

星河湾系至稀缺作品

距珠江新城至近的城市半岛
揽1200米广州至宽江面



现代中式、新古典八大全新风格板房 首次呈现 【254-682m² 单位 恭迎品鉴】

地址：广州市沙溪大道星河湾半岛(华南快速干线沙溪出口) **Vip line 020-3920 9999**

四季 FOURSEASONS

上岛，赴一场美好生活的盛宴
星河湾半岛新品发布璀璨羊城

星河湾拟成立高端游艇会
打造中国最有价值城中岛社区

看星河湾
如何将装修细节做到极致



封面图片/星河湾半岛



FOUR SEASONS 《四季》双月刊

致力高端社区人文
提升生活·事业·修为
2014年冬季号·12月

主 办：星河湾集团

总 顾 问：吴惠珍

总 编 辑：张学凤

执行总编：韦凤君 何燕

主 编：王志强

通 讯 员：谭嘉毅、何飞飞、余清娜、张灿、曾彩凤
何承珊、康湘华、丘会静等（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 9668-8635

网 址：<http://www.star-river.com>

微 信 号：xhwjtweixin



卷首语

星河湾这个名字，在最近一段时间地产圈内可谓热词。大家口中议论纷纷的，都是关于星河湾最新推出的作品——星河湾半岛给人的惊艳；朋友圈中转发的，都是通过各种渠道得来的星河湾半岛样板间美轮美奂的谍照。

而大家关注的重点，不外乎两个字——“变化”。无论是星河湾为什么甘冒一定的市场风险，大胆突破以往奢华绚丽的风格，创新求变，还是星河湾半岛是如何营造出让人眼前一亮，魅力难当的现代中式风格和新古典风格，都是业内和关注星河湾的高净值财智精英，想要知道答案的问题。

在本期《四季》杂志专题部分，《市场机制最公平好产品自己会说话》以及《星河湾风格之『变』：全新风格样板房升级》两篇文章，分别从市场环境变化、消费者理念的变化方面剖析了星河湾风格转变的原因，同时也全景展现了星河湾半岛一线临江新品，最新风格样板间的真容。

星河湾如此变化的底气，是对市场及高端消费人群的精准洞悉，而前三季度销售数据（详见本期杂志《三季度楼市高端需求入场 星河湾等品质地产受热捧》一文），显示了消费者对于星河湾的热捧，印证了星河湾的眼光。

正因如此，让星河湾有了在沈阳3.48亿逆市拿地的勇气（详见本期杂志《星河湾沈阳3.48亿逆市拿地》一文），有了在西安面试500销售精英的锐气，（详见本期杂志《星河湾以一场“用心”招聘会亮相西安》一文）。

所有这些都让人期待，星河湾在即将到来的2015年，会展现出怎样的风姿。



星专题

04 / 上岛，赴一场美好生活的盛宴
星河湾半岛新品发布璀璨羊城

06 / 星河湾拟成立高端游艇会
欲打造中国最有价值城中岛社区

08 / 星河湾风格之“变”
全新风格样板房升级

12 / 市场机制最公平 好产品自己会说话

14 / 媒体聚焦星河湾新品
最大江景平层单位受捧

16 / 专家评说星河湾半岛

星万象

17 / 三季度楼市高端需求入场
星河湾等品质地产受热捧

20 / 星河湾沈阳3.48亿逆市拿地

22 / 星河湾 以一场“用心”招聘培训会
亮相西安

24 / 战绩回顾
星河湾职业网球俱乐部2014赛季盘点

28 / 名人明星“上岛”行

星生活

30 / 星河湾酒业 以第一居所打造全国
首个高端圈层聚合平台

32 / 星河湾半岛定格Miss Dally优雅瞬间

34 / 生活艺术季·冬
暖冬感恩星河湾半岛亲子活动
“生活家的家”征文比赛获奖名单及优秀作品选登

星元素

38 / 星河湾酒业
“星享会”第一期会员企业互访活动圆满成功
星河湾酒业以“东情西韵”闪耀糖酒会

40 / 星河湾酒店
2014 环球旅游投资论坛于浦东星河湾酒店
圆满落幕

“携手星河湾·共筑大未来”
2014 星河湾酒店客户答谢晚宴成功举办
广州星河湾酒店顺利通过五星级评定性复核

42 / 星河湾物业
“金秋而塑节·邻里一家亲”联谊活动
太原物业打造“龙城第一居所”

43 / 星河湾教育
星河湾执信中学被认定为
“广州市义务教育阶段特色学校”
国际校园音乐会在星河湾执信中学举行

星分享

44 / 星河湾园林有多美? 请来这里深呼吸!

46 / 星河湾社区配套一览
广州、上海、太原、北京

48 / 连载:
你所不知道的106个星河湾品质秘密

上岛，赶赴一场美好生活的盛宴

——星河湾半岛新品发布璀璨羊城

11月22日晚，一场以“上岛·盛宴”为主题的新品发布会，揭开了星河湾一线临江新品的神秘面纱。百余名嘉宾乘坐游船，从广州星河湾酒店出发，登临万顷碧波环绕的星河湾半岛，去赶赴一场美好人居生活的盛宴……



星河湾集团高管及业主共襄盛举



嘉宾乘坐豪华游船上岛



美轮美奂的宴会现场



晚宴上精彩的节目表演

上岛 island

登船，启航，向着万顷碧波环绕的星河湾半岛出发——别具一格的新品发布会就从“上岛”开始。下午16时，逾百名嘉宾乘坐游船，从广州星河湾酒店出发，驶过一千二百米珠江江面，登临星河湾半岛。

上岛，是一种生活方式。开阔的江面将都市喧嚣隔离在远处，你尽可安居岛尖一隅，尽享“出则繁华、入则宁静”的生活。也正因此，上岛，已成为羊城财智阶层的生活潮流。

懂你 understand

11月22日，羊城涌动上岛潮。星河湾半岛的售楼部、样板房，客似云来。在售楼部，云集于此的业主、准业主们留连在沙盘前，感受着星河湾半岛“绝版地段、私属岛尖”的珍藏价值。样板房里接踵而至的则是举家看房的人群，一起来挑选安放爱、责任和幸福的生活空间。此次星河湾半岛独创“新古典”、“现代中式”风格样板房，以其米黄、浅灰等清新淡雅的色调、简洁疏朗的线条，受到了越来越年轻化的财智阶层的青睐。

宫殿 palace

岛尖临江景观资源最优越处，是星河湾半岛代表“最高端”的682平方米半岛宫殿。尽管该产品目前不对外开放，只接受提前预约的内部VIP参观，但它还是吸引了几乎所有的顶端客户。682平方米五房三厅五卫，全然没有想像中的空旷——每间房都带衣帽间、卫生间的全套房配置，以及主卧超大空间内阅读、小憩、望江等细分空间，让超大型住宅告别一味空间偃大的炫富，真正成为随心所欲表达生活理想的空间。

盛宴 feast

当晚的新品发布会，群贤毕至，高朋满座。

这是一场艺术的盛宴。水墨芭蕾“岛之梦”，以轻灵欢快的舞姿尽情演绎水的轻灵与浪漫；时装秀“岛之灵”，在中国古民居背景前用中国元素演绎国际时尚之美。“岛之恋——雀之舞”以曼妙舞姿表达了鸟在林间翱翔的快乐……

这是一场产品的盛宴。星河湾集团负责人做了《星河湾的变与不变》的主题演讲，详解星河湾半岛新品从地段、景观到产品风格的全线升级。

这更是一场生活的盛宴。因为在星河湾看来，任何房子都不仅仅是物理生活的空间，它更是业主生活、事业与修为的平台。星河湾一线临江新作皇耀羊城，所提供的不仅仅是全新升级的产品，更是开启了一场美好生活的盛宴。 □

“2014中国第一居所与游艇发展论坛”广州开讲

星河湾拟成立高端游艇会 欲打造中国最有价值城中岛社区

12月20日，“2014中国第一居所与游艇发展论坛”在广州私属岛居社区星河湾半岛举行。星河湾集团在论坛上披露了拟成立高端游艇会的消息。

论坛当天，众多游艇业、财智圈层资深人士齐聚一堂，就中国游艇业发展、房地产开发升级、中国财智人群发展分析等众多议题展开思想智慧的交流碰撞。藉此论坛，星河湾半岛的高标准游艇会建设规划也正式浮出水面。据星河湾相关负责人透露，星河湾半岛即将启动高规格、高品质的游艇会的运营，将其作为“第一居所”的重要配套去打造，令星河湾大力提倡的“第一居所”理念获得更好提升。

游艇生活已成趋势 游艇会丰富“第一居所”圈层内涵

根据《2014年星河湾第一居所趋势白皮书》，中国财智人群对于“第一居所”概念的理解，包括了“交通便利比较重要，自然环境优良，产品舒适度高，人文环境好，市政配套先进”等多重要素，而从这一理想人居标准的发展趋势看，对于健康生活方式的要求也更为强烈，而游艇这一与休闲运动、体育健身相关的高品位生活象征，也更受这些财智人群的青睐。

在广东省游艇行业协会会长武田看来，现在游艇与房地产开发有机结合的趋势明显，只有把游艇与房地产有机结合，才能做好、做大、做强游艇产业。

在星河湾半岛，更是将广州亲水文化中“多元开放、包容并蓄”的精髓演绎得淋漓尽致。星河湾半岛地处珠江新城、CBD和广州新城的双都会核心之间，独具“出则繁华通达，入则静谧私享”的地段优势。星河湾半岛还将建设一座私属华丽门楼，让半岛更加私密。这里提供的不仅是一个品质人居，更承载人们对于美好岛居生活的无限向往。

