾”开始，以品质为核心的星河湾品牌，就开始了传奇的缔造历程。

早在2004年，星河湾就率先在中国地产行业提出了《品质论》产品主张。针对“品质”，星河湾从工程、园林、物业等多方面都有自己一套严格的标准：106个细节体现了苛刻的“星河湾标准”。

“从园林景观、产品户型到精装修选材用料，星河湾都做了深入研究。”星河湾集团副总裁戴森可思表示，星河湾的产品其实来之不易，背后是多年对品质的坚持。

“星河湾不仅在建筑、园林、配套设施等硬件方面达到高端人居的极致境界，其服务能力和意识，对细节和本人的深刻洞察，同样引领当下楼市。”有媒体在分析星河湾交房后如是评价。连树叶上的尘埃，小道的蜿蜒卵石，大堂里的台阶都会用心擦拭，业主笑容背后，是多

达300人的服务团队悉心呵护。业主能想到的所有生活细节，在星河湾都有对应的服务标准体系以及专业团队落实执行，处处可见匠心。

有同行开玩笑地说：“星河湾每次一交房，就又多了一纸义务销售经理。”唐事之情溢于言表。在各地星河湾的新增客户统计中，“老业主介绍”所占比例总是在高端楼市平均水平以上。住进星河湾，感受到星河湾生活之美的人，往往会迫不及待地向亲朋好友推荐星河湾。星河湾的品牌影响力和口碑的魔力可见一斑。

多年的实践证明，星河湾作为中国品质地产的标杆，已经确立了不容置疑的地位。

“舍得、用心、创新”是不变的价值观

星河湾集团董事长助理及集团营销总监谭伟江表示，星河湾对品质的追求始终如一，高品质的房子才能真正打动购房者之心。对于目前快速变革的市场环境，谭伟江说，星河湾不愿因逐利而放弃对品质的追求。

谭伟江介绍，星河湾目前有在售项目有7个，6月份是星河湾的销售高峰。青岛、西安项目陆续入市，浦东星河湾6月亮相的徽豪宅产品也在下半年推出市场。“四季度星河湾将以稳健策略推货，继续巩固市场”。

在介绍星河湾最新动态之时，星河湾的两位集团高管戴森和谭伟江不约而同地强调，高品质产品是星河湾始终追求的“舍得、用心、创新”是星河湾在当前市场中不变的核心价值观。谭伟江亦指出：“在优质地段上以品质为产品增加附加值，正是星河湾的核心竞争力。”

基于对品质的坚持，星河湾并不追求规模。按照“第一居所”计划，继续深耕一线城市和发掘二线前线城市是星河湾的发展战略。

戴森表示，星河湾在拓展方面乐于与实力企业强强联手共同发展。据其透露，星河湾在北京已有一级开发项目。

对于一线城市豪宅的价格走势，谭伟江认为优质地段的高端物业价格会更容易拥有较为乐观的上涨空间。“虽然一线城市各有特点，但是从城市发展来看，优质的核心地段必然是稀缺资源。”

此外，谭伟江认为，城市分化和房地产税的推进，可能将推动人们向更加优化的阳光选择购买或持有资产。“如果在一个城市只选择一个长期持有的房产，我好像拥有高品质的产品会更具优势。”

而在新市场环境之下，谭伟江则更注重对星河湾产品的附加价值的考量。“真正的豪宅是具有超高附加价值的产品”。诸如星河湾在产品精致及物业服务方面的追求，一直以创造最大附加值来要求自己。

文化涵养生活



在博鳌论坛上，潘伟江发表了题为“还有什么让我们感动”的演讲。他需要回顾了星河湾从2001年至今的发展历程，并精确总结了星河湾的八大文化体系，分别是建筑文化、环境文化、生态文化、企业文化、品质文化、贵族文化、家族文化和国际文化。他强调：“作为企业，作为星河湾，我们要持续挖掘好自己的核心竞争力，有执着，有坚持，我们要做的是能让人感动的作品。”

星河湾不仅关注房子本身，还关注社区的营造和文化的传承。星河湾希望借助社会上最优秀的力量，一托为中国高净值人士都打造好的生活方式，推动中国的人居进步。

在广州星河湾半岛的车道，有两幢古色

古香的深宅大院，充满神秘而厚重的美感。在这里，星河湾倾注了大量心血。星河湾古宅迁建与普通收藏不同，它要使用才能凸显其价值。星河湾计划古宅迁建完成后可以作为广州对古宅保护的亮点提供给有兴趣的人参观、考据，这些都为星河湾半岛提供了更多的产品附加值。

星河湾还致力于“为业主构建生活、事业、修行的平台”，为业主构建“深层次成为朋友，再到事业伙伴”的高端价值平台。今年5月，青岛和西安两地成功举办了第七届中国星河湾大会，拓展星河湾大会，既是打造顶级人文圈层交流的平台，也是一场致敬城市历史文化、面向国际时尚的社交盛典。

星河湾独有的圈层价值和社区氛围为业主带

来了一系列丰富多元的文化体验，不仅塑造了居住品质，也带来了更多文化、生活方式上的新变革，生动诠释了“生活创造文化，文化涵养生活”的品牌主张。也使星河湾的品牌影响力提升到了更具内涵的境界。



相关链接：博鳌特写 星河湾借势一线豪宅复苏

“今年以来一线城市豪宅市场出现复苏，星河湾上海、广州项目均有不俗的业绩表现，下半年星河湾将按稳健策略推货。”

观点地产网8月11日，2015博鳌房地产论坛现场，星河湾集团副总裁黄可思及星河湾集团董事总经理潘伟江接受观点地产网媒体采访时表示，今年以来一线城市豪宅市场出现复苏，星河湾上海、广州项目均有不俗的业绩表现，下半年星河湾将按稳健策略推货。

据了解，在上海、广州项目之外，星河湾在二线城市亦有新动作。青岛星河湾、西安星河湾两大全新项目已在6月份入市，6月28日，青岛星河湾正式开盘，当日实现销售金额13.5亿元。

潘伟江表示，星河湾目前在售项目有7个。

6月份是星河湾的推货高峰，青岛、西安项目陆续入市，浦东星河湾6月亮相的维壹宅产品也在下半年推出市场，“四季度星河湾将以稳健策略推货，继续巩固份额。”

在介绍星河湾最新动态之时，两位集团高管不约而同地强调，高品质产品是星河湾始终坚持的追求。“舍得、用心、创新”是星河湾在当前市场中不变的核心价值观。

“从选材表现，产品户型到精装修选材用料，星河湾都做了深入研究。”黄可思表示，星河湾的产品其实来之不易，背后是多年的对品质的坚持。

潘伟江亦称，坚持品质追求并非易事，“市场上品质宣传不少见，但真正地将品质落实到项目和产品的企业并不多见。”“在优质地段上以品质为产品增加附加值，正是星河湾的核心竞争力。”

基于对品质的坚持，星河湾并不急于追求规模，按照“第一居所”计划，继续深耕一线城市和发圈二线城市高端城市是星河湾的发展战略。黄可思表示，星河湾在拓展方面乐于与实力企业强强联手合作，能其速，星河湾在北京已有一级开发项目。

对于一线城市豪宅的价格走势，潘伟江认为，优质地段的高端物业价格会更容易拥有较为乐观的上涨空间，“虽然一线城市各有特点，但是从城市发展来看，优质的核心地段必然会持续被资源。”

此外，潘伟江认为，城市化和房地产税的推进，可能将带动人们用更加优化的眼光选择购买或持有资产，“如果在一个城市只选择一个长期持有的房产，我相信拥有高品质的产品会更具优势。”



相关链接:博鳌演讲 评伟江:星河湾什么是不变的?



这15年也是中国地产高速发展的15年。这个过程当中也发生了很多令人感动的一些人和事。往下走的15年,到现在还有什么为之感动的呢?

主持人:接下来有请星河湾集团董事长助理评伟江先生。请伟江先生的演讲题目是:还有什么让我们感动。有请评伟江先生。

评伟江:各位行业的精英大家下午好!今年是博鳌地产论坛15周年,在这里我代表星河湾董事会对大会致以衷心的感谢及感谢。

这15年也是中国地产高速发展的15年。在这个过程中也发生了很多令人感动的一些人和事。往下走的15年,到现在还有什么为之感动的呢?我们为无限的扩张感动吗?我们为独霸一方的土地资源感动吗?我们为大数据感动吗?有,曾经有,曾经会,但是可能无限增大的公司给带来的却是路

管理的瓶颈,暂时的资源占有早晚也有枯竭的那天。大数据如果运用不当也很可怕。

我们从自己的观点来看,曾经我们为中国的地产做出一点点贡献,我们也曾因为万科作为产品研发做出的努力,我们为感动,我们也为SOHO的创新空间为之感动。我们也为参与国家地产发展的项目感到感动,我们对中国原居地产的开发感动。

在早上的论坛当中我们各位的嘉宾都分享了很多在产业转型,在我们时代的背景下,我们如何去进行改变。星河湾作为一个比较独特或者说比较执着的公司,在这个时代大潮当中,她应该是什么样的态度。早上我们还在说,我今天下午想说,什么是不变的?星河湾我们认为,我们的品质,我们坚持的工匠精神是不变的,这也是我们这么多年发展过来,以及未来我们继续走下去,我们认为品质是一个竞争的核

在那幕上我们看到的是广州星河湾从开始揭开红盖头的那一刻,呈现的一些景象,值得用心创新,这几个字是口号,但是请渗透到我们每一个人,每一个从业人员当中,也渗透到我们对每一件事的态度。这几个字写出来容易,做起来难,我们能坚持到现在更难。所谓的五把尺子看上去很复杂,但是无论从品质、品质以及品牌都有所涵盖。

简单讲一讲整个星河湾集团从2001年这15年我们发展的一些历程。从2001年开始,我们看到的是广州星河湾的前世今生,右上角是当时江边的原型,从打造到真正呈现之后的形状。这是2003年的图,这是完成之后的,这是我们的样板间。2005年我们来到北京之后,我们对原先的地块进行了大面积土壤的改造,也引进了一些原本不适宜增长的植被。这些做法也得到了政府部门的肯定,为星河湾联合出书。2009年,