专家纵论游艇与地产发展关系 星河湾拟成立游艇会

论坛上，有专家指出，发展游艇地产需要亲水岸线土地资源，而这些先天的地理优势是进入游艇地产的最核心壁垒。一个条件是亲水的建设用地，而在广州，亲水建设用地十分稀缺。另外一个条件是要有码头的岸线支援。在广州亲水资源的地位已经是非常稀缺，假如还能够有码头岸线，就更加珍贵。星河湾半岛所在的广州市洛溪岛东端，地处广州新城市中轴南端，是一个三面环江的城央私属半岛。项目三面环江，最宽江面达到1200米，拥有非常优质的亲水资源地块。星河湾半岛的江岸线长度约2.5公里，从星河湾半岛沿珠江顺流而下，不仅便捷直达港澳，更通过广阔海洋，驶向世界各地。

可以说，在广州绵长的珠江沿岸，江景名宅虽然不少，但独占两江六岸、具备船舶出行条件的社区却极为罕见。在众多游艇业资深人士的眼中，星河湾半岛恰好具备这种无可比拟的稀缺优势。在此次论坛上，星河湾对外披露了拟成立高端游艇会的消息，而星河湾半岛的先天地理优势，也让这一计划的可行性有了保障。



相关链接：论坛嘉宾观点



四成财智精英有换房需求 游艇成为财智阶层热衷生活方式

胡润百富董事长兼首席研究员 胡润

关于“第一居所报告”调查样本

第一居所报告调查了约271位中国高净值人，基本上这些人是70%来自于一线城市，北上广深，30%是来自二线城市和其他的城市。他们的家庭背景较高，平均家庭财富达到7300万人民币，所以具有一定的代表性。年龄不大，学历较高，学历本科以上接近90%。

关于第一居所的定義

在中国，成功人士认可的第一居所定义，是指纯粹为了家庭长期居住而非过渡性、投资或休闲的居所。交通便利，自然环境优良，产品舒适度高，人文环境好，市政配套先进，是成功人士对于第一居所的要求。

星河湾拟成立高端游艇会 欲打造中国最有价值城中岛社区

星河湾集团副总裁 张学凤

星河湾专注于“第一居所”

星河湾一直在专注、精益求精地坚持致力于做中国的“第一居所”。专注：星河湾不求最大只求最强，不求最快只求最好。精益求精：注重细节，形成自身的品质学。坚持：在提高居住舒适度上花心思。

星河湾半岛是最美城中岛

最极致的产品一定是老板亲自打造出来的，星河湾董事长黄文仔亲临星河湾半岛现场的次数非常多。

游艇会不仅仅是游艇生活 更是放松心情享受水岸乐趣 的滨水休闲生活

太古仓游艇会执行董事 梁志鹏

游艇发展的核心壁垒

游艇的发展条件需要天时地利人和，需要大时机、亲水岸线土地资源、市场需求。里面最核心的壁垒，就是关于亲水岸线的资源。亲水建设用地就是在广州亲水地块已经是稀缺资源，另一个条件是码头的岸线，在广州亲水资源的地位已经非常稀缺，假如还能有码头岸线，那就更加珍贵。

居住型的游艇地产所需资源

居住型的游艇地产，此类项目以提供高品质的第一居所为目的，选址位于市中心或副中心，最大特点是实现与城市生活圈零距离，此类项目由于要求同时局部区位优势资源、环境资源、岸线资源、人文资源、配套资源，因此核心壁垒在于土地资源的获得。

游艇发展需天时地利人和 居住性游艇地产 以提供高品质第一居所为目的

太古仓游艇会执行董事 梁志鹏

游艇发展的核心壁垒

游艇的发展条件需要天时地利人和，需要大时机、亲水岸线土地资源、市场需求。里面最核心的壁垒，就是关于亲水岸线的资源。亲水建设用地就是在广州亲水地块已经是稀缺资源，另一个条件是码头的岸线，在广州亲水资源的地位已经非常稀缺，假如还能有码头岸线，那就更加珍贵。

居住型的游艇地产所需资源

居住型的游艇地产，此类项目以提供高品质的第一居所为目的，选址位于市中心或副中心，最大特点是实现与城市生活圈零距离，此类项目由于要求同时局部区位优势资源、环境资源、岸线资源、人文资源、配套资源，因此核心壁垒在于土地资源的获得。

星河湾风格之『变』全新风格样板房升级

星河湾在变,前所未见。

日前对外开放的星河湾半岛全新风格样板房,“全新”与“升级”是所有来访客户公认的关键词。

最为直观的变化是其装修风格多样化。此次星河湾半岛推出了三大风格的样板间,分别是:经典版、新古典版和现代中式版。其中经典版亦即星河湾高品质住宅多年坚守如一的装修风格,惯用黑檀、樱桃木等沉稳厚重的材质和色调以及造型繁复的家具和内饰线条,营造出富丽堂皇高品质住宅形象。

与经典版星河湾高品质住宅相比,新古典版则以温馨典雅、低调奢华形象示人,变化主要体现在颜色和线条。新古典版的样板间内,浅灰、淡绿和米色等淡雅的色调一统江山,替代了之前金、米黄、暗红等沉稳厚重的暖色调。

从入户门到家具、内饰,经典版中繁复的肌理和线条在这里变得通透疏朗。比如入户门厅整片的大理石拼花、三层豪华吊灯是经典版星河湾产品的标配,在这里均已化繁为简;主卧背景墙以皮革或木质材料,加以现代工艺和流线,将生活场景从古典拉回到现代。

新中式风格则更强调“中国元素、国际表达”,在色调上,或采用温馨淡雅的浅色系,或采用简洁明快的黑白对比;造型和图案则以牡丹、回字纹、如意等中式意象,与水晶吊灯、大理石和玫瑰金钢等现代材质浑然天成,传达吉利连绵、富贵永长的传统寓意,旨在传统与现代之间寻找与客群在文化上的共鸣。

透过这一系列变化,依然可以真切感受到星河湾产品一脉相承的高品质住宅血统——那就是星河湾“舍得,用心,创新”的理念在每一细节的反映。比如精准到用激光笔都测量不到的施工误差,以及吊顶雕花装饰、金箔贴面穹顶、玉石拼花、定制设计软装等被视为星河湾产品标配的高端饰材;细节的完美更是一脉相承:水刀切割的拼花大理石浑然天成,像是在整片石材上印刷的图案……每一细节都在用鲜活的语言告诉你,没错,风格全新,产品升级,但依然还是那个坚守“舍得,用心,创新”企业精神的星河湾。





经典版卧室



新古典风格客厅



现代中式风格样板房

“创新”，当然不是空穴来风、无本之木。星河湾的“全新升级”，其“用心”处就在于，体察高净值人群居住及审美的新诉求。

“在星河湾眼中，任何房子都不应该仅仅是物理性质的生活空间，它更是中国家庭情感沟通的纽带，是新时代下高净值人群对时尚、审美新标准的体现”，星河湾集团负责人这样阐释星河湾风格变化的背景和原因。

基于这样一种产品理念，星河湾今年专门出品了针对高净值人群生活方式和居住需求的专题研究，对中国高净值人群的变化予以了提炼和总结。

随着财智人群的崛起，他们在居住选择上不再盲目从众，满足自己个性化需求的诉求越来越明显。大多数星河湾客户有国外教育背景或生活经历，反映到居住体验和审美上，尽管他们内心有强烈的中国文化情结，但他们希望这些元素的表达更具国际化。

“星河湾装修风格之变，正是我们对客户的洞察在产品上的体现”，星河湾负责人介绍说，过去星河湾的忠实客户都认为经典版的金碧辉煌才是“高品质住宅正道”。如今，财智人群对居住空间的要求也在发生着变化，色调要求更淡雅、线条要求更简洁、更注重空间的柔和度。正是基于这一背景，星河湾半岛“岛尖”演绎出全新装修风格，推出中国星河湾高品质住宅系列的升级力作。



现代中式入户大门



现代中式版客厅

市场机制最公平 好产品自己会说话

星河湾半岛样板房于11月15日开放，开放当天异常火爆，参观人数已超过1000人。在这个被称为中国星河湾高品质住宅系列高端力作中，682平方米一线临江的半岛宫殿最惹人关注。尽管目前半岛宫殿产品不对外开放，只接受内部VIP参观，但她却几乎吸引了所有顶端客户。“上岛”、“星河湾升级”已经成为一个火热的话题。一个地产品牌何以能成为一个都市话题，一次高端盛宴何以能成一次文化事件？

“归零”突破 星河湾再出发

之所以此次星河湾半岛一线临江新品收到如此热捧，离不开一个关键词——“变化”。星河湾在变，每一位在场嘉宾对此都有着清晰的感受。三大全新风格样板房，传统经典版以沉稳典雅的色调，繁复华丽的内饰，传承着多年来星河湾一贯富丽堂皇的产品形象；新增的新古典版和现代中式版，则以浅灰、淡绿等清新淡雅的色调，简约疏朗的线条，以及牡丹、回字纹、如意等中式意象，展现出一个迥异于以往的星河湾。

有很多同行都会问同样的问题，为什么星河湾已经在高品质地产树立了一个标杆，产品得到了广大业主和同行的认可，却还是在追求创新和变化呢？毕竟创新和变化同时也意味着风险，甚至有这样一种想法，“星河

湾就是昂贵建材的铺陈，非如此显不出星河湾货真价实、物超所值。”

但是无疑星河湾想的更深远，近乎苛刻的标准、孜孜不倦的精神、自我否定的勇气、精雕细琢的耐心与追求完美的理想主义，这些都推动着星河湾不断前行，用“归零”的心态，突破自我。

而中国现在最重要的，就是要找回文化，而星河湾半岛在此次一线临江新品当中，正体现了“中国元素、国际表达”的抱负，一个更加国际化、时尚化和多元化的星河湾，一个大胆创新、勇于突破自我的星河湾，正呈现在众人面前。

创新探索 用心所在

“创新”，当然不是空穴来风、无本之木。星河湾的“全新升级”，其“用心”处就在于，体察高净值人群居住及审美的新诉求。在星河湾眼中，任何房子都不应该仅仅是物理性质的生活空间，它更是中国家庭情感沟通的纽带，是新时代下高净值人群对时尚、审美新标准的体现。基于这样一种产品理念，星河湾今年专门出品了针对高净值人群生活方式和居住需求的专题研究，对中国高净值人群的变化予以了提炼和总结。随着财富人群的崛起，他们在居住选择上不再盲目从众，满足自己个性化需求的诉求越来越明显。大多数星河湾客户有国外教育背景或生活经历，反映到居住体验和审美上，尽管他们内心有强烈的中国文化情结，但他们希望这些元素的表达更具国际化。

同时，星河湾的用心还体现在对文化的重视，星河湾半岛在岛尖最有价值的位置，营造了一条古文化长廊，并且斥巨资千里迁建了徽派晋派大宅，创新性的实现了中国古民居迁移保护、文化收藏以及景观建设兼顾。星河湾的创新、用心还体现在更多细节上。在星河湾半岛一线临江新品入口的转盘处，有一颗树形高大丰满的菩提榕，这棵大树是星河湾反复实验，三次更换，才决定放置于此。在此之前，星河湾董事长黄文仔每次经过这里，都会仔细斟酌，原本放置的秋枫树形不能满足要求，无法衬托出星河湾半岛的美，因此特意选择了星河湾在苗圃中培育了十余年的这棵菩提榕。

为了全冠移植这棵菩提榕，最大程度的在业主面前呈现她的美感，星河湾不惜拆掉一个收费岗亭，并且在午夜时分，由警车开道，才将这棵大树从苗圃运送到星河湾半岛。星河湾的极致用心，在这棵菩提榕上体现得淋漓尽致。

风格变化 匠心犹在

在星河湾半岛的园林中，有很多漂亮的树木，而这些树木的背后，也凝聚着星河湾的匠心。一位负责绿化树木采购的地产商，他看过星河湾半岛的绿化之后，评价非常之高，对星河湾半岛树木的搭配和养护的赞不绝口。而这位同行不了解的是，这些树木都是经过星河湾董事长黄文仔亲自挑选并指导下，种植在园林内的，也只有老板本人如此用心，才能把最好的园林美景呈现在大家面前。



在星河湾半岛的无边际水景旁，可以看到两棵十分特别的红棉。这两棵树的特别之处就在于树龄非常古老，树形优美。而这两棵树原本是星河湾董事长黄文仔的私人珍藏，而为了星河湾半岛的园林能够更漂亮，特意拿出来种在这里。

星河湾的风格在变，但是通过无数的细节，依然可以真切感受到星河湾产品一脉相承的高品质住宅血统。除了以上所述，还展现在精准到用激光笔都测量不到的施工误差，以及吊顶雕花装饰、金箔贴面穹顶、玉石拼花、定制设计软装等被视为星河湾产品标配的高端饰材；水刀切割的拼花大理石浑然天成，像是在整片石材上印刷的图案……每一细节都在用鲜活的语言告诉你，没错，风格全新，产品升级，但依然还是那个坚守“舍得，用心，创新”企业精神的星河湾。

好产品自己会说话

根据数据不难发现，星河湾半岛来自珠江新城、天河北的客户占比大幅提升。这部分实力买家透露，随着珠江新城居住环境不能满足他们对居住环境、居所的空间、装修标准等需求，他们也在寻找着15分钟内车程可以到达、环境好的居住环境，他们有着强烈的换房需求，星河湾半岛这一期的装修风格贴近年轻化的审美品位，而且精致的装修及用材，他们的父母也非常认可、喜欢，距离他们工作的地点珠江新城、天河北、琶洲等10分钟即到，所以综合这些因素，最终选定星河湾半岛。

从星河湾半岛近期接待客户的数据分析来看，从事金融行业、贸易行业的客户明显增多，不少常年在港澳台工作的客户也赶在开放当天回来看全新样板房，他们对于星河湾的升值预期非常看好，星河湾产品“不动产里的黄金”优势尽显。

据透露，此次推出的这27套珍稀产品大部分已经被神秘买家提前预订，估计售价逾6万/平米。星河湾所提倡“第一居所”的内涵，以及星河湾多年来一以贯之的高端住宅“引领者”的经验积淀和敏锐直觉，再一次把握住了高净值人群的需求。



媒体聚焦星河湾新品 广州最大江景大平层单位受追捧

日前，作为中国星河湾高品质住宅系列的高端力作，星河湾半岛一线临江新品璀璨发布。这一“盛宴”吸引了众多媒体的关注，多家媒体纷纷进行大幅图文报道。

星河湾半岛此次推出的682平米“半岛宫殿”，吸引了《广州日报》、《南方都市报》等媒体的聚焦，对星河湾半岛的三大装修风格产品极为推崇，《广州日报》更是在楼市版做了大幅报道。

《羊城晚报》的焦点则放在星河湾半岛绝佳的区位优势，并在报道中直接将星河湾半岛和珠江新城做比较，用“对撼”来形容星河湾半岛城市半岛价值对珠江新城居住人群的影响。

星河湾半岛的高端客户圈层以及带有社交性质的购买驱动力，则为《南方日报》、《时代周报》等媒体关注。而星河湾半岛此次一线临江新品的推出，对于星河湾品牌价值的提升则成为了《新快报》、《信息时报》争先报道的内容。

绝版地段、顶尖产品、珍藏价值 682m² 最大江景大平层备受追捧

11月28日，《广州日报》在楼市版重磅推出星河湾图文报道，以大半版面篇幅聚焦星河湾半岛682平方米户型——广州目前在售最大江景大平层。该文对于星河湾半岛推出了三大板房亦是不吝溢美之词，文中提到：三大全风格样板房带来的相当出彩的视觉感受，其中，传统经典版依然以沉稳典雅的色调，配合着繁复华丽的内饰，传承着多年来星河湾一贯富丽堂皇的产品形象；而新增的新古典版和现代中式版，展现出一个迥异于以往的星河湾。

同样，聚焦星河湾半岛产品的还有《南方都市报》，该报亦在11月25日楼市版，以通栏的图文报道形式，诠释了该项目682平方米江景大宅受追捧。“本次星河湾半岛新品中，682平方米一线临江的半岛宫殿最惹人关注。这一产品将星河湾半岛一线临江新品‘绝版地段、顶尖产品、珍藏价值’演绎到极致，几乎吸引了不少顶端客户。”该报如是评价，阐述了对星河湾的热捧。

珠江新城、天河北客户激增 星河湾半岛与珠江新城“对撼”

《羊城晚报》从另外一个视角揭示了星河湾半岛为何如此受捧。11月28日，该报以图文形式重点报道此次“上岛·盛宴”，聚焦于星河湾半岛与珠江新城的对撼。

其中，该文阐述“近期广州楼市遭遇了一段时间的调整，但凭品质说话的星河湾半岛，将价钱‘企到硬’，价格直逼珠江新城。”体现了对于项目品质的信赖。而“看楼客的构成也支持了星河湾半岛与珠江新城的对撼。11月15日现场样板房开放当天，该楼盘现场看楼者已超过1000人，其中珠江新城、天河北的看楼者占比大幅提升，达到55%”，这一观点表达了星河湾半岛区域客群的新趋势。



引领中国高品质住宅消费 物业投资社交属性受认可

11月24日与11月28日，另外两家大报也是关注星河湾半岛，重点聚焦于该项目客群。《南方日报》以将近整版进行报道，对于星河湾“第一居所”赢得高端买家深表认同，同时提到星河湾的物业投资社交属性，该文如是言：购买392平方米的买家，相当一部分购买了两套，一套来自自住，另外一套用来作为会所等社交用途。在目前的客户中，此类客户已经不在少数，正成为一种趋势。

而《时代周报》则同样从高端客群进行报道：星河湾以其多年来一以贯之的高端住宅“引领者”的经验积淀和敏锐直觉，再一次把握住了高净值人群的需求。



升级的是风格不变的是品质 “归零”突破星河湾再出发

与上述媒体略有不同的是，长期关注星河湾的广州媒体及《信息时报》《新快报》从星河湾品牌角度出发，给读者展现了一个全新升级的星河湾。

《信息时报》在2014广州地产品牌年鉴中，表达了星河湾“归零突破，重新出发”的理念，展示星河湾近乎苛刻的标准、孜孜不倦的精神、自我否定的勇气、精雕细琢的耐心与追求完美的理想主义，这些都推动着星河湾不断前行，用“归零”的心态，突破自我。

而《新快报》则更关注“星河湾106个细节保证品质”，该报如是评价：不变的是星河湾产品一脉传承的高品质。比如精准到用激光笔都测量不到的施工误差，以及吊顶雕花装饰、金箔贴面穹顶、玉石拼花、定制设计软装等被视为星河湾产品标配的高端饰材。

专家评说星河湾半岛



星河湾半岛处于三江六岸，水源、大气都非常优秀，同时，星河湾在广州第三条中轴线的核心位置，有着不可限量的区位优势。

——广州市社会科学院高级研究员
广州市城市科学研究会副会长谈锦钊



围绕广州的中心，外圈的发展未来会比珠江新城要快，距离珠江新城等工作区域 15 分钟交通半径的新城市中心将更加宜居，尤其是类似于像星河湾半岛这样的城中半岛，其价值也越来越大。

——暨南大学教授、中国城市规划学会会员胡刚



居住在 CBD 里面的人和居住在半岛内的人具有比较大的群体差异，以交往来说，居住在城市密集空间里面人更加疏离，较难形成圈子。而半岛则为人们提供了更多、更优雅的生活空间，满足人们对于生活圈于相互交流的需求。