我们分别在南宁、广州等地重新刷新了当年多个项目的销售纪录。

我们想说的是,到现在2015年,星河湾在整个产品,我们还整个发展的路子,我们往哪个方向走?刚才我们也提到,品质、工匠精神是我们接下来我们坚持的重要的方向。

记得在三年前,我们董事长也提到,其实装修产品户型这些都能复制,包括目前在这种模式或者这种规模的产品,在中国市场上很多,但是我们注重的是我们提供一种生活的方式,其实在三年前我们也是从大很很精英的高层社区,我们想进入到一个国际化的生活方式的引领。其实通过这几年的发展,尝试,我们也做到了一些口碑,它为我们带来了许多优质的客户,也为我们拓宽了视野,包括我们对产品的打造,包括我们对社区生活的营造,它给予我们很大的反馈价值。

归结起来,我们能够持续发展所靠的新发展五同步是八大文化体系。首先建筑文化,这是广州我们最近星河湾半岛园林呈现出来的景象,包括网络极具代表性的古宅也放在里面点缀。环境文化更不用说,我们现在

更注重的是红线内以及外的所有环境的打造。这是在红线外的打造。

第三,我们认为所谓的生态文化包括两重生态,第一是自然生态。在我们园林当中,我们的这种健康自然的生态环境以及邻里之间的邻里生态环境,这两种生态环境是我们都注重打造的,注重两个生态的打造,我们觉得是对业主一生的尊重。

第四,这句话是我们每天必须要讲,不是老板要求,而是我们知道要做的每件事,它的指导方向,就是精益求精,精益求精,这是我们必须要牢记的东西。我们可以分享一下,看一看我们做出的图案,包括我们细节的处理。

第五,品质文化,作为中国品质地产的先行者和坚定的守护者,我们高举品质的大旗,接下来我们要做的项目,进驻的城市,这也是我们坚定不移的信念。

第六,品质文化,我们可以把它理解成圈层,这是我们前期做的圈层活动,刚才提到的我们要打造的生活方式也是圈层文化不可或缺的一部分。

第七,家族文化,怎么理解家族?我们做的都是大户型,在前期的时候产品的多套房的设计以及我们一直在坚持的中西餐厅的产品打造,以及最近准备在上海浦东推出的我们有106万到118万两端的豪宅的产品,都是源于我们对家族文化或者是对豪宅社区的研究,我们研究它的方方面面,研究它的需求,回应这些我们做的探索,这几张照片是我们准备在浦东推出的豪宅的效果图。

第八,国际文化,大家都知道我们之前一直在做我们的粤菜文化,在做我们的第一居所,在做我们今年所讲的生活文化圈层以及早期书香门第的文化,这些都是渗透在我们整个企业发展中的一些文化理念。

最近我们在西安青岛,上一一年我们在沈阳也分别进驻了这三个具有文化圈层历史底蕴的城市。凭借星河湾的品质,也凭借刚才提到的对于这种产品的执着,这三个城市的业绩也获得了当地市场的接受。

2015年,我们还是重申,作为企业,作为星河湾,我们要坚持每个企业都应该挖掘好自己的核心竞争力,有执着,有坚持,我们要做的其实一定只能做让人感动的作品,谢谢大家。



星海湾

二线城市战略告捷

13.5亿！星海湾刷新青岛豪宅日销售纪录



劲销**13.5亿** 是星海湾 更是青岛奇迹

开启，青岛下一个百年骄傲

677 66666

星海湾售楼处 (+86 531)

虽然说一二线城市的房地产市场开始复苏，然而宣告“日光”的往往还是那些刚需楼盘。6月26日刚进入青岛的星海湾却一鸣惊人。这个并非位于传统豪宅区的楼盘遭到了哄抢，一天内实现了13.5亿元的销售业绩，才刚刚开盘。131—136平方米，150多平方米，203、266平方米均已售罄。412平方米、692平方米均已售罄80%。当天实现390套的销售佳绩，创下了青岛当地豪宅楼盘的日销售新纪录。其中，外地客户共购买132套，其中北京56套，上海53套。而就在一天前，首次开盘的西安星海湾也同时售罄，实现周末两大项目开盘飘红。

星海湾凭什么“以价换量”？无论青岛星海湾还是西安星海湾，星海湾的性价比都远远高于周边的楼盘。以青岛星海湾为例，该楼盘周边的房价大约为7000—8000元/平方米，而星海湾的售价为13000元—22000元/平方米左右，其起步价和周边某楼盘别墅的均价相当。

“如果青岛的星海湾估计很难卖得动”在开盘前曾有过同行带着怀疑的态度。然而星海湾就是有这样的能力将比别人贵一倍的房子卖出去。甚至让那些买房子的客户庆幸——幸好买楼之前先来看过了星海湾。还有北京、上海的高端客户远道而来，专门为星海湾而来。一位上海客户甚至一次性扫下了7套单位！而北京星海湾的业主专门组团而来，“团长”付小姐代表北京星海湾的邻居们，一下子就扫走了几十套房子。付小姐一人就买了两套。买豪宅就像买白菜，星海湾魅力何在？



不是传统意义上豪宅地段的选址

据说地段是房地产最大的价值所在，星海湾热卖，只是地段吗？答案是否定的。青岛星海湾位于青岛城阳区和流亭街道大地山以西，环境幽静，在青岛人传统的观念里，市南区、市北区这些老城区又或者是崂山边上的别墅群，才是传统的豪宅地段。然而，星海湾的开盘却引发了一群青岛高净值人群的集体迁徙。其中很多人原本其实已经在市南区、市北区、崂山区拥有了自己的别墅。

不过这种非传统的豪宅选址方式在星海湾已经由来已久，从最早的“凤凰湾”开始，到北京星海湾、上海星海湾等各个项目，星海湾从来没有在所谓传统意义上的豪宅地段选址。星海湾扎根国内一二线城市，而星海湾地产董事长黄文行先生一贯以来的拿地标准就是

“有发展潜力的区域才是布局重心”。

而星海湾独到的眼光，也是让很多老业主默认了心要跟随星海湾买房的原因。“当时北京星海湾卖一万五，旁边的楼盘才卖五千，我家要买星海湾的时候，朋友都说我们疯了，可是如今旁边的房子也就卖三万多，我们这边的房子能卖六、七万。星海湾的眼光就是准。我们这么多北京业主一起来青岛买房，有个业主朋友还没搬走就往找我们打钱让我代买，就是相信星海湾的眼光。”付小姐说。

确实，从长远发展的角度来说，青岛星海湾具备非常好的地理位置，青岛星海湾地处环胶州湾的几何中心区。分析认为，按照环胶州湾地区规划，未来发展方向是逐步由边缘地区向大青岛核心区转变，强化交通枢纽和生态宜居新城的地位。政府

为区域发展已投入三个十亿打造便捷交通网络。地铁投入1000亿元，地铁3号线9月开通，未来将在青岛星海湾附近开通地铁口；机场投入1000亿元，美凯立、高铁、公路、城际轨道等多种交通方式于一体的空港枢纽；邮轮母港投入1000亿元，邮轮母港经济区域辐射星海湾。据了解，青岛星海湾所处的高新区，正在建设不少于30平方公里的胶州湾科技城，可提供10万人商务办公，未来区域居住人口将达到180万人。政府区域发展已投入超百亿完善市政基础设施、公共服务设施配套，占地13.5万平方米的大型Shopping Mall，5万平方米的银座商城以及奥特莱斯商城、大型综合性医院——青岛人民医院、一站式“常春藤”教育配套的青岛中学等。

更让人关注的是，青岛星海湾离青岛的高铁站——青岛北站只有几分钟的车程。

现在坐高铁到北京只用四个多小时，未来还将缩短至一个半小时，这样的时间距离，加上青岛星海湾特有的2.6公里长的私家海岸线和舒适的气候条件，对很多北京、上海客户都有致命的吸引力。“一万多的房价，这样的环境，我要买一套自用，再买一套投资，我两年三年就能翻一番。”付小姐说，很多业主朋友的想法都和自己差不多。从事投资行业的张先生青睐青岛星海湾，当日买下一套320平方米自住，另外买下两套用来投资，一套供父母养老。他表示，国外的顶级豪宅都是近海临线发展，青岛星海湾所在的区域代表青岛的未来，星海湾的人驻填补了青岛品质豪宅的空白。

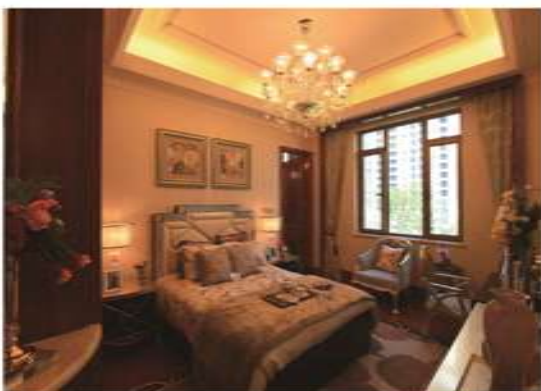
绝对是豪宅的细节设计

据悉,该项目一期预计可推面积为21万平方米,目前建筑均已封顶。一期主推的产品面积从131平方米到692平方米,包括131平方米与180平方米的三层,265平方米、320平方米及400平方米的四层,以及692平方米的五层大平层产品,可以满足更多消费者的不同需求。一期主推产品为三层及四层的户型,692平方米大平层产品仅有26套,然而房子无论大小,皆属精品,很多人看中星岛湾,最大的原因就是产品精到的细节。

已经拥有了一套300多平方米别墅的任先生就是其中之一。这次他买的是一套400多平方米的四居室单位,才刚刚交了定金,他就已经把自己当成了星岛湾业主。隔三五就开车带着老伴来星岛湾转转,而且搬走了售楼人员的陪伴。“我想自己走走,找找久违的家的感觉。”

打动任先生的,是星岛湾产品上的许多细节。任先生喜欢的鱼,400平方米户型的工人房旁边有一个很大的工作间,刚好可以摆放被任先生视若宝贝的各种厨具。其实,任先生从刚走进住宅大堂就喜欢上了星岛湾,大堂处有两级台阶,旁边配备了坡道。无论是拿行李或者是老人进入电梯都极为方便;除了两部日常用的电梯以外,还有一部尺寸宽松的消防电梯。电梯也可以搬进去,当年他在别的楼盘时,任先生的母亲突发疾病,就是由于电梯过于狭窄不能进担架而耽误了病情,所以星岛湾这些人性化的设计让他倍感亲切。

在星岛湾,你还能找到很多类似的别的楼盘所没有的100多个细节。星岛湾的水景很多,孩子的安全问题怎么办?星岛湾有专职心防的



细节设计,靠近河岸水深30厘米,再远一点的地方则是水深60厘米,这样即使小孩不慎跌入水中,也不至于发生意外。

在600多平方米的户型,一间客房的开门就在餐厅旁,然而收安全不会觉得突兀。因为客房的门是软包设计,与另一处的墙面墙刚好对称,客房被完美地藏了起来,使整个餐厅在视觉上更为完整。



配套现行的大手笔投入

而还有很多人,甚至在还没有看到星岛湾的样板房时就已经爱上了这里。结伴而来的李女士和宋女士就是其中之一。看完星岛湾的园林和会所之后,她们能想象星岛湾完全征服。“房子还没建好就把会所和园林建得这么漂亮,我这是在青岛头一次看到。”最后的结果是——在样板房只待了十分钟就决定买房。花了十分钟,也只是为了坐在客厅,试一下电视的距离是否舒服。

周转率就是生命。这在很多房地产企业都被反复强调。于是,拿地一年甚至只有三个月就开盘的房地产项目在全国各地比比皆是。但是,在星岛湾,很多楼盘在拿地后要两年以后才能开盘,时间比很多同行足足多了一倍甚至是七倍。

多几倍的时间去哪了?星岛湾把时间都花在产品的细节和配套的先行之上。

青岛星岛湾总占地面积约58.53万平方米,计划总投资150亿元,总建筑面积达200万平方米。项目将配套建设高档星级酒店、高档商住、商业中心、商务会议中心、运动中心等综合项目。定位为集居住、商务、休闲于一体的国际滨海度假区。

其中,青岛星岛湾酒店的餐饮部分已经落成,客房部分也已经封顶,将打造成青岛最美丽的城市会客厅。内有1400平米超大国际会议中心,68平方米1套的超大套房,星岛湾一贯注重打造项目配套的模式。青岛星岛湾计划投资4.2亿元,新建道路7公里,建设景观项目1.6公里,并实施绿化美化工程。星岛湾还花了大价钱,正在将海岸线旁的淤泥清理干净,换上漂亮的沙子,海边的栈道也已经建好了一段。

而且资料显示,星岛湾项目一期包括一号、二号及项目会所所在的商业地块,一期整体

规划总占地面积18.7万平方米,建筑面积约71万平方米,物业类型包括住宅、会所、宴会厅、体育馆、客房、公寓及酒店。星岛湾将持有除住宅外的其他物业类型。这显示出其强大的资金实力和时物业前景的充足信心。“业内对项目关注度提高的,首先是基于星岛湾的品牌效应。其次这是星岛湾第一次进入青岛市场。”有青岛资深人士表示,已有不少业内群体前往参观青岛星岛湾,甚至有当地知名房地产企业的中高端人士组团前来买房。“质量认为,好的产品肯定有人欣赏,我们也希望将更多的产品带给二线城市的真正懂人。”星岛湾地产副总裁张华说,“青岛星岛湾、西安星岛湾和沈阳星岛湾的成功,正表明对星岛湾的‘第一居所’‘二线城市的第二居所’。”

星河湾逾99%交房率领跑市场 样板房=交楼标准

相对买房时的热火朝天，交房，却是许多开发商避之惟恐不及的难题。销售环节夸大宣传，打造环节埋下的瑕疵和弊病，一旦在交房后便呈山崩之势，往往引来的投诉不断。

但楼市同样不乏正能量的好榜样——星河。交楼双线并进的星河湾，位处城家汇的标杆品质居所上海星河湾，不仅拿下2015年上半年全市200㎡以上高端公寓销售冠军王，更创造超过99%交楼满意度的佳绩。

45天，99.36%交房率 再创业界新高

楼盘的开发建设涉及数百上千道工序，最终交楼的质量能否兑现当初销售时的承诺？样板房的建造品质能否做到与实景房的交付对版？这已成为衡量开发商实力和品牌公信力的大考。上海星河湾交楼的答卷，可以说是“状元”级别。近期，上海星河湾二A区首批交房，短短1个半月，交房率达99.36%，再创业界新高。

有业内人士透露，开发商交房心态大都属于压力型，的确，不少开发商前期许诺的社区标准很高，但实际交房难以满足业主心理预期，所以很难让业主做到真正满意。“质量门”、“投诉门”屡见不鲜，而据观察，上海星河湾的交房案例却是楼市中罕见的“零投诉”场景：开发商精英团队躬亲交楼业主，业主同样以微笑的表情融入生活新境。这样和谐的场景，在星河湾的交楼场景中却为常态。

“这是一种必然。”上海星河湾有关负责人表示，开发商交到购房者手中的不仅仅是一把钥匙，更是对广大置业者沉甸甸的责任。在交付过程中展示自身过硬的品质和周到细致的服务，才能赢得业主们的广泛认同。



数百人团队呵护 全科满分无懈可击

众所周知，上海星河湾的买家均为城市高净值人群，在全球各地拥有高端物业，见多识广的财富精英阶层，对于第一居所的品质要求极高，有的甚至可以挑剔到苛刻。而且，越好的开发商，业主的期望值就越高，甚至会带着挑剔的眼光而来。几近完美的交房数据，证明了上海星河湾的内在含金量，也彰显出星河湾“舍得、用心、创新”的品质理想主义房企20年来的坚守与执念。

“星河湾不仅在建筑、园林、配套设施等硬件方面达到高端人居的极致境界，其服务能力亦堪称行业标杆。对细节和人本的深刻洞察，同样引领当下楼市。”有媒体在调研上海星河湾交楼后如是评价。造树叶上的尘埃，小道边的鹅卵石，大堂里的台阶都会用心擦拭。业主笑容背后，是多达300人的服务团队悉心呵护，业主能想到的所有生活细节，在上海星河湾都有对应的服务标准体系以及专业团队认真落实执行，处处可见匠心，时时感受温情。



“粉丝经济” 魔力可见一斑

“星河湾每交一次房，就又多了一批忠实销售冠军。”有同行开玩笑地说。星河湾之缘始于口碑，在上海星河湾的新增客户统计中，“老业主介绍”所占比例总是远高于楼市平均水平以上。住进星河湾，感受到星河湾生活之美的人，往往会迫不及待地推荐给家人和朋友，“粉丝经济”的魔力可见一斑。

高端楼市是品质为王的市场，行业专家认为，“完美交付”和“火爆销售”在上海星河湾同步呈现。客户体验与价值营销形成良性循环，实现开发商和购房者双赢。正是产品力转化为销售力的杰出案例，许多楼盘的销售都是昙花一现，一波过后便寂然无声，而上海星河湾从首次面市至今，销售热度与日俱增，这种恒久的繁荣态势，与业主的满意度密不可分。

沈阳星河湾携手财智精英 共推文化产业发展



2015年7月16日，一场沈阳财智精英们期盼已久的文化峰会成功召开。将整个东北关注的目光汇聚于此，如果说这一场文化盛会最令人兴奋的是什么？不仅仅只是空前的人物盛况，更是逾500位艺术界权威、文化界精英、商界精英所展现的大家风范。

自下午1时起，中国工艺美术大师、大漆师、大陶师、大紫砂艺术大师关宝瑞、辽宁大学前校长、著名经济专家、辽宁东北亚经济文化促进会会长、辽宁省太平洋经济合作委员会顾问向玉忠、原沈阳市人民政府副秘书长、沈阳铁岭学会常务副会长王增志、东北名家书画院副院长金石等重量级嘉宾陆续抵达现场。来自各地的媒体记者纷纷邀请他们止步留影，深切表达了对此次文化峰会推动东北文化产业发展的强烈期待。

这场盛会尤为重要，是当代所传递的当代大家应有的文化风范。使得在场嘉宾的思想得到了空前的文化洗礼。这是一场向文化致敬的盛会，更是一场为东北文化注入活力的开篇之章。

精英跨界携手 谱写文化最美篇章



流光溢彩、鼓声激昂、舞姿优美——在一段颇具现代美的水鼓舞表演中拉开了此次峰会的帷幕。房地产生产“黄埔军校”名震校长、中华时代名人协会特聘高级研究员杜宏刚先生代表星河湾发表了开幕演讲《有一种文化叫星河湾》。随后各界名家纷纷上台发表了自己对文化的独特见解，从不同角度剖析文化精髓，峰会上文化思想百家绽放，智慧碰撞精彩纷呈。

其中，辽宁大学前校长、著名经济专家、辽宁东北亚经济文化促进会会长、辽宁省太平洋经济合作委员会顾问向玉忠先生对“文化”表达了自己独到的看法。深刻揭示了当代大家所应具备的文化内涵。他认为“文化无处不在，蕴含在我们的举手投足之间，表现在生活中就是修养、道德、礼仪、谦逊”。正是因为这些理念始终植根在当代大家血脉之中，才有了举手投足之间的大家风范和得以延续百年的家族荣耀。随后向玉忠先生邀请现场嘉宾一同喊出口号“天天向上、天天向上、天天向上”，唱响当代大家应具备的文化信仰，把现场氛围推向了高潮。

涵养当代大家 对话时代未来

峰会所倡导的以大家风范文化来滋养生活、事业、修为，从而才能诞生百年家族，创立百年企业，树立中国品牌理念不只是启事，更重要的是，以这种当代的大家风范凝聚在一起的共同合作的平台，将为企业家们未来的合作提供了更多可能，为发展事业开拓了更广阔的空间。

沈阳星河湾作为此次文化峰会的主要推动者之一，一直致力于以第一居所涵养当代大家风范。正如峰会中杜宏刚先生所说，“星河湾致力弘扬和发展传统文化，在星河湾建造一块石头都要活台气氛，建筑中国含蓄‘用心、舍得、创新’的文化内涵。星河湾是国内唯一一直致力以中国第一居所，传承大家风



范的优质生活方式引领者。一直以来，星河湾独树一帜，已成为城市文化坐标，星河湾将以全新的居住文化，为东北带来全新的大家风范生活范本。”

星河湾，不仅是一种生活方式，更有文化的事、生活、修为的平台。从大师百年纪念之“寻找当代大家风范”论坛，到与子丹共话当代大家风范等一系列活动，直至此次文化峰会的举办，星河湾正是深深懂得文化之于家族、企业、国家的重要性，所以一直以实际行动践行“文化滋养生活”的品牌主张。

“第一居所”样本告捷



2013年底，星河湾发布了“第一居所”战略，重申紧盯高端市场，专注第一居所的发展思路。而“高净值人群”和“第一居所”也就成为星河湾当前战略的两个关键词。

满足上述两个条件时，对土地价值的挖掘、选址以及对细分市场把握成为星河湾需要打造的核心能力。故而，星河湾重新将项目拓展重点拉回一二线城市，首选北上广，其次是省会城市及经济发达二线城市。