——艺术家、画家孟浩



星河湾半岛拥有“三面环水，两河六岸”的独特地理形态，这正是星河湾半岛作为高端居住区的价值所在，也是星河湾半岛房产物业保值增值的价值所在。随着广州中心城区的扩展，未来星河湾半岛房产的价值，完全可以与现在的二沙岛相提并论。

星河湾半岛本身已成为一个有一定空间规模的家居公园，在半岛三公里半径范围内，就有四个大型的休闲旅游公园。西北面三公里有海珠湖公园，东北面三公里有瀛洲生态公园，西南面三公里是长隆旅游度假区。

——战略规划与房地产投资专家、华南城市研究院副院长许学锋

三季度楼市高端需求入场 星河湾等品质地产受热捧

“限购松绑”等多重政策利好之下，高端人群的购买预期发生了积极变化，三季度全国主要城市高端住宅成交普遍回暖，以品质取胜的品牌房企由此迎来了重大利好。

“限价”松绑 高端住宅领衔一线楼市回暖

“限购松绑”、“限价解除”等多重政策利好之下，高端人群的购买预期正在发生着积极变化，三季度全国多个城市特别是一线城市高端住宅市场销售火爆。三季度上海高端住宅市场表现十分抢眼。来自戴德梁行的数据表明，三季度在整体楼市成交低迷的背景下，上海6万元/平方米以上高端住宅成交面积上升明显，环比上升17.9%，为10.4万平方米。高端住宅总价及单价相对较高，对楼市的整体销售有着不小的带动。比如位于闵行的上海星河湾，成交面积43820平方米，稳成该区高端住宅销售冠军。

同属一线城市的广州高端住宅市场表现亦不俗。凤凰房产数据表明，9月广州高端住宅共成交345套，环比暴涨82.7%，其中高端公寓成交量环比增长超过六成。合富辉煌的分析表明，本轮广州高端住宅市场回暖，港资集团和内地品牌房企唱主角。该机构“1-9月广州250平方米以上户型销售排行榜”（详见下图）显示，星河湾半岛以良好的业绩稳居第二，星河湾品牌影响力、项目所处稀缺地段、得天独厚的的一线江景资源都是支持其热销的重要因素。

1-9月广州250m²以上高端住宅签约排行

排名	项目名称	成交面积 (m ²)
1	中海花城湾	47600
2	星河湾半岛	39407
3	汇悦台	7979
4	雅居乐剑桥郡	31494
5	保利天悦	16759
6	时代外滩	19307
7	珠光御景一号	6651
8	保利云禧	4683
9	石楼碧桂园	12409
10	番禺南天名苑	4046

数据来源：中指院

有分析认为，三季度京沪先后松绑了对高端住宅的限价，部分高端需求因担心“限价松绑”后高端住宅价格反弹抢先入市。



改善型需求释放 二线城市高端住宅成交放量

高端住宅需求入市是三季度中国楼市的一大亮点，40余个限购松绑的二三线城市更是如此。

从中国指数研究院发布的“2014年沈阳第三季度高端住宅销售排行榜”（详见下图）来看，星河湾、万科柏翠园、御景新世界三个大户型高品质住宅项目，分别以13015.32㎡、8061.69㎡和8041.95㎡的销售面积，成为沈阳高端住宅产品的“新主角”。特别是星河湾，以其位居城市之中的大户型高品质住宅，为财富精英带来全新的居住体验，成为三季度沈阳楼市高端住宅销售当之无愧的冠军。该项目热销的549平方米及690平方米大户型产品，也在某种程度上反映了目前高品质住宅的主流发展趋势。

2014年沈阳第三季度高端住宅销售排行榜

序号	项目名称	销售面积(万m ²)
1	星河湾	13015.32
2	万科柏翠园	8061.69
3	御景新世界	8041.95
4	万科春河里	6751.74
5	远洋公馆	6190.72
6	崇山墅	6140.57
7	廊桥国际	4506.22
8	正大桃花源	4378.3
9	中海寰宇天下	4112.87
10	万科金域蓝湾	2843.4

同样是在二线城市太原，随着万科、恒大、星河湾等品牌房企旗下高端项目新品相继亮相入市，高端扎堆成为三季度楼市聚焦最多的话题之一。“去年太原楼市实行限购管控使得众多高端楼盘不得不推迟入市时间，随着限购管控出现放松迹象，众多推迟入市的高端住宅纷纷进入市场。”业内人士表示。数据显示，太原星河湾前三季度成交量占太原高端市场份额68%，荣膺龙城高端市场销售冠军，并获太原楼市总销金额第二名。

二线城市高端住宅成交放量，与长达近四年的限购政策解禁有关。业内人士接受中国地产采访时说，始自于2010年的限购政策，将楼市改善型需求人为挡在门外。今年7、8月份限购闸门相继打开后，被抑制多年的改善型需求得以集中释放，高端项目迎来了一波显著放量，特别是大户型房源受到热捧。

需求倒逼产品升级 品质地产受热捧

改善型需求的集中释放，不断抬高了高端住宅的品质门槛。因为对此类人群而言，住宅不仅仅是一个遮风避雨的所在，从地段到景观再到产品品质和生活配套，均好性已成为高端住宅入门级的配置。除此以外，楼盘的“软件”——从品牌内涵到其所营造的圈层文化，都已成为高端住宅项目制胜市场的要件。需求层面的这一变化，是星河湾等品牌房企领衔本轮市场回暖的重要原因。

以广州市场为例，合富辉煌的一份研究报告表明，现阶段广州高端住宅市场的主力客群，主要是高收入新移民、珠三角港澳、海归等高端人士，在楼市政策“去投资化”的大背景下，他们买房以自主为主。这种情况下，楼盘竞争渐趋品牌化，港资集团和内地品牌房企逐渐成为高端品质住宅的标签，特别是星河湾半岛项目，以其领先市场的产品品质、稀缺的一线江景资源和得天独厚的地段优势，受到了财智精英业主的热捧。

戴德梁行的市场研究认为9月30日央行发文全面放松限贷，改善住宅受益最大，未来的高端住宅市场或将进一步走高。但在需求增速放缓的楼市下半场，靠规模取胜、产品同质化的开发模式一定会遇到重创。对未来的房企，满足客户内心潜在的需求，才是真正重要的。这不仅包括硬件类的产品设计，更依赖人居体验、品牌认同等多元“软实力”。



星河湾沈阳3.48亿逆市拿地

日前，沈阳星河湾再献沈阳楼市大手笔，斥资3.48亿元拿下沈阳星河湾畅园南侧的近9万平居住、商业用地，用于沈阳星河湾二期产品及商业配套等建造。拿地背后，是星河湾无法割舍的情怀。

续写楼市传奇 星河湾再出发

2005年，星河湾在北京亮相，尽管当时楼市受政策调控不被看好，星河湾依然创造逆市热销的好成绩，一举奠定江湖地位。此前的广州星河湾与此后的浦东星河湾、太原星河湾、上海星河湾，更以一系列的传奇业绩印证了“压舱石”的实力。今年，在极度不稳定的楼市背景下，沈阳、上海、广州、太原各地星河湾推出的新品同样取得佳绩，捍卫着高端住宅销售榜上无法动摇的地位。

曾有人说，以沈阳星河湾为代表的新一批作品，是星河湾集团的一次“再出发”。从对户型格局的反复改进，到对装修美学的重新探索，

从对园林打造手法的创新，再到服务标准的进一步提升，不断沉淀、不断创新的星河湾，无论面对怎样的市场形势都稳扎稳打。可以说，星河湾对品质的追求几乎达到“吹毛求疵”的程度，口碑以及性价比也成为地产江湖难以回避的传奇。今年，星河湾多个项目集体推出新品，更引发了各地地产界人士的普遍关注。

楼市纵然风起云涌，星河湾精益求精、苛求完美的态度永远不会变，打造“中国最好的第一居所”的愿景也不会变。面对未来，星河湾带给财富阶层的生活，只会变得更加丰盛、圆满。

逆市拿地背后的星河湾情怀

开年以来，沈阳楼市成交平淡，土地市场成交情况更低于往年。从官方数据来看，上半年沈阳土地供应量同比下降50%，成交量同比下降57%。在如此的市场大势下，星河湾沈阳豪掷3.48亿拿地，成了行业的压舱石，不仅让摇摆不定的购房者笃定了信心，也让趋于恐慌的同行感到安心。无疑，入市以来的热销成绩成为星河湾此次拿地的直接动力。此前某权威数据平台发布的《2014年第三季度沈阳高品质住宅排行榜》中，沈阳星河湾以超过第二名20%的成绩高居榜首，令人倍受鼓舞。

在星河湾看来，沈阳高净值人群的购买潜力并未充分释放。据《2013胡润东北地区财富报告》调查显示，沈阳净资产1000万元以上的高净值人群多达8500人。除沈阳的财富精英外，北京、江浙及辽宁其他城市来沈阳星河湾置业者亦不乏其人。有人直呼热情：“这样的房子沈阳从未有过，这就是我想要的房子！”业内人士则更为理智：“作为开发者，我知道星河湾的许多细节贯彻下去有多困难。但我发现每一座星河湾，都在不折不扣地实施着这些标准，今天的沈阳

星河湾同样如是。”

多年来，星河湾致力推动区域发展，质变土地价值，在一线、二线城市不断创造奇迹。从广州到北京，从上海到太原，星河湾打造的“优质生活方式”吸引了无数财富精英，对区域的发展产生了至关重要的影响。同时，星河湾努力打造“中国第一居所”，为满足业主生活需求，将国际标准级酒店、一站式名校教育等全系高端配套变成每一座星河湾的“标配”。对城市、对业主的双重责任与情怀，更加成为星河湾逆市拿地的根本原因。