在星河湾看来，一线城市虽然地价价格高昂，但持续增长的经济、人口总量决定了一线城市市场潜力足以支撑房价的持续上涨。而一些拥有发展潜力的二线城市聚集的高净值人群，

同样对优质住宅有着强烈的需求。

明确土地价值挖掘导向后，星河湾瞄准的市场变得更为细化。由此开始衍生出“高豪宅”的产品定位。

在大平层仍是高净值人群第一居所首选的判断下，星河湾产品大多为250-350平方米的大户型。但另一方面，为了迎合客户年轻化或成家居住的趋势，星河湾开始逐步增加120-150平方米户型及350平方米户型及350平方米以上的产品。

与此同时，“不求最大”也就是黄文仔董事长对星河湾的定位。现点地产媒体跟踪2

月份星河湾集团年会上的场景。黄文仔董事长如是描述，星河湾发展的模式，一是精准定位。紧盯高端市场；二是“舍得、用心、创新”；三是控制规模，产品少而精。“也就是一条不求量大但求最好，不求最快但求靠谱的健康发展之路”。

2015年，星河湾预计销售面积为68万平方米，在广州、上海、太原及沈阳等原有项目之外，青岛星河湾和西安星河湾两个全新项目将带来33万平方米销售面积。

截至目前，星河湾青岛西安“顶城”业已落地。据星河湾介绍，6月27日，西安青岛开盘售楼，6月28日，青岛星河湾正式入市，当天成

逾万人投票十大房企 星河湾获评品牌房企质量口碑三甲



近日，由克而瑞信息集团旗下房价点评网，通过业主反馈、测评得分、业内声誉等多个维度，在上海地区开展“品牌房企谁最强”的投票活动。通过为期8天的激烈角逐，星河湾集团荣膺品牌房企质量口碑三甲的称号。

据悉，此次活动由该网站通过分析团队从业经验对于项目的判断、业主反馈、测评得分、业内声誉等多个维度，为购房者筛选出10个品质较高的品牌开发商进行公开投票。

“品牌房企谁最强”投票活动自6月18日开始到6月22日下午6点截止。6天时间内引发了广大购房者的热烈关注和参与！共有1万3千多人参加投票，以自己的亲身经历针对10大房企的品质投出可以的一票。经过激烈的角逐，星河湾荣获榜单三甲。

上海房价点评网首席分析师范表示，从投票结果看，前三名是房企改善型甚至高端产品的开发商。可见大家对于改善型产品的质量是比认可的。其中，星河湾一直专注于高端物业的开发，而且产品线始终如一，具有极高的识别度，最大的特色就是注重项目施工用料和产品细节的把控。



星河湾半岛定制私宴 与胡润共进午餐

8月2日,鲜花盛开的星河湾半岛酒店迎来“走进客厅的大师们,与胡润共进午餐”的商界精英交流午餐。当天百位商界精英参加了这场财富聚会,与胡润先生面对面的交流,听北大教授分享如何教育企业接班人。午餐上还采用了曾为英国女王、美国总统家担任过美食的国宾级大厨在两位师傅主理的中西佳肴。此次午餐为商界精英提供一个良好的国际交流平台。



胡润与商界精英共话财富传承

对于百位商界精英而言,与胡润先生面对面交流是一次难得的机会。胡润先生创办润泰富豪榜已超16年,对全球及中国经济的走势都有自己的独到见解。午餐现场,他流利地中文进行了《企业创始人如何传承家族创业精神与智慧》的演讲,获得在座的各位商界精英的一致认可。胡润先生分享了中国富豪的增加量呈每年上升的趋势,2015年是16年来中国亿万富翁人数增加最快一年,谈到企业创始人如何传承家族创业精神,胡润先生提到中国富二代以自主创业为主,而富二代将会越来越国际化。

在演讲结束之后的互动环节,几乎在座所有来宾都就未来经济走向、企业接班人的教育等问题与胡润先生交流并合影。胡润先生与大家开心地聊了两个多小时之久,深受每一个来宾的喜爱。



北大教授言传 “如何教育企业接班人”

此次午餐,星河湾半岛除了邀请胡润先生,同时诚邀北京大学的傅晋志教授分享教育观点。傅教授关于《企业创始人如何传承家族创业精神与智慧》的演讲获得多位商界精英的认同。傅晋志教授特别强调在中国式教育中,如果孩子与众不同会遭到嘲笑,而孩子父母唯一要给孩子的是爱,就是爱。鼓励孩子自我发展,父母要永远做孩子背后的支持者。互动时间,多位来宾纷纷与傅教授交流。

国宾级大厨在两位师傅不仅主理午餐的美食,更在午餐现场与各位商界精英分享自己从业45年的心得及粤菜文化精髓。为商界精英讲述美食故事,博得阵阵掌声。

为了让商界精英开心享受盛宴,午餐现场还安排外籍爵士乐队表演助兴,美景、美食、音乐及与大师的惬意畅谈把现场的气氛推向高潮。



星河湾, 缔造顶级圈层文化

此次午餐为商界精英提供了一次沟通交流的平台,身居怎样的圈子里,就能决定怎样的人生格局、身份地位、财富实力、人脉网络。因此,对于成功人士而言,住区的圈层影响力尤为关键。一个社会精英人物汇聚成的圈层,将成为一个地区的最大价值。

在现代都市,圈层文化正成为顶级人群最注重的价值。星河湾圈层文化的影响与价值,已经远远超越一个顶级豪宅的范畴,成为整个广州无可复制的顶级人居理念乃至人居文化的风向标。



传统遇见新生活

星河湾助力龙舟赛竞渡千年古城

彩旗飘扬,鼓声阵阵,龙舟竞渡。8月20日、21日,由星河湾总冠名的“2015 汉城湖龙舟大赛”在西安碧波荡漾的国家遗址公园汉城湖圆满举行,竞赛现场热闹非凡,群众的加油声、选手们的呐喊声汇成一片。来自四面八方的12万群众聚集在汉城湖两岸观看7组14个队的龙舟湖面竞渡,感受我国传统的端午文化魅力。星河湾也借助赛事冠名活动助力西安体育文化事业的发展,创新健康生活方式。



龙舟竞技迎端午

20日上午9时,赛龙舟仪式正式开始,应景的舞蹈及锣鼓表演、神圣的请龙头、献祭品、上香礼等传统文化仪式在场的嘉宾和游客感受到了中华的端午文化。

随后,在观众们的呐喊加油声中,龙舟赛拉开序幕。14艘龙舟分成7组依次出发,舟在碧波荡漾的汉城湖的面上劈波斩浪,划出了长长的水线,鼓声震天,水浪翻飞,水花四溅,电掣雷鸣,河上河岸顿时沸腾了!

经过两天的角逐,三支队伍取得“星河湾杯”冠、亚军,三支队伍取得精神文明、优秀组织风尚奖。活动现场,陕西各大媒体对此次大赛进行了报道和宣传,据统计,仅6月20日当天,龙舟赛就引来12万市民和游客观看。当日汉城湖景区游客突破20万人!“星河湾杯”龙舟赛成为今年端午期间,西安乃至陕西最为关注的旅游和节庆事件。



创领健康生活方式

星河湾一直提倡健康生活方式,除了在建筑上提供优质的硬件,星河湾也关注文化的推广,星河湾关注社会与公益,努力为广大市民构建一个“生活、事业、修行”的平台。越来越多的国内外大型赛事选择与星河湾集团合作,便是对星河湾最大的认可和肯定。

今年,星河湾首次走进陕西,便创下了古城西安住宅“八项之最”:坐拥最长渭河城市水城,最极致的匠心工艺,107米超宽楼间距,“色彩魔方”全球同纬度最美丽园林,湖泊河湾最丰富的住宅水系,具备国际赛事水准的网球场,最大量赠送的社区私家鲜花泳池,人行道车行道木栈道景观道路设计——

从冠名五陵原自行车赛到此次全程冠名“2015 汉城湖龙舟赛”,星河湾在鼎力支持活动的同时,也同步传播健康生活方式与传统文化,不辜负企业履行企业的社会责任。



世界网球大咖“集结”星河湾 潜心打造网坛新帅

为不断强化我国青少年网球教练员的培养,拓宽教练员的视野,学习国际先进的优秀青少年网球训练比赛和人才培养理念,提高学习创新能力和执教水平,7月13-16日,中国网球协会在广州星河湾酒店举办了2015年高水平青少年网球教练员专项培训,此次培训由意大利(北京)体育发展有限公司、星河湾职业网球俱乐部承办,并得到了《网球天地》杂志、OPTICA世界职业网球教练员协会、SAVIANO TENNIS的大力支持。

本次培训的导师阵容非常强大,有来自波兰军布沙尔的启蒙教练、现执教美国黑人球员斯隆·斯蒂芬森的著名网球教练尼克·萨维奥诺,前德国队和墨西哥国家队总教练埃德加·古芬尼格,星河湾职业网球俱乐部执行长马伟开,以及彭坤的体能训练比恩·考斯莫尔等。培训期间,导师们紧紧围绕“高水平青少年网球选手的培养”,从技战术、体能等多方面与全国的教练员进行交流探讨。



萨维奥诺: 不存在标准技术要发展个人风格

尼克·萨维奥诺,从布沙尔12岁时开始执教,并一路将其从青少年大满贯冠军、青少年世界第一带到成年组世界前五和大满贯亚军,在国际网坛享有极高的声誉,他在青少年网球选手的技术、心理培养,以及职业发展规划方面颇有心得,他将40年职业生涯中的网球智慧集结成册,出版了《网球之秘笈:意大利教练论网球》一书,在全世界多个国家畅销。

培训的第一堂课便由尼克·萨维奥诺精心呈现,他介绍了最佳技术的基础理论,这个理论是他超过40年职业生涯的网球智慧总结。在他看来,最佳技术的基本原理中,技术本身并不是最重要的,选手的每位学习模式或状态才是重要

之重,这包括紧张和放松的平衡状态,还有专注度,他特别强调,并不存在适合所有选手的标准技术,而应该尊重并发展选手的个人风格和个性特点。

萨维奥诺以底线击球为重点讲解技术,从握拍、步法、动力链、对球的击球瞬间等依次具体展开。他说,在对选手的评估方面,最重要的参数并非力量和速度,而是多样性击球过程中的平衡、稳定和灵活协调能力,最让人印象深刻的是,他强调利用网球网和底线作为瞄准点进行回球,而不是以球的最佳落点作为重心,原因是球网和底线击球者更近此外,他对于网球技术未来的趋势也提出了许多独到的见解,例如增加正手和高球挥拍。



古芬尼格: 网球是一项比“快”的运动

埃德加·古芬尼格在国际网坛也是声名显赫的职业教练,他曾任德国和墨西哥国家队主教练、美国队教练,同时是两家网球学校的合伙人,他讲授的课程是“根据数学学”,给大家展示了如何运用视频分析,诸如击球距离、击球速度、跑动速度、球的高度等图形和数据均可用来分析选手的击球形式、打法类型、战术选择,单就速度而言,他提出“网球是一项比速运动快,同时也是比速回快的运动”,通过快速增加的视频分析,我们可以发

现许多顶尖选手的技术特点,特别是在发球这一重要环节,他给大家展示了职业球员发球最高点和发球点的高度差,从3厘米到150厘米不等,令大家大开眼界。

彭坤的体能教练比恩·考斯莫尔向参加培训的教练示范了如何利用多种运动器材,增强球员各部分的身体机能,这也帮助球员更好的应对外界的职业网坛竞争。



相关链接: “星河湾”模式引发国际网坛关注 国内职业教练评级体系迫在眉睫

本次培训的承办单位之一——星河湾职业网球俱乐部是中国大陆成立的首家职业化网球俱乐部,马伟开(Alan Mai)任执行长,目前世界排名最高的4位亚洲女球员有3位在星河湾职业网球俱乐部中:彭坤、郑赛赛、迪亚斯(Zarina Dijas),另外还有香港第一女单张玲和澳门排名第二的球员里内特(Magda Linet),教练全部为外籍教练,共有11名,分别主带不同的球员,作为一种全新的培养模式,星河湾职业网球俱乐部从2013年初开始,便在国际职业网坛引起了不小的轰动,美国、意大利、德国、法国等很多国家的职业球员、教练都来咨询,探讨在自己国家成立这样一家职业网球俱乐部的可能性。

作为星河湾职业网球俱乐部的执行长,马伟开也是本次教练员培训的主讲导师,他向教练员分享了星河湾职业网坛团队的实战训练方法,从步法训练到单个技术环节的讲解,星河湾职业网球俱乐部球员郑赛赛、吴君豪现场示范,让参训教练员更加直观的感受最先进的培养方法。

谈到举办此次活动的初衷,马伟开说,他内心一直有一个愿望,希望借助自己的能力帮助国内网球教练员水平的提升,只有他们的能力提高了,才有可能培养出更高水平的选手,“我们希望能制定一个4-5年的教练员培训计划,并尽快推出国内职业教练员的评级认证

体系,有计划有目的地去培养一些高水平的职业网球教练员,我们会从参加培训的优秀教练员中选出1-2位,跟随星河湾职业网坛团队实习,跟队去大满贯,感受最先进的网球技术,增强他们执教的竞争力,这里所涉及到的所有费用由星河湾职业网坛团队来承担。”



一分钟掌握“优雅 Pose”

世界礼仪皇后亲临星河湾半岛

7月16日,世界礼仪皇后 Miss Daily 及澳洲总理夫人私人礼仪顾问廖教授亲临星河湾半岛,进行了一场别开生面的礼仪讲座,让星河湾的大小业主近百人,零距离感受到世界顶级大师的礼仪魅力。



优雅,是“衬”出来的 着装品味熏陶淑女、女强人

“礼仪在生活中非常重要,它能让你变得更好,让周围的人更欣赏你,有良好的礼仪习惯的人更容易成功。”澳洲总理夫人私人礼仪顾问廖教授为现场嘉宾精彩开讲。

现代女性有权利在优雅、仪态万方,而从礼仪的角度看,着装不能简单地等同于穿衣,在各种正式场合,注重个人着装的人能体现修养,增加交际魅力,给人留下良好的印象,同时,注意着装也是每个事业成功者的基本素养。

“身为女性,本该柔和、女性化,这种女性化并不是娇滴滴,而是优雅。一个成功的女性人并不需要成为女强人,需要和别人平等的灵魂,彼此尊重。”廖教授精彩观点,让现场女嘉宾受益匪浅。

礼仪,是“调”出来的 餐桌礼仪培养小绅士、小淑女

“不学礼,无以立。”进餐礼仪通常能塑造一个人的性格和修养,西餐,因为有更多的规则和礼仪要求,能很好地培养孩子们的秩序感和耐心,以及细嚼慢咽的良好进餐习惯,有助于孩子成为小绅士、小淑女。

活动当日 10:30-12:00,世界礼仪皇后 Miss Daily 进行了少儿英语礼仪精彩演讲,并与小朋友一同进餐。

进餐过程中, Miss Daily 细致地教导孩子进餐礼仪,餐前洗手,餐布对折,在每个人的碟上齐后才开始进餐,喝汤不发出声响等用餐细节——孩子们边学边吃,非常专注。

从幼儿园的小朋友,到初生女性,以及皇室成员,都是 Miss Daily 培训的对象,她认为,不同类型的孩子都需要培训西方礼仪,大到参加西方婚礼,进行面试,约见客户,小到说话音量,餐桌礼仪和个人穿着,都需要注意,“这些都是与别人打交道的能力,是每个人都需要注意和具备的。”



相关链接:

懂得礼仪并不仅仅是融入精英社会的阶梯,更重要的是能够让周围的人感觉良好,作为礼仪皇后, Miss Daily 有一套坐、站、转身和半转身的姿势被统称为“Daily Pose”,让我们看看“Daily Pose”的要领吧。

1 坐姿:两腿叠放,脚尖朝向一致,手掌叠放放在膝盖上,如果你已够,把腿或手放在上面,不要靠在椅背上,否则骨头会记住身体蜷缩的状态。

2 站姿:挺胸稍微前倾,重心放在后脚上,身体看起来会更加修长笔直和延伸,肩膀向后收平,脖子看起来修长,可以想象自己头顶中间的位置顶着一个天花板,这样背就会自然挺直起来。

3 饮食: Miss Daily 说自己不吃有经过人为加工工序的复合型食物,比如香肠之类的,而是只吃最原始的食物,新鲜的蔬菜水煮就可以,不过分饮食,吃到不饿就行。

4 运动:走路,作为澳大利亚第一位自己给自己买汽车的女性, Miss Daily 在创办礼仪培养学校之后,卖掉了汽车,走路去学校,就是为了保持身体每天都有运动量。

风范,是“练”出来的 星河湾的友好让人难忘

“我收到很多赞美,人们对我的友善、很亲切,这是一座热情的城市,给我带来很多美好的体验。”世界礼仪皇后 Miss Daily 对此次广州之行总结说。

从 13 岁开始成为模特,到成为首位澳洲年度最上镜模特, Miss Daily 的 89 载人生数不胜数:英女王御准的礼仪皇后、国际十字红会全球荣誉大使、澳大利亚女子皇家部队形象顾问、澳大利亚天主教形象顾问、终生荣誉澳大利亚人成就奖、二十世纪澳洲最佳女雇主,若非亲眼所见,你不会懂得为什么她说优雅的女人更容易成功。

作为广州人文价值标杆,星河湾将继续将高端文化艺术氛围融入广州核心价值观体系的重要内涵,为业主创造更好的生活品质人居,丰富多元的文化体验。

形象先有诊断才有设计

澳洲第一夫人御用礼仪顾问零距离接触

七月一个风和日丽的静谧午后，广西星岛湾半岛迎来了一位礼仪大师，澳洲总理夫人私人形象顾问廖秀霞 (Yolanta Liao) 莅临。廖秀霞一身蓝绿色连衣裙与颈上珍珠项链完美搭配，尽显优雅的姿态，加上嘴角的微笑、柔和的眼神、谈吐不凡，无不散发优雅礼仪之道，给笔者留下深刻的印象。在礼仪越来越受重视的今天，且听澳洲总理夫人私人形象顾问廖秀霞娓娓道来关于个人形象设计的点点滴滴。

与世界礼仪皇后 Miss Daily 结缘

廖秀霞成长于广西西关，从小就喜欢画画以及唱歌，在母亲影响以及西关文化的熏陶，廖秀霞对色彩、线条等理解有着独到见解和感悟力。自此对服装设计及形象设计产生浓厚的兴趣，之后进入广东电视台影视剧中心担任首席造型师、形象设计师，她坚持对生活美学的选择，直至退休，几十年从业经验，使得廖秀霞对个人形象设计有着非凡的见解和主张，并成功塑造了王丽坤、杨钰莹等明星的独特形象。

一次偶然的机会，廖秀霞参加了世界礼仪皇后 Miss Daily 在广州举办的公开课，两人因此相遇、相识、交谈，就结下不解之缘。谈及与世界礼仪皇后 Miss Daily 的邂逅，廖秀霞难掩心中的兴奋和激动，“Miss Daily 年纪那么小，气质那么优雅，身材还那么挺拔，这样就把 Miss Daily 深深吸引住了。”从不知名的廖秀霞，目前视



Miss Daily 唯一偶像。“Miss Daily 不仅仅教会我礼仪与技巧，更重要的是教会 Miss Daily 为人处世的精神内涵以及生活态度。每当自己遇到问题的時候，脑海里都会浮现。如果是 Miss Daily 会怎么做呢？如何才能做一个品位、精致、优雅的女人。”

Miss Daily 也惊奇发现，廖秀霞对礼仪、色彩搭配、形象设计等与自己美学看法高度一致。这正是 Miss Daily 这几十年来一直寻找的传承人和接班人，并宣布廖秀霞是中国目前唯一得到 Miss Daily 认可的首席形象设计师。为此，Miss Daily 还特别邀请廖秀霞到澳大利亚 JOW 商学院进修。在这期间，Miss Daily 还将廖秀霞力荐给澳洲总理夫人，成为澳洲总理夫人私人形象顾问。

廖秀霞不仅仅总理夫人深入透彻地讲解国际形象设计理论，还为总理夫人规划了“中国际像”，为今后访问中国之行做足了准备。

对于退休后还坚持在中国大地传播个人形象设计之美，廖秀霞透露自己心声，早些年经常到国外的她，经常被误认为是韩国人、日本人、香港人，从来没有人说她是大陆人，她一度为此感到痛心 and 困惑。廖秀霞希望通过形象设计课程传播真正的礼仪和形象设计，帮助中国人不仅成为国际化的人，而且成为受尊重的人。“中国人需要更多礼仪的课，整个民族也需要提升”她希望未来有更多企业愿意认可一样，提供更多更宽广平台，帮助中国人提升个人形象以及礼仪素养。