有媒体人士曾把星河湾的核心价值总结为“工匠精神”，即：精益求精，追求完美和极致；一丝不苟，不达要求绝不交货；耐心、专注，不断完善和进步；专业、敬业，致力打造本行业最优质产品。正是出于这种“工匠精神”和对生活方式的重视，对城市的尊重，星河湾每一次大动作的背后，都彰显着品牌的责任与担当。



星河湾，以一场用心招聘培训会亮相西安

星河湾首次在西安公众视野里亮相，是以一场用心、务实的招聘培训会开篇。“2014星河湾寻找最用心职业经理人”活动西安站于11月18日举行。自11月9日招聘信息公布，截止面试当日，短短八天时间，西安星河湾共收到近3000份简历，约近500人获得面试机会。

当天上午一早，尚未到约定的面试时间，面试者已排起长龙等待。面试岗位中一线营销类最为热门，到场面试者中不乏业内优秀人才，很多西安高品质住宅的销冠现身会场。尽管是企业内部招聘，但仍有不少同行前来探营观战。



星河湾集团副总裁 张学凤 / 胡润百富董事长 胡润
《新周刊》总主笔 闫肖峰 / 易居中国集团首席人才官 吴滨

星河湾招聘广告发布之后，应聘者问得最多的却是：为什么要特别提出“最用心”？“最用心”的企业，寻找“最用心”的职业经理人。在星河湾的企业理念“舍得、用心、创新”中，“用心”正是星河湾的人才观、星河湾的核心竞争力、星河湾对员工的品格要求，也是星河湾与其他企业的人格化差异。早在今年2月份，星河湾也是以相同的方式亮相沈阳，引发业界的关注。

“用心”二字是贯穿在星河湾人才战略中的选拔、培训、使用、发展等各个环节。此次招聘会的录取者将赴上海，参加由顶尖培训大师联合制定的“千里马特训计划”。培训导师和课程设置均是星河湾量身定制的，足见星河湾对人才的重视。

招聘会于当天上午圆满结束。紧随其后的是入职培训第一堂大课，四位导师：《胡润百富》创刊人胡润先生，《新周刊》总主笔闫肖峰先生，易居中国集团首席人才官吴滨先生，星河湾集团副总裁张学凤女士分别做了精彩演讲，论道“用心”。通过第一轮面试的幸运者，虽仅与星河湾结缘半日，就分享到这场精神盛宴。

《胡润百富》创刊人胡润先生作为一名英国人，以亲身经历的故事阐述他对“用心”的理解，以他与企业家交流经验，说明最用心职业经理人该具有的品质：眼光、人脉、领导力、执行力、判断力。

《新周刊》总主笔闫肖峰先生通过五个故事娓娓道来他关于“敬业精神”、“工匠精神”、品质的看法，其实这些说到底都源于“用心”。易居（中国）营销集团首席人才官吴滨先生从分析星河湾客户谈到了职业经理人如何用心修炼。

星河湾集团副总裁张学凤回顾了星河湾的发展历程，阐述了星河湾“用心”的含义：专注、精益求精、坚持。她说加入星河湾意味着获得系统的培训和实践；拥有中国乃至世界最优秀的资源平台；有极致完美的产品，创造更多更快的销售机会；拥有稳健经营的企业带来长久、持续的成长空间和发展机会。据悉，西安星河湾将于2015年入市。

战绩回顾

星河湾职业网球俱乐部2014赛季盘点



对于成军于2013年9月底的星河湾职业网球俱乐部而言，刚刚过去的2014赛季是一个丰收的赛季。俱乐部集体出征法网、温网、美网三项大满贯，均取得重大突破，众球员世界排名更屡创新高，践行俱乐部突破、创新与全速前进的精神。

众球员屡创佳绩俱乐部博得满堂彩

被誉为哈萨克斯坦头号女单选手的迪亚斯 (Zarina Diyas) 在 2014 赛季也给我们带来了巨大惊喜。年初，澳网公开赛，迪亚斯过关斩将杀入女单资格赛正赛第三轮；年中的温网更历史性的闯入女单十六强。在美网打进女单第三轮之后，迪亚斯的世界排名稳居 TOP40，2014 年终排名更是从上赛季末的 163 位飙升升至第 34 位。



中国小花郑赛赛在 2014 年的巡回赛中稳扎稳打，继 5 月勇夺 ITF50K 赛安亭站女单冠军后，在 8 月底开赛的美网公开赛中，从资格赛连闯三关，首次跻身大满贯单打正赛并取得胜利，成功晋级女单六十四强，并随之闯入 WTA 女单排名 TOP100。9 月，赛赛代表中国队出征韩国仁川亚运会，斩获女团亚军。纵观年终世界排名，中国小花从 NO.162 一路攀升至 NO.97，骄人战绩可圈可点。



香港第一女单选手张玲将上赛季年终 NO.496 的排名提升至本赛季年终 NO.192，并在仁川亚运会上带领中国香港代表队闯入女子团体八强。



中华台北“一哥”卢彦勋在星河湾职业网球俱乐部教练 Roberto Antonini 的帮助下，世界排名从上赛季末的 66 位稳步回升至 TOP40，以 2014 赛季年终排名 NO.38 的战绩递交了完美成绩单。在年初的奥克兰站，卢彦勋职业生涯首次闯进 ATP 巡回赛决赛，并在今年 7 月高雄站的比赛中斩获自己第 21 个 ATP 挑战赛冠军。今年 9 月，卢彦勋勇夺仁川亚运会网球男单银牌，实现中华台北队男网奖牌零的突破。



波兰选手林内特 (Magda Linette) 在加入星河湾网球俱乐部后勇夺 WTA125K 系列赛宁波站冠军，收获职业生涯最重要一冠。以上赛季末 NO.148 位上升至本赛季末 NO.117 位完美收官。



星河湾职业网球俱乐部青少年球员今年也有上佳表现。俱乐部里年纪最小的球员马焯欣出生于 1999 年，她在 2013 年参加的亚洲网协 (ATF) 举办的 U14 系列网球锦标赛的两站比赛上收获两个单打冠军、双打一冠一亚。2013 亚洲青少年女子 U14 网球巡回赛的总排名第 2 位。今年 8 月，马焯欣首次参加 ITF 青少年巡回赛，在仅仅 7 站比赛后，她的青少年世界排名就上升到了第 614 位。在 10 月举行的雅加达的一站比赛中，马焯欣夺得 ITF 巡回赛第一个单打亚军。



在每个大满贯比赛中，星河湾职业网球俱乐部都会派出至少六名教练的强大阵容，这也是今年俱乐部球员在大满贯中屡创佳绩的原因之一。

俱乐部活动精彩纷呈选才开创国内历史先河



4月11日，由美国国际教育交流协会（CIEE）主办、万维锐鑫与星河湾集团协办的“CIEE中国区面试中心揭牌仪式暨美国大学招生见面会”在北京星河湾酒店举行（见上图）。CIEE携手康奈尔大学、埃默里大学、莱斯大学和弗吉尼亚大学在北京、上海、广州三地筛选近300名优秀的中国学生，与美国名校招生官一对一交流。此次活动，不仅促进了中国教育的国际化、可持续化发展，更突显了星河湾对业主教育配套建设的用心。



今年7月16-20日，星河湾职业网球俱乐部与菁英体育(Elite Sports Asia)在广州星河湾酒店成功地合作举办了首届美国大学网球选才会，在国内开创历史先河。

活动期间，来自中国内地、中国香港、中国台湾、日本、印尼、韩国等地的30多名高中生齐聚于此，接受来自爱荷华大学、北德克萨斯州立大学、奥瑞冈大学、特洛伊大学、中央佛罗里达州立大学、普渡大学和科罗拉多大学学校网球队主教练的评估选拔。

中国香港的魏子豪经过层层选拔，顺利敲开哥伦比亚大学的校门。俱乐部球员杨子拿到美国内华达大学拉斯维加斯分校的全额奖学金，薛迦元获得美国特洛伊大学的全额奖学金。她们两人都将于2015年1月赴美求学，开启人生新旅程。



世界名将相继造访向国内网球机构提供模式借鉴

不久前，国家体育总局网球运动管理中心职业部主任陈亚林一行，到星河湾网球俱乐部视察调研，盛赞俱乐部训练环境已达到国际水平，为国内网球机构提供模式借鉴。而作为中国大陆首家职业化网球俱乐部，星河湾网球俱乐部更吸引了多位世界名将到访。



2014年10月上海大师赛期间，常年高居ATP双打排名第一的布莱恩兄弟受邀前来俱乐部与星河湾球员进行友谊赛，并与星河湾集团董事长黄文仔切磋交流球技。来自巴西、奥地利、瑞典和印度等国家的多位排进过ATP双打TOP10的球员——马塞洛（Marcelo Melo）、佩亚（Alexander Peya）、苏雷斯（Bruno Soares）、林德斯泰德（Robert Lindstedt）及波帕纳（RohanBopanna）等也纷纷受邀到星河湾与黄董过招。

如今，星河湾职业网球俱乐部眼下正在广州进行紧张而有序的冬训，为即将到来的2015赛季积蓄力量。祝福俱乐部的球员，在全新的2015年里，百尺竿头，更进一步！

名人明星“上岛”行

一场“上岛·盛宴”让所有人见证了星河湾半岛的卓然风姿，掀起一股“上岛”风潮。人们都纷纷来此感受建筑与人、与自然、与时空之间的和谐韵律，就连众多名人、明星也不例外……



黄文仔董事长陪同郎威平先生参观星河湾半岛的古民居大宅

最近，来自广州珠江新城、天河北的财智精英们，纷纷乘坐奢华游船，驶过广州1200米的最宽江面，登临星河湾半岛，开启了星光熠熠的“上岛之旅”。著名经济学家郎威平，演艺明星、名模周韦彤，香港电影导演、演员、编剧三栖巨星许冠文等名人相继到访星河湾半岛，令半岛愈加星光璀璨。

11月20日，著名经济学家郎威平造访星河湾半岛。曾透析世间万象的一双“郎眼”对星河湾半岛居住品质投射出十分的认同，对星河湾集团迁建并保护古民居大宅的气魄极为赞赏。

此前11月16日，许冠文先生也悄然到访星河湾半岛。据悉，此次许冠文先生来到广州，主要是为了参加弟弟许冠杰广州演唱会，兄弟二人选择下榻星河湾半岛酒店。恰逢星河湾半岛全新装修风格产品对VIP客户开放，许冠文先生在星河湾集团董事长黄文仔先生的陪同下，一同参观了星河湾半岛。

在参观样板房的过程中，许冠文先生不时就一些设计理念提出自己的疑问和见解。面对着样板房中精准到激光笔都测量不出的施工误差，以及吊顶雕花装饰、玉石拼花、定制式软装设计等装修细节，这位被人们誉为“与喜剧大师查理·卓别林、伍迪·艾伦看齐的冷面笑匠”，一言不发，直到离开样板房那一刻，许冠文先生用热烈的掌声为星河湾鼓掌、喝彩。在稍后参观700米古文化长廊和晋派、徽派古民居大宅的过程中，许冠文先生同样发出由衷的赞叹。



吹拂着江风，黄文仔董事长与许冠文先生在样板房物物交谈



香港著名演员蔡少芬造访星河湾半岛

香港著名演员蔡少芬也在12月10日来到星河湾半岛，以星河湾半岛优美的园林及建筑作为背景，拍摄了时尚大片。星河湾半岛的景致给蔡少芬留下深刻的印象，表示非常喜欢这里的环境。



周韦彤，名模造访星河湾半岛

有着“中国第一名模”美称的周韦彤，11月23日在星河湾半岛优雅现身。

在星河湾半岛小区和古民居大宅，周韦彤的到来吸引了不少人的关注，不少人跟美女、美景合影留念，然后发微信、微博。



星河湾半岛，正以其独特的魅力，掀起一股包括众多明星、名人在内的“上岛”风潮，赢得市场的高度关注和认同。

星河湾酒业： 以第一居所打造全国首个 高端圈层聚合平台

圈层，一种对身份和价值观的认同，一种对未来生活和价值的投资。在星河湾，这种圈层效应得到了完美演绎。

11月4日，由星河湾集团授权星河湾酒业运营的全国首个高端财智阶层资源聚合平台——「星享汇」在星河湾半岛骑江栈道举办了一场“星的传奇「星享汇」星光盛典”。现场名流云集于此，共同见证了星河湾的又一次划时代壮举，一同书写“星河湾传奇”。



星光盛典 一场属于精英的顶级盛会

华灯初上的星河湾半岛江畔高朋满座，由「星享汇」主办的“星的传奇「星享汇」星光盛典”在此举行。这个由星河湾集团授权星河湾酒业发起并保障运营的全国首个高端财智阶层资源聚合平台——「星享汇」，自9月成立以来受到了星河湾业主以及社会各界的广泛关注。活动当晚，企业总裁、银行行长、知名企业家等众多重量级企业领导嘉宾应邀出席。

随着巨大的“大拇指点赞造型”的揭幕将盛典拉开帷幕，「星享汇」用一场无与伦比的秀，让现场嘉宾感受一场属于至尊精英的顶级盛

会！大家举杯交错，品尝着香醇的星河湾美酒，不同的商道、文化和思想进行激情地碰撞，其乐融融。

这是第一个全国性的高端社区资源价值聚合平台，同时也是大数据时代第一个以“服务”为核心，建立资源与需求大数据库的创新服务模式。星享汇以其创新的平台运作方式，深受现场嘉宾的认可，不少嘉宾现场加入「星享汇」，以期共同探索新平台模式带来的商业价值。而现场嘉宾更是共同见证了第100名会员的诞生。

以第一居所效应聚焦圈层财富价值力量

一直以来，星河湾致力于为中国高端财智精英群体，构筑一个“生活、事业、修为”的高端价值平台，倡导高端生活方式。历经十数年光阴，星河湾从一个知名地产品牌快速升级成中国高端圈层生活价值品牌。通过整合中国乃至世界的高端资源，星河湾内已形成自己的财智价值圈层、社交圈层，每年举行的星河湾大会，甚至被外界定位“中国第一社交盛宴”。

如何将这具有强大影响力的圈层效应具象化，更好的服务并提升圈层内精英人士的生活、事业、修为？在此背景下，「星享汇」应运而生。

通过整合、聚焦圈层财富价值力量，全面构建成中国首个高端财智阶层的商务生活与社交的平台。

与目前现有的商会、俱乐部会员整体素质参差不齐，组织流于表面化不同，目前，「星享汇」由星河湾业主组织筹办并为核心力量，确保了成员的整体素质，以及相互信任的基础。此外，目前入会成员皆采取“邀请制”并须经筹委会审核，进一步奠定了合作信任的基石。据了解，在目前100名会员中，90%皆为广州星河湾的业主。



打造以服务为核心的创新运作模式平台

「星享汇」致力发展成为第一个全国性的高端社区资源价值聚合平台，以星河湾楼盘为基础，以广州为核心辐射全国，形成广州、上海、北京、成都、青岛、沈阳、太原等全国各大城市高端资源整合覆盖。本次平台的运营保障的星河湾酒业总经理陈志强表示，“服务，是平台的核心，是立会之本。「星享汇」将根据会员的需求，建立需求、资源数据库，继而整合全社会资源，为其提供一套完整的解决方案。”

在星河湾体系中，为何「星享汇」由星河湾酒业进行运营？对此陈志强表示，“白酒的本质是一种文化、一种生活方式。星河湾美酒所代表的正是星河湾所倡导的优质生活方式。而「星享汇」是星河湾品牌、星河湾圈层

延伸的链条，因而二者从理念上来说的契合度是十分高的。”

“未来，「星享汇」将会成为会员事业、生活融会贯通的平台。通过「星享汇」，会员可以打通行业的壁垒，和全国乃至全球各行各业顶尖企业、品牌合作，通过项目对接、资源共享创造更多的财富和幸福。而星河湾白酒，则正是这其中不可或缺的润滑剂！”星河湾酒业陈志强表示。

纵观目前社会上出现的商会，其形态不尽相同，有以业缘为基础的同业商会，也有以地缘为纽带的地域商会，而「星享汇」以相近的价值观为基础！通过聚合全社会财智阶层、整合各行业高端资源，势必带来无可预估的商业价值。

一位88岁的老人，一颗25岁的心。在跨越了时空之后，Miss Dally留给星河湾的是一次关于“贵族”的对谈与思考，和她在星河湾半岛的优雅瞬间。

如果说，中西方文化在贵族精神上的指引有惊人的相似，那么广州代表着中西方文化人居精粹的星河湾，就是吸引世界礼仪皇后Miss Dally目光的最大原因。而星河湾用“舍得、用心、创新”的理念与人居智慧，营造出的圈层文化现象还将继续散发光芒，以吸引更多有同样精神追求的财智精英。

星河湾半岛定格 Miss Dally 优雅瞬间

我喜欢星河湾八、九点钟的清晨，这里的阳光、清风、绿树和我打招呼，走到任何地方，都有不一样的风景，每时每刻都充满了惊喜。我喜欢这里的傍晚，夕阳余晖下，静静漫步在骑江木栈道上，可以放眼整座城市的美好。这里的一切让我着迷，我希望自己居住在这里，这样就能享受这里所有的美好。

—— Miss Dally



Miss Dally在星河湾半岛受到热烈欢迎

世界礼仪皇后 为星河湾品质倾心

11月8日，享有“世界礼仪皇后”之称的澳大利亚国宝级人物Miss Dally现身星河湾半岛，畅谈其“优雅一生”的奥秘，与星河湾半岛的财智精英共度愉快的午后时光。次日，Miss Dally一行游览星河湾半岛古宅，品尝英式下午茶，期间盛赞该项目品质，并执笔写下感谢信，对星河湾的服务充满赞誉。临行前一天，Miss Dally为星河湾半岛工作人员奉上了别开生面的培训公开课，将太多美好回忆留给了星河湾。

她，13岁已成为澳大利亚首位年度模特和最上镜模特。她是玛丽莲梦露、伊丽莎白雅顿、格里高利派克等众多好莱坞明星的终生至交。作为与英女王并称为当今活着的历史文物级世界珍宝，澳大利亚殿堂级国宝，多年来，她培养出了37位世界小姐、环球小姐、国际小姐、世界青年小姐、澳大利亚小姐……她就是世界礼仪皇后Miss Dally。



Miss Dally
在星河湾半岛古宅前亲切留影

星河湾圈层氛围吸引Miss Dally

你的儒雅、优雅不需要花钱，显示你为人的站姿、走姿、坐姿同样无法用财富来交换，当我们时刻感受来自天花板牵引的力量时（暗指人们克服地球引力，努力让自己挺拔的状态），才会显得挺拔、优雅，这种形象不是昂贵的服饰和奢侈品体现的，而是通过你精心搭配所散发出来的魅力。

—— Miss Dally

如果说，中西方文化在贵族精神上的指引有惊人的相似，那么广州代表着中西方文化人居精粹的星河湾，就是吸引世界礼仪皇后Miss Dally目光的最大原因。而星河湾用“舍得、用心、创新”的理念与人居智慧，营造出的圈层文化现象还将继续散发光芒，以吸引更多有同样精神追求的财智精英。



“活出来的贵族精神”

世界礼仪皇后 Miss Dally 星河湾

“活出来的贵族精神”聚会现场



星河湾人居理念打动Miss Dally

精神的贵族不一定富有，富有之人不一定是贵族。请记住，贵族之道在于你的天赋，而不是财富。88年的生活时光、多年的工作经历，对于我而言，这些都不是任务，而是一种态度。