形象先有诊断 才有设计

廖秀霞不仅仅是 Miss Daily 的传承人，也是她澳洲全球名媛礼仪特聘副馆长；环球名媛大赛中国区评委。多年的形象设计经验，她一直坚持在中国大地传播礼仪和形象设计之美，“先有形象诊断，才有形象设计。通过色彩以及风格搭配，选择最佳形象设计。”她认为，只有通过专业形象设计师进行全方位的诊断，才能找出个人形象设计最佳方案。“每个人都是不同的，色彩、服饰搭配、头发样式都需要设计，西方人色彩学（蒙塞尔体系）从浅到深分得很细，日本韩国服装搭配颜色相对复杂，中国人服装搭配更多大红大紫，色彩呈现跳跃，缺少层次感。”她还特别提醒，服饰打扮别给别人或者被那甜美的人，服装一定要特色，不要添加任何灰色，不要磨个人早衰老态。

在各种不同场合中，注重个人形象的人能体现优雅美，增加交际能力，给人留下良好的印象。同时，注重形象也是每个事业成功者的基本素养，特别是对于经常穿着职业装的女士，廖秀霞认为根据选择不同服饰搭配，能提升个人整体气质以及气质，更能提升个人在商场中自信以及魅力。

或许形象设计是一门高深的学问。正如世界礼仪皇后所言“礼仪从来都不是一种形式，当你把大方有度变成一种习惯的时候，你会发现你整个人都是闪闪发光的，这种光不仅照耀自己，更照耀他人。”同样，以品质为本，旨在做优质生活方式的倡导者，廖秀霞认为，不仅仅为业主呈现精致的建筑产品，更为业主打造丰富文化滋养生活。



星河湾酒店： 把每一个细节做到完美

众所周知，星河湾的房子是高端住宅中的标杆，也是高净值人群心目中的“第一居所”，这不仅因为它独一无二的优美园林、严苛的装修标准，更重要的是星河湾懂得人心，而星河湾酒店则将其做到了极致。

正如星河湾知道，300 平方米左右是家庭最舒适的居住空间一样，星河湾酒店的客房面积均在 40-60 平方米之间，相当于一居室的面积，让宾客在最佳的环境中休息。

当宾客下榻酒店的时候，这意味着大多数的时间都会与客房有着密切的联系。

除了豪华的装饰、优美的环境，贴心的住宿体验其实来得比任何都直接和重要，而这些就体现在每一个细节处。

酒店的客房满足宾客对住宿、办公、通讯、洗浴、化妆、卫生间、行李存放的要求，每一间客房在宾客入住前都经过严格的清理和清洁，确保宾客入住时呈现最完美的环境。

除此之外，星河湾酒店更设有个性化的服务，体现对宾客的一贯追求。



贴心的服务窗设计，保护宾客隐私。

独特服务窗设计

经过一天的外出，带回来的除了愉悦的心情外，还有沾染在衣物鞋子上的尘土。星河湾酒店在每一个房间都有独特的服务窗设计，把需要清洗的衣物、要换的皮鞋放入服务窗内，很快就会有“田螺姑娘”在门外悄然服务，一觉醒来，就能享受到干净柔软的衣物和焕然一新皮鞋。

给予孩子们的专属

每个孩子都是家庭中的宝贝，理应享受最贴心细致的照顾。星河湾酒店会为孩子们准备专属他们的“小朋友拖鞋”，精巧可爱的造型搭配小朋友的可爱活跃，在这里也能寻找属于自己的家感觉。



小巧可爱的小朋友拖鞋



在星河湾酒店找到“家感觉”



对于珍贵的小小客人，星河湾酒店会提供专用的宝宝床。宝宝床充分照顾了小小客人的舒适度与安全性，让家中每一位都能安逸入睡，享受美好的天伦之乐。



定制的私人咖啡厅

在悠闲的下午或者奔波劳累一天回到房间后,冲上一杯咖啡或清茶,又是另一番享受,宾客可以在每一个客房中享受免费的Mini Bar服务,除此之外,客房内还配备Tizian Cafe咖啡机,搭配其品牌专属的咖啡包,仅需片刻,一杯气味芬芳、口味香醇的意大利风味咖啡油然而生。



沐浴的非凡感受

沐浴无疑是最美好的生活时光,在运动后,享受热水浴不仅能舒缓到清油肌肤的烦恼,还有活血、解乏的功效,除了24小时不间断的热水供应,星河湾酒店还贴心照顾宾客的沐浴感受,打开淋浴水盒内存放的是独得天然的海盐,滋润每一处肌肤,回归最初的柔滑细腻,齐全的沐浴套装,不仅带来视觉、嗅觉上的感官享受,还能给宾客带来最舒适的沐浴感受。



开夜床的小惊喜

星河湾酒店认为,夜床服务必须能够定够的个性与贴心,星河湾酒店为宾客自家出品的精品巧克力,浓郁顺滑的口感,甜在心头,各式小枕头套同样让您一目了然,7种保健枕头(护颈枕、薰衣草枕头、荞麦枕枕头、防过敏枕头、决明子枕头、油桐枕头、磁性枕)任君选择。



星语话
对于喜爱 SPA 的宾客,星河湾酒店没有安插 SPA 元素的水疗套房,将浴室与客厅自然分开,采用独特的热带雨林式设计,一线江景相伴,配备大浴缸及宽敞的落地玻璃,享受星河湾豪宅般的洗浴氛围,体验与众不同的水疗情境。



相关链接:

2015年度星河湾酒店服务技能大赛决赛落幕

2015年7月13日,在星河湾半岛酒店国际宴会厅举行了一场才华汇聚盛会,由星河湾酒店管理公司主办,全国各星河湾酒店协办的2015年度星河湾酒店服务技能大赛决赛落下帷幕。

作为首届全国性的技能比赛,选手们可谓风采洋溢,技压群雄;经历了初赛、复赛的激烈角逐,来自广州、北京、上海、太原、西安共7家星河湾酒店技能高手云集于此,本次技能大赛决赛包括团队礼仪展示、中西餐宴会摆台、中式铺床四个竞赛环节;选手们熟练的手法、细节的注重、认真的态度,无论是铺床定线、床罩包角还是餐盘摆设,仪态优雅,都是一丝不苟的精彩表现,让在场的观众与裁判都叹为观止,赞不绝口。

虽然,历经4小时的紧张角逐,星河湾半岛酒店礼仪团队以整体出色的发挥成功荣获团队礼仪展示第一名;中、西餐宴会摆台冠军殊荣分别由来自北京星河湾酒店的赵夏与星河湾半岛酒店的黎金敏获得;在中式铺床环节中,来自上海浦东星河湾酒店的隋海以刚柔并济的惊喜表现获得第一名。

技能服务大赛努力的背后是为促进员工之间的交流与学习,通过比赛将各地优秀的技能服务意识传播至全国各地的星河湾酒店,全面提升酒店员工业务素质和服务水平,细节所在,心意所动;承接技能大赛的契机,未来,我们将以打造星级酒店的品牌服务而前进。

“‘真’情奉献 ‘佳’因有你”

庄师傅经典粤菜盛筵之旅

星洲经典粤菜在星洲湾酒店华丽上演。2015年6月至8月，由广东十大名厨庄师傅倾情设计经典粤菜佳肴在全国各地星洲湾酒店陆续推出，让您品味博大精深的广东菜美食文化。

本次美食巡礼将于北京、上海、广州、大原星河湾酒店真粤中餐厅举行，八期间来到广州星河湾酒店，粤菜是中国八大菜系之一，源自岭南，融合中西烹饪精华于一体。菜式追求食材的新鲜和原汁原味，以满足广东饕餮“不时不食、不鲜不吃”的苛刻要求。同时粤菜注重摆盘艺术，摆盘造型精妙绝伦，色、香、味俱全之余极具观赏价值。

本次活动中，西关老字号、小炒界翘楚、泮塘鱼脍、香酥脆皮鸡、真粤烧腊等菜式充分演绎广东菜的风骨与雅致，为您带来“五滋”（香、松、软、肥、浓）和“六味”（酸、甜、苦、辣、咸、鲜）的味觉极致享受。

值得一提的是本次经典粤菜盛筵之旅的味觉总设计师——庄师傅，庄师傅从事烹饪工作长达45年，曾供职广东省烹饪协会颁发的广东十大名厨称号以及终身成就奖，曾接待英国女王伊利沙伯二世、美国总统尼克松、德国总理科尔等五十多个国际元首贵宾，并先后受邀至香港、新加坡、



意大利、法国等世界各地进行考察和艺术表演。名声远扬的他为本次活动精心定制菜式，定能为食客带来正统正宗的御用用餐体验。典雅的环境融合中国韵味，真粤中餐厅精选各地特色食材，从顶级鲍、参、翅、肚至多款粤式茶楼点心，体现真正粤菜真髓。经典粤式早茶饭馆任君选择。星洲湾酒店真粤中餐厅以一贯的优质细致服务和精致美味的饕餮美食期待您的光临。

相关链接：

星洲湾庄师傅粤菜盛筵之旅菜色介绍



香煎真粤鸡

配方：湛江走地鸡、八角、姜葱、鸡汁

在粤菜中，“白切鸡”可谓是菜系中的经典。香煎真粤鸡，传承与创新料理结合，将白切鸡以餐台菜形式革新呈现。选取优质的本地鸡，采用隔水蒸手法，加入八角茴香、火腿的研究烹制鸡肉熟度恰到好处，奉客切件后再灌入原只鸡汁和香葱油，香气之点醒。鸡肉裹满在解馋鸡汁，肉质嫩滑、皮爽、和顺、口感、不干不油，完美呈现鸡的清甜和鲜美。作为餐前小菜，香煎真粤鸡将给您不一样的前菜美食体验。



芝士焗龙虾

配方：新鲜龙虾、芝士、牛油、鸡蛋、洋葱、姜葱

用料与刀工，是这道菜的关键。精选上乘龙虾，主须拉切，讲究对食材的用心，需将龙虾油烹制，将鸡蛋白或蛋液、芝士牛油配搭洋葱、姜葱等香味料中，完美结合，蛋丝香浓、鲜虾清甜、芝士芳香、色彩斑斓，芝士焗龙虾，承载粤菜精髓，中式菜色以西式烹饪做法呈现别具一格的色香味形菜肴佳品。



豉汁蒸凤爪

配方：荔枝、凤爪、鱼肚、香菇

六月荔枝成熟，凤爪声去秋寒暑，暖夏炎炎盛夏，豉汁蒸凤爪，是一道寓意丰富的季节时令菜肴，鱼肚软糯、荔枝肉质、香菇衬托，挽手工雕刻，活现栩栩如生的秋意，尤其讲究火候控制，中上火烹制将凤爪煮透白质，口感鲜甜弹牙，加上酱汁“南国四大名菜”之一的荔枝，鲜甜多汁，晶莹剔透，独特佳道，独特的盛夏风味让人回味无穷。



龙虾球炒鲜奶

配方：澳洲青龙虾、鲜牛奶、火腿、蛋清

一道完美展现用料上乘、厨艺精湛的传世粤菜。精选澳洲青龙虾，高浓度优质鲜奶，借鉴经典粤菜中爆炒大良炒牛奶手法，龙虾球炒鲜奶，必须高炉高温烹制，挑取龙虾肉，置80-100度油中拉油，温度的控制十分讲究，炒牛奶更是厨艺的体现，巧妙掌握火候大小，将牛奶炒至如蛋白的胶质感，龙虾球配合鲜奶，区别于往常的芝士焗龙虾，嫩滑奶香、爽中带脆，独特而经典的口感让您无法抗拒。



星河湾连续三年助力 广州市慈善项目推介会

日前，第三届中国广州市慈善项目推介会展示对接大会在广州白云国际会议中心隆重召开。广州市人大常委会主任张桂芳、中华慈善总会会长李本公、民政部社会福利和慈善事业促进司副司长孟志强、广州市副市长周亚伟、广东省民政厅副厅长陈奕等领导出席了大会。

作为“政府搭台、慈善组织运作、社会参与”的慈善平台，广州慈善项目推介会民间色彩浓厚、活力充沛。星河湾集团一直积极投身于各项慈善事业，从首届推介会起即积极响应市政府号召，已连续三年支持广州市慈善项目推介会，不遗余力践行企业公民的社会责任。

本届推介会共推出 509 个公益项目，以“社区慈善、人人可为”为主题，以扶贫济困为重点，发起“人



人都来慈善”4 家“活动，受到社会各界热心企业和个人的高度关注和支持，捐赠慈善资金 45112 亿元。

星河湾集团作为具有高度社会责任感的企业，一直积极投身于各项慈善事业。从首届推介会起即积极响应市政府号召。本届推介会中，集团捐出 464 万元善款，为社会作出了贡献，作出了好榜样。而今年 2014 年，广州首次获评中国城市慈善指数最高级别七星级慈善指数城市。作为广州本土企业的星河湾集团，在黄董事长身体力行的推动下，一如既往地支持慈善项目，将扶贫济困的美德传承下去，进一步彰显广州爱心之城的力量。

实惠 APP 携手星河湾物业 实现“福利到家”

7 月 18、19 日，实惠 APP 携手星河湾物业发起的“你缴物业费 我送你实惠”活动吸引了业主们的眼球。纷纷前来咨询。据了解，业主们只要证明自己缴纳了今年的物业费，然后下载实惠 APP，完成注册，即可免费领取超值大礼包。

目前，越来越多开发商不仅在营销阶段为业主考虑和实惠联合送福利。在物业端也以业主利益出发，给业主们带来越来越多的实惠。据悉，此次活动在包括新加坡嘉禧花园、春申复地城、复地太阳城、联排别墅、中大九里德、苏堤春晓、慧芝湖花园一二三期、宝华现代城、瑞阳庭、松江志成花苑以及星河湾在内的共十多个小区为同时开启。

这次活动实惠 APP 为业主们准备了冰淇凌雪糕机、三德乐新西兰水、以及三德乐品

蛋蛋糕等丰厚的礼品。在星河湾的活动现场，很多业主拿着物业费凭证前来领取礼品。由于礼品比较多，热心的物业工作人员帮助业主们把礼品带回自家。也有很多业主，在得知这次活动之后，现场缴纳物业费，把礼品带回家。

“缴物业费还能免费领礼品，这样的好事儿还真是头一回。”领到福利礼包的居民对实惠 APP 和热情的物业工作人员赞不绝口。据物业管理中心反馈，实惠 APP 此次活动不仅给业主们带来了福利和惊喜，更让他们物业的工作变得轻松许多。部分欠费已久的业主都因为此次活动主动补缴了数月的物业管理费。

实惠 APP 推出的“你缴物业费 我送你实惠”活动，给这个炎炎夏日带来了丝丝的凉意。只要凭缴物业费凭证就能领到超值大礼包，如此贴心的“福利”业主们惊喜不已。

作为此次活动的合作方，星河湾物业携手实惠 APP 为星河湾业主送来盛夏的清凉，不断丰富与提升业主的居住体验。一直以来，也致力于业主服务水平提升。目前，星河湾物业秉承企业“舍得、用心、创新”理念，以真诚同行先进管理服务思想优点，并参照“五星级酒店管理服务”标准，将其优点有效的结合在日常的物业管理服务工作之中，为广大业主提供各项尊贵服务，同时追求社会效益、环境效益、经济效益同步增长。

为了适应集团发展战略需要，星河湾地产于 2007 年 1 月成立了自己的物业管理总部。发展以来，星河湾集团始终秉承“舍得、用心、创新”为核心价值观，一步一阶，为成就“优质生活方式创领者”这一梦想奋进。



星河湾半岛跨界大赏 当歌剧女王遇上粤曲名家

乐韵伴佳茗，大家会知音。星河湾半岛系列定制高端圈层活动“高朋·古茶茗思会”，于6月13、14日下午如期举行，歌剧女王与粤曲名家相继登台，与业主知音互动，让半岛更添人文雅尚之趣。



佳茗相伴 岛上聆听美声精粹

古茶茗思会现场，天很蓝，于滨江木栈道上漫步，便能感受到江边微湿的空气，享受到夏日难得的拂面江风。如斯小道，你便穿越喧嚣尘世与古雅茶会之幽径，将茶客们慢慢带进美妙佳茗的绝妙境界。

古雅茶会向来沉静宁神，细品慢咽中，传来民乐之声悠扬，排箫之声如泣如诉，古筝之声悠扬柔和，二胡之调凄凄哀哀，一曲一曲，你便向茶客诉说着一个又一个缠绵故事，曼妙的故事，要用茶客在空气中交织，将茶客们听得如醉如痴带进无边遐想中，繁杂之声，喧嚣之感尽数消融散去——

余音渺渺之时，特邀高深译善语，座下茶客雅兴渐生，兴味盎然之际，相顾左右，彼此畅谈茶与乐之感悟，品味其中真意，高朋五星，霸气凛冽。如此雅品时以“东方莎拉布莱曼”江穗然的曼妙美声，更是彰显不凡。茶会之上，古典与现代结合，将厚古典音乐与独具风格之美声演唱浑然一体。

午后阳光虽短，然而美好佳音中，古茶却依旧散发着无穷余韵——品古茶，一种古典，启人幽思，宁人心绪，静幽之地，古雅之乐，皆与古茶意境相和，茶与乐相得益彰，正是最超然之境界——



粤韵悠扬 知音共和好声音

星河湾“粤韵时空”的第48场活动，迎来国家一级演员梅兰芳女士的现场表演。现就职于广东粤乐曲艺团的梅玲玉是中国曲艺牡丹奖表演奖得主、非物质文化遗产粤曲传承人。她的琵琶弹唱使得她以第一个曲艺演员表演身份，“珠江渡河”赴北京、上海、天津开个人演唱会，将广东曲艺于北方扬名。

当日现场，不少粤曲“发烧友”慕名而来，早早汇聚在活动会场。梅玲玉倾情献唱的粤曲金曲《一梦到梁山》《情断西厢记》，吹字行腔独具个人韵味，一颦一笑尽显名家风采，绝情四座，令业主知音们大饱耳福。更有粤曲“发烧友”在其艺术魅力及现场气氛的感染下，纷纷登台与陈玲玉互动，或对唱、或合唱。今午后的半岛穿行于悠扬的与雅致的旋律中。



共探品牌革新

同着淡雅的红木家具，每一位成员都凝神会神，听著阮老师讲解“品牌共生系统”，进一步了解“互赢网。”时代中小企业的品牌突围之道。



作为全国首个高新区-区县-镇街三级平台,以“其在在”为会员服务的核心理念,结合创新平台运营模式,为会员提供企业融资、高峰论坛、心理咨询等服务,打造一个专业的商业平台,精彩的人生舞台,让您的企业实现人生、财富的梦想!



第一届星河湾社区星跑赛圆满落幕



赛道总长近1公里,浦东河浦湾生态主题游一期、二期、三期按终点,上海河浦湾生态主题游一期、二期、三期,这为游客提供的是一个大自然,是生态主题游,呵,但生态主题游,此时,比赛已不再是我之间的竞争,而是与自己赛跑,一条与自然的较量!



安全技能切磋 上海星河湾物业秩序维护大比武



日前,上海星河湾物业秩序维护保安大比武再次进行,上海星河湾的物业精英们带着职责感和敬业精神,专业、圆满地完成了整个比拼,在场业主也为他们点赞助威。

本次“秩序维护大比武”体现“公平、公开、透明”原则,竞赛内容包括:基础队列、交通指挥手势、消防等,每个竞赛环节的参赛人员均安排一名对应的评委,紧张有序的技能大比武持续了近2个小时,选手们赛出了星河湾的气度风范,比出了星河湾的

服务高度,拼出了星河湾的专业速度,为社区的各类安全防范工作,做出了高标准表率。

作为中国最具品质的生活居所智造商,优质生活方式创造者,因为有着星河湾物业的守护,而显得更加温暖,从社区园林的一草一木、到业主家门的日常小事,星河湾物业全力兑现着“无微不至、超乎想象”的服务承诺,用心打造和谐和暖、美丽安宁的星河湾家园。

健康休闲方式 备受青睐



经过激烈的比赛角逐,来自浦东星河湾与上海星河湾的三位业主,分别荣获跑步赛的冠、亚、季军,成为当日活动的业主明星。赛后,虽然众多参赛者没有获得名次,但人们脸上依然洋溢着笑容,上海星河湾的一位参赛业主表示,自己为此次比赛专门练习了2周,即使没有获得名次,但这种健康休闲的方式让人受益匪浅。

作为中国最具品质的生活居所智造商,优质生活方式创造者,星河湾一直以来不断倡导健康的生活方式,从星河湾杯2015中国首届龙船赛,到首届中国西藏新区藏汉新城五陵原自行车公开赛,再到2015汉城观龙舟大赛,随处可见星河湾的风采,未来,星河湾将继续不遗余力,进一步提升生活品质,为打造第一居所而努力。