—— Miss Dally

星河湾在人居之所见，不为物质，不为贪欲，不被打扰的岛居生活，和在巅峰之上不断超越自己的信念，与城市精英族群理想的人居理念相同。因为高净值人群的不断涌入，这20年，星河湾从未停止在圈层文化上的精耕细作。皆因星河湾人向往智慧与财富的碰撞和交融，享受同圈层人交往的乐趣和与更多志同道合人士结合的契机。离开星河湾之际，Miss Dally动情地说：“很荣幸来到星河湾，这里的一切都透露着贵族的气质，我特别喜欢星河湾半岛酒店富丽堂皇的水晶吊灯，华丽、璀璨，让人感到光明和希望。这里的居住氛围与欧洲的贵族之道，在精神上是相互契合的。”

暖冬感恩星河湾半岛亲子活动



秋天的脚步已走远了，在星河湾的冬季里，生活艺术季业主再次携手，共同开创温暖感恩的人生之旅，拉近公司与业主之间的距离。

11月22日，暖冬感恩星河湾半岛亲子活动在星河湾半岛商业街举行。整体活动结合了半岛项目新楼盘的特点信息，在感恩节即将到来之际，举办了一场亲子游园活动。活动现场设置了感恩告白环节，业主可在感恩板上写下满满的祝福与感谢；并同时可参加手写贺卡和组装模型活动，让小朋友懂得感恩的同时并可以与家长之间进行亲密的互动；除了互动节目外，此次活动还邀请了少儿乐队表演、时装走秀表演及服装搭配讲座，大大拉近了广大业主与公司的距离。

活动在欢声笑语的喜悦气氛中圆满结束，受到了广大业主的热烈欢迎及广泛支持。通过此次活动，不但丰富了半岛项目的社区文化，而且让业主感受到了星河湾浓厚的人情味，让星河湾业主产生更深厚的归属感。

我在星河湾
太原星河湾 刘津毓

住在星河湾小区整整两年了，从最初的“一见钟情”到如今的“钟爱一生”，我一直都深爱着星河湾这个小区。“真爱永随”，选择了星河湾，因为星河湾是我的大爱；相信星河湾，正如星河湾般的舒适和美丽给力于我！

我是宝剑 我是火花
我愿生如闪电之耀亮
我愿死如彗星之迅忽

大学毕业以后，我就回到了吕梁柳林老家工作。工作期间，心情一直不是很愉快。虽然和父母在一起，生活方便，但总想拥有自己的一片天空，特别是大学在天津读的书，却回到了小城市柳林，心里落差太大。去太原工作就成了我理想的目标，离老家不远，又是省会。几个月后，工作快定了，我就萌生了买房的念头。在太原最好的几个楼盘看了以后，来到了星河湾。对星河湾不是很了解的我，在星河湾小区走了一圈，就定了要在这里买房的念头“太原还有如此好的小区，一定要在这里买”。

买房时，家里人觉得有点小贵，但我毅然决定必须要买这的房子。我总在想，人生的道路上总有选择，自己内心的感觉才是领航的灯，才是指南针，失去了内心的感觉就失去了前进的方向，相信星河湾，星河湾必将给我力量。终于的最后，我于2012年住进了星河湾。住进新家，没有想象的那么激动，却有一丝的惬意。如今的我还是坚信我当年的选择，“相信星河湾，正如星河湾般的舒适和美丽给力于我；选择星河湾，星河湾必定是我的成功选择”！我是宝剑，我是火花，我愿生如闪电之耀亮，我愿死如彗星之迅忽，星河湾，我的大爱！





风声水起才知天高云淡 沧海横流方显英雄本色

当初让我“一见钟情”的小区环境，给我印象最深的就是水。在我们山西这个黄土高原上，水是一种稀缺资源。去过几次平遥古城，古城的每家大宅子里那要有水，并且水越多就代表这个家族越富有，人丁越兴旺。星河湾的水就很多，这是我心里十分满意的一点。星河湾的小区环境在我们山西毫无疑问是最好的，我引以为豪；它虽然没有苏州园林的古典典雅，更没有欧洲园林的奢侈豪华，但我却觉得它是恰到好处。换句话讲，它是我的大爱。“小荷才露尖尖角，早有蜻蜓立上头”，心情不好的时候，在小院子里走走，马上就心情舒畅，豁然开朗。

“风声水起才知天高云淡，沧海横流方显英雄本色。”夏天到了，星河湾更是给了我们小区居民一个大大的惊喜——蔚蓝色的“海洋”游泳池。山西从来没有过的露天大型游泳池，在星河湾出现了。星河湾总是别具一格，正如做人要有个性，才有希望，才有机会。我从国外旅游回来后，发现小区游泳池刚放了水，就叫了几个亲朋好友一起来游，心情喜不自禁。一号院比二号院的池子大些，水也深些，我们晚上就去那边游，碰到物业保安，保安非常负责的嘱咐我们要注意安全，同时也让我们声音不要太大，怕影响住户休息，在此对保安的高素质表示称赞。前几日晚上12点在右，我回到家发现家中也已用完。本着去朋友家凑合一晚，明天再去买电，在地库，突然想起小区物业是否可以充电费。抱着试一试的想法，我按响了金钥匙管理中心的大门铃。没想到，金钥匙管理中心的工作人员二十四小时在岗在位，很快就充上了电费，在此对他们的工作和金钥匙管理中心心的服务表示充分肯定。

路漫漫其修远兮 吾将上下而求索



“天涯知己千林少”！一号院8号楼16层的刘先生和23层的张先生都是我从小认识的老家朋友又有亲人

项目，大家在一起“回忆往昔峥嵘岁月”，能再聚再住到一起多么不容易，又有老多又有朋友，还有亲戚也在小区内居住。如今，我们在小区内散步时，经常谈论一些时事政治和商业

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。”从小时候在一起时就生活在满天煤炭的环境，到如今星河湾的鸟语花香，我们已经不仅是感受到生活的美好，更是对未来生活的一种憧憬——更大更强更加绚丽缤纷多姿多姿。在星河湾酒店，大家在一起吃酒品茗；在星河湾会员中心，大家在一起运动健身；在星河湾小区河道走跑，大家在一起聊天说事，正是红尘中人生脚步匆匆，就算人生之痛一无所有！

我在星河湾，我在星河湾……

热烈欢迎《星享汇》会员莅临我司参观

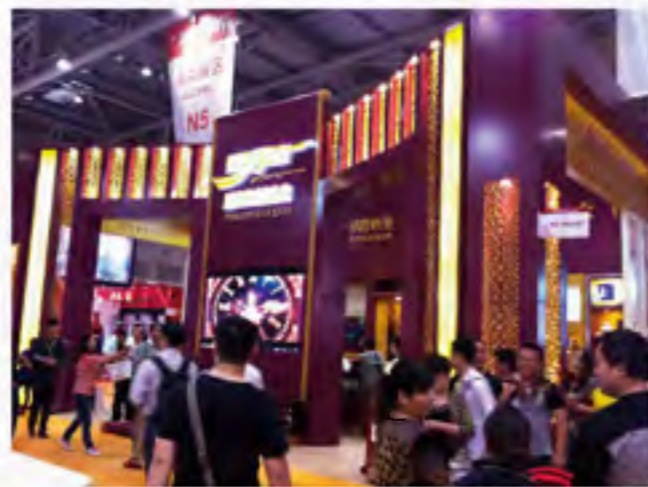


『星享汇』第一期会员企业互访活动圆满成功

为架起会员企业家之间的沟通桥梁，推动高端阶层互动，11月11日，在星享汇筹委会的积极组织筹备下，星享汇会员企业家一行30余人一同走进位于广州番禺天安科技园总部的广州佳俊有限公司、广州市电子商务技工学校，开展企业互访活动，进一步加强会员企业家之间的联络，交流感情。

星享汇后续更将不断组织高质量会员企业走访活动，进一步加强会员企业间的沟通交流，增进彼此的了解，力求将每个企业的创新管理模式、商业项目融会贯通，实现共同双赢。

「星享汇」是中国首个高端财智阶层资源聚合平台。以实实在在为会员服务核心理念，创新的平台运作模式，通过聚合全社会财智阶层、整合各行业高端资源的平台力量，为每一位会员提供一个专属的商业平台、人生舞台。让每一位会员实现人生、财富的增值。



星河湾酒业以“东情西韵”闪耀糖酒会

被称为中国食品白酒行业“风向标”、“晴雨表”的第91届全国糖酒会10月12日在重庆开幕。

但星河湾酒业以高贵的品牌风格、卓越的产品品质、“东情西韵”的新酒韵闪耀重庆国际博览中心，吸引了众多客商前来洽谈品鉴，开展后参观人群涌动，门庭若市。

走进国际博览中心N5号展馆，在众多参展企业的展位中，星河湾酒业那炫目靓丽的展厅格外引人注目。

展厅通过高贵的紫色与典雅的金色相搭配，加以灯光运用，并巧妙糅合企业文化，展现了星河湾酒业格调高雅的品牌文化内涵。星河湾瑰宝级汉帝壹号、星河湾老原酒、星河湾老酱香等珍稀原酿错落有致陈列其中，空气中更弥漫着醇厚的酱香、窖底香、果香等馥郁的酒香，引得客商们纷纷咨询、品鉴。而星河湾老酱香独特的“加冰”饮用法更令得不少宾客被深深震撼和折服。

普通白酒加冰会有沉淀，冰饮白酒需要独特的酿酒技术和产品特质。而星河湾老酱香采用纯粮固态发酵酿造，并经长期窖藏，酒分子结构稳定，冰冻或加冰都不会改变风味。醇厚绵甜中带着清爽甘冽，品质依然稳定，风味不减。

古典优雅的酒道表演也是展区内的另一大亮点。在星河湾酒业展厅每半小时就会有身着汉服的工作人员进行酒道表演。通过专业的演绎鉴赏、斟酒、品酒三个过程再现古人品酒文化，同时加入星河湾老酱香独特的“三杯三鉴”法，让人们领略到星河湾酒文化的独特魅力。

酒道表演吸引了众多参展客商前来观看，大家纷纷拿出手机进行拍摄，期间还吸引了网记记者前来拍摄报道。

展会期间，星河湾酒业所表现出的高贵品质以及健康高雅的品酒文化征服了众多参展商，吸引了大量客户前来洽谈、咨询。





2014环球旅游投资论坛 于浦东星河湾酒店圆满落幕

由《酒店职业经理人》杂志、环球旅游投资网、亚太酒店筹建联盟联合主办的2014环球旅游投资论坛暨环球旅游金奖颁奖典礼于2014年11月5日-6日在浦东星河湾酒店顺利举行。亚太酒店筹建联盟联席会议于11月5日召开。会议期间，联盟秘书长李建军先生简要介绍了该联盟发展情况及公布理事会成员，理事长、副理事长发表讲话。在场酒店集团、机构、企业代表们围绕共建联盟平台，凝聚力量，共促发展这个话题展开了激烈讨论。

11月6日，政府机构、旅游地产商、商业地产公司、酒店集团、旅游投资人等各界精英齐聚浦东星河湾酒店国际会议中心，共同研讨政府新政、国内外经济形势、实体经济发展等对旅游业投资的影响，并对旅游业发展的诸多热点话题做出预测和展望。在嘉宾对话环节中，与会嘉宾们讨论热烈，共商酒店管理方法，探讨互联网时代下酒店如何创新模式，帮助业主提升收益等。

最后，此次活动在隆重的环球旅游金奖颁奖典礼中圆满结束，星河湾酒店管理公司荣获“2014年环球杰出酒店管理公司”奖项。同时，此次活动的主办方也对酒店的成功接待表示充分肯定与赞扬。



“携手星河湾·共筑大未来” 2014星河湾酒店 客户答谢晚宴成功举办

11月13日晚，“携手星河湾·共筑大未来”2014星河湾酒店客户答谢晚宴于浦东星河湾酒店完美呈现。此次答谢晚宴共邀请来自全国各地约50多名旅游界合作伙伴齐聚在上海浦东闪耀的星空下，举杯同欢。晚宴上，星河湾酒店管理公司总经理谢伟杰先生致辞，感谢客户们对于星河湾集团的支持，同时简要介绍了酒店集团目前的发展状态。星河湾酒店目前已经运营的酒店主要分布于北京、上海、广州、太原等一线城市。在未来2至3年，青岛、西安及沈阳等城市还将陆续迎来新的酒店开业，届时星河湾酒店将由目前6家拓展至10家酒店以上。

伴随着酒店精心准备的美酒与佳肴，答谢晚宴在宾客们满足的笑容中完美落幕。每位宾客在共享答谢晚宴的同时，深深体验到星河湾酒店精致的设备与细致的服务。星河湾酒店将继续秉承“细节所在，心意所动”的服务理念，为驾临的每一位宾客带来愉悦而难忘的体验。



广州星河湾酒店 顺利通过五星级评定性复核

2014年11月5日至7日，国家级星评委李中根先生、李妮妮女士受国家星评委委托，在广东省星评委、广东省旅游局行业管理处王文庆主任、广州市旅游局副局长肖永存先生、广州市旅游饭店管理处处长江桃慕等陪同下，对广州星河湾酒店进行了五星级评定性复核工作。五星复核期间，星评复核小组于酒店会议室听取了《广州星河湾酒店五星级饭店评定性复核检查汇报会》。汇报会上，酒店总经理谢伟杰先生、驻店总经理范德明先生详细汇报了酒店的基本概况、经营情况、内部管理与五星复核工作，并重点介绍了酒店在管理体系、企业文化、创新经营等方面的举措和探索。星评委就酒店经营管理、服务流程、节能减排等各方面工作提问，酒店管理层一一给予了详细回答。

李中根先生和李妮妮女士对广州星河湾酒店为五星复核评定所做的工作给予了充分肯定，认为酒店拥有一支敬业忠诚的员工队伍、专业团结的管理团队和发展强劲的集团企业，并现场宣布酒店必备项目达标、设施设备评分和营运质量评价合格，顺利通过此次五星级评定性复核检查。



广东省旅游局对两位国家星评委在广州星河湾酒店五星复核评定期间给予专业细致的评审表示感谢，希望酒店的团队认真听取星评小组的意见和建议，落实整改经营管理，将星河湾品牌发展提升到新高度。

广州星河湾酒店2008年3月开始运营，并于2009年6月加入“世界一流酒店组织”（The Leading Hotels of the World），2010年10月获得国家旅游局颁发的五星级饭店称号。作为星河湾集团旗下的五星级旗舰酒店，酒店一直秉承“细节所至，心意所动”的待客之道，致力于打造动顶级商界、体育界知名人士的首选酒店。



“金秋面塑节、邻里一家亲”联谊活动 太原物业打造“龙城第一居所”

2014年10月15日，秋高气爽太原物业公司为丰富小区业主业余生活，利用这收获的季节举办了一场别开生面的面塑联谊会。俗话说，民以食为天，山西地处黄河中下游，是世界上最早最大的农业起源中心之一，也是中国面食文化的发源地，面食文化就在这里生根发芽，盛行至今……

为增进物业公司与业主之间的感情，太原物业公司举办“金秋面塑节”活动，积极推进企业与业主之间的交流和互动。同时，也让更多热爱面食文化，却没有机会学习、尝试的业主朋友们利用这次机会学习到地道的面食绝活。在活动现场，物业公司邀请了山西民间艺术家、非物质文化遗产传承人周辉老师进行现场面塑。为丰富现场氛围，物业公司还邀请星河湾酒店的同事进行现场雕花展示，并将10月份太原区域员工生日派对移到了面塑节现场，让业主在分享生日喜悦的同时，享受着美味的蛋糕与祝福，营造出一幅邻里员工一家亲的和谐场面。活动到下午四点左右区域公司总经理徐总、物业总经理刘总亲临现场，欣赏着眼前活灵活现的面塑工艺品，与热情四溢的业主们幸福交谈，现场气氛顿时达到高潮。最后，通过周老师及业主代表评选出了本次活动的优秀作品，并颁发了活动奖品，业主朋友们恋恋不舍的分享这幸福的喜悦。

下半年，太原物业公司计划用更多更好的社区文化，打造龙城第一居所，让星河湾的业主真正体会到“一个心情盛开的地方”。



热烈祝贺星河湾执信中学被认定为 “广州市义务教育阶段特色学校”

2014年11月18日，2014年广州市推进义务教育阶段学校特色发展现场会在花都区骏威小学隆重举行，星河湾执信中学由党支部书记林绮代表学校出席了本次会议。

会上，省教育厅基础教育处赵琦副处长宣读了“第二批广州市义务教育阶段特色学校”名单，并举行了隆重的授牌仪式。而广州市教育局江东副局长在会上讲话表示，特色学校认定工作得到了各区、县级市教育局高度重视，各学校也积极推进特色办学，2014年向区、县级市主动申报的学校达300所，学校申报通过率高于去年。其中，民办特色学校数量从去年的一所大幅提升至今年13所。

我校作为全市14所民办“广州市义务教育阶段特色学校”之一，作为番禺区11所“广州市义务教育阶段特色学校”之一，作为番禺区2所民办“广州市义务教育阶段特色学校”之一，将进一步深化星河湾执信中学办学理念和办学特色，充分挖掘我校教育教学特色资源，不断推进和完善我校“崇德瀚智”特色课程，以特色建校、特色强校、特色兴校，走教育特色和特色教育之路，并让师生们在特色教育之路上快乐学习、阳光成长。



国际校园音乐会 ——在星河湾执信中学上演

2014年11月12日晚，一场国际音乐盛会在星海执信中学隆重举行。演艺厅里座无虚席，学生们都迫不及待地渴望接受音乐的洗礼。“文化背包”国际校园音乐会，是在挪威文化部和外交部的大力支持下，由挪威音乐会组织（Rikskonsertene）主办的挪威国家级音乐项目。11月12日晚，该组织带来2个全新的乐队组合，为番禺执信中学带来全新的演出曲目，希望增进同学们的音乐认知和兴趣，加强中挪文化交流。弦乐四重奏乐队4onFIRE有着在年轻一代中促进古典音乐发展的使命感。四个人都是德国著名乐队的主奏，四个人十六条弦是四重奏的基础，观众们将会见识到音乐家们的热情并为其活泼生动的演出所着迷。

《马年》音乐组合，中国的乐器和习俗冲击着挪威的音乐传统，反之亦然，两位中国音乐家、两位挪威音乐家、一名中国舞者和一名挪威舞者将为观众带来另类的演出，将文化融合成更高的层次。音乐会正式开始了，首先出场的是四重奏乐队，他们为大家带来了贝多芬、舒伯特、海敦等著名作曲家的四重奏，只见美妙的音乐声响彻整个演艺厅，学生们都陶醉在其中，掌声经久不息。更难能可贵的是，四位主奏丝毫没有架子，他们频繁地走到台下与嘉宾学生们互动，让学生们零距离感受到美妙的乐声，使学生们得到了良好的熏陶。



接着，《马年》音乐组合隆重登场，他们为学生们带来了一种全新的表演方式，他们使用吉他、小提琴、二胡以及竹笛等乐器，融合了传统音乐与现代音乐的结晶，为大家演奏出了别具风格的音乐，此外，一位中国舞者与一位挪威