26人创造校园最新纪录 星执附小首届校园“吉尼斯”挑战赛落幕



在星河湾执信中学小学子嘉年华中，首届校园“吉尼斯”挑战赛决赛日前落下帷幕。经最终确认，决赛有26人创造了星执附小的校园吉尼斯最新纪录。

本次活动由星执附小教导处策划举办，活动旨在丰富学生校园文化生活，拓展学生展示个性风采的平台。经过预赛和复赛，进入决赛的选手在星华广场展开激烈争夺。参加决赛的项目有：一分钟跳绳、一分钟传球、魔方、叠杯、心算等五个单项9个级别。星执附小行政领导和二年级全体师生全程观赏决赛，并在现场为选手们加油助威。星执附小首届校园“吉尼斯”挑战赛决赛，在选手们激烈的角逐和现场师生的呐喊声中圆满落幕。

经过最终确认，本场决赛有26人创造了星执附小的校园吉尼斯最新纪录。这些记录将载入附小校园吉尼斯挑战赛的史册，成为下一届校园“吉尼斯”大赛挑战的纪录目标。



星执中考再创新高 93%超国家级示范性高中录取线

随着6月中考的落幕，今年星河湾执信中学2015年中考成绩再创佳绩。参加考试人数458人，其中地段生的占14%，达到或超过750分以上占28%，曾子恒755分，陈均华被广州执信中学、广东仲元中学等省市名校录取。超过国家级示范性高中录取线达93%；共有刘智健、刘杰辉、谢清伦、杨恩丰、林奕冰、王涵童、刘天号、张琛文等8人获物理单科满分，陈诗霖1人获化学单科满分。

作为有招收地段生的民办学校——星河湾执信中学，充分显示了其对广州市教育所不断做出的努力，用令人信服的成绩回报社会，初三年级教师用辛勤汗水和敬业精神，再次证明番禺执信中学的教育教学加工能力和实力。

广州市番禺执信中学办学十多年来，高起点高品位，师资强生源好，以先进的办学理念，创新的教育思维，独特的管理模式，优异的教学成绩，实现了由区一级向市一级和省一级学校的跨越式发展，成为了广东“民办学校”的标杆。



这才是夏天 见过如家中水疗一样的星光泳湖没？

夏天最懂什么？在丛林密幽飞落满溢的水花？欣赏湖水在阳光下闪闪发光？那还不如跳进泳池，在鱼儿环绕下凝神静气。这个地球上的露天游泳池很多，但像星河湾这样与鱼同游，拥有热带风情，如同在家中水疗一样的星光泳湖，不知道这世上还有没有第二个？你又见过吗？



环环相扣的 自然净化系统

星河湾建造的溪涧之间，有五彩斑斓的锦鲤自由游弋，因为引入“宝墨园”的活水处理专业技术，运用非常环保的方式形成自然生态净化，不仅水养鱼更养颜，更能保证锦鲤正常生长，形成了“养水养鱼”的奇观景观。

此外，星河湾在中央露天游泳池还精心规划出大体量“鱼缸”，下沉式游泳池与观赏鱼池合为一体，中间由特别订制的亚克力玻璃相隔，将鱼池、成人泳池、儿童泳池环环相扣，透明剔透的材质真实地营造出与鱼同游的美好景致。



泳池畔的 热带风情

星河湾的露天泳池为了追求自然流畅而开阔的效果，采用施工难度极大的大面弧形池壁设计，同时为了营造独特的热带风情景观，星河湾还将热带椰树等棕榈种植于泳池边，高大雄伟，形态多样而自然。



泳池的水疗SPA

在上海星河湾的泳池内，有10道水力按摩床，躺进泳池中，水流利用泳池中的循环水，以不同位置、不同压力，针对人的背部、腰部、大小腿等进行水压按摩，家中做水疗SPA，接近健康。

泳池底的拼花

每一座星河湾泳池底部都盛开不一样的拼花，每一朵花的工艺各不相同，底花拼花设计完成后，将在马赛克材料板上编号，铺设时严格按照设计好的坐标进行，大呈现图案最佳的视觉效果，拼花技术非常复杂，使得泳池拼花栩栩如生。



定期养护游泳池

星河湾的游泳池每天都要检测，测试泳池内水的PH值，以对应不同的情况添加成份，及时平衡水质健康，以防水的酸碱性失衡对人体造成危害。



相关链接:

2014年,珠江建设民生新闻《今日关注》暗访过广州市区四大泳池水质,调查结果显示,水质样本合格率仅为25%,唯一达标的便是广州天河西苑泳池,让我们看看天河泳池是怎样做到的吧——

每天对泳池水质进行监测,并做以上记录表水质。

早上7-8点

中午11-12点

下午15-16点

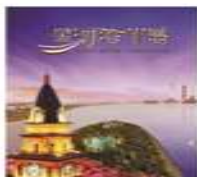
晚间19-20点

每天确保泳池的24小时活水系统运行正常,新水进,旧水出,确保余氯含量、细菌超标、水质透明度、PH值等保持均衡状态,保证泳池水质合格。

星河湾社区配套一览表

——广州、上海、太原、北京星河湾

星河湾半岛



酒店 / 星河湾半岛酒店，已加入世界一线酒店集团，会议中心、室内外泳池、网球场、羽毛球场、健身房、满足等商务娱乐休闲设施一应俱全；酒店拥有广州独一无二的户外园林式泳池、和室内恒温泳池。

商业街 / 商业街设有超市、银行、洗衣店等日常生活配套设施，为业主打造便捷的生活服务。

教育 / 在教育配套方面，学校正在紧锣密鼓筹备中，未来将为主业主家提供高端教育。

其他 / 拥有2500米私家滨江休闲步道，临家人休闲散步或沿江欣赏CBD的繁华夜景；园区配套泳池等。

广州星河湾

酒店 / 广州星河湾酒店配备包括“SPA”水疗中心、桑拿中心、室内外泳池、网球场、羽毛球场、商业街等完善的配套设施，现有网球场馆总面积达5000平方米，容纳观众1000人，全新国际赛事标准，可承接各类大中型国际赛事。

商业街 / 星河湾商业街，商铺林立已引进四十多家商户，有中国银行、711便利店、万宁超市、李记万佳超市、冬安便利店、百果园、便利店、洗衣店、理发店等；还引入麦当劳、必胜客等大型餐饮酒店，大型生活美容休闲会所等。

教育 / 星河湾国际幼儿园由星河湾携手国际知名教育机构共同创办，星河湾番禺执信中学（小学）、第一幼儿园。

其他 / 项目内各园区配套泳池和康乐设施。



浦东星河湾



酒店 / 白金五星级的浦东星河湾酒店内配备千人国际宴会厅、室外泳池及室内恒温泳池、三大特色餐厅、独栋SPA、康体健身中心等一系列高端服务设施。

商业街 / 精品商业街引进了多个国际奢侈品牌及星巴克等众多高端品牌、餐饮品牌，在家门口就能享受到VIP级的购物体验。

教育 / 在教育配套方面，幼儿园、小学，为业主孩子创造卓越的成长环境。

其他 / 项目内各园区配套泳池等。

上海星河湾



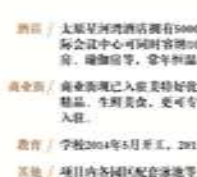
酒店 / 白金五星标准上海星河湾酒店，为业主打造世界级会客厅。

商业街 / 定制精品商业街打造家门口的精致生活，定义城市品质生活的格调与品味。

教育 / 上海星河湾双语学校源自上海中学国际部，采用国际名校先进教学，接轨国际成熟教育模式。

其他 / 项目内各园区配套泳池等。

太原星河湾



酒店 / 太原星河湾酒店拥有5000平方米的会议中心及1600平方米的高端宴会池；1500平米的国际会议中心可同时容纳2000多人举办大型宴会；体育馆内设有羽毛球、羽毛球、健身房、健身房等，全年恒温室内游泳池。

商业街 / 商业街现已入驻多家知名商户，已于2013年11月2日正式开业，业主足不出户即可享受精品、生鲜美食，更可专享定制服务及额外优惠；中国银行、五星Spa美容院等的相继入驻。

教育 / 学校2014年5月开学，2015年秋季竣工，业主子女即可就近就读。

其他 / 项目内各园区配套泳池等。



北京星河湾



酒店 / 总建筑面积34000余平方米的高端会所，定位于中国百家超五星精品酒店，奢华酒店、俱乐部等多种功能，四季会所包括专为商旅商务人士准备的贵宾房，可容纳400人的国际宴会厅、咖啡厅、圣彼得西餐厅、中餐厅及拥有多间特色美食的餐饮服务区，户内恒温泳池、桑拿、网球场、羽毛球场、健身房以及设备齐全的健身房等。

商业街 / 商业街各类商店进驻。

教育 / 北京星河湾双语幼儿园，秉承国际化教育理念；星河湾实验小学是北京、朝阳区教委重点扶持的公立学校。

其他 / 项目内各园区配套泳池、室内外网球场、乒乓球馆、羽毛球场、健身房、游泳池等。

品质连载/

屋顶的天际线

星河湾的建筑风格偏欧式的地中海式,最具特色的当属建筑顶部的处理,屋顶处理成尺度适度、高低错落的模型圆塔、方塔或是亭子的形式,错落有致,而且每栋建筑的处理方式各不相同,且具有很强的识别感,高低错落的屋顶形式,形成了十分生动的天际线。

无声的趟门

星河湾趟门有很多趟门,如厨房、书房趟门、衣帽间等,趟门的好处在于能隔开的空间是可开可合的,但通常会出现推拉声音,为解决这个问题,星河湾的设计部门在趟门的工艺和配件的选择上下足了功夫,反复比较德国、日本等地出品,最终找到满意的产品,把推拉的声音降到了最低。





中国·西安

小亦大作·卓世而出

「浦东星河湾首推109-118m²限量特供」

只此一次,与财富精英为邻。
请至星河湾首推109-118m²限量特供品,小空间,大手笔。
优雅情调,不曾有,不离开!

营销中心: 5881 8888
(021) 上海浦东新区周浦镇2588号



扫一扫进入星河湾售楼处



中国·西安

西安星河湾

渭水河畔的一颗璀璨明珠
位居大西安发展核心区中央腹地
拥揽城市中心水城花园
全成品精装华宅
134-377 m²顶级不动产
青岛星河湾恭迎品鉴

尊贵专线 (029) 3208 9999
中国·西安秦汉新城兰池大道中段

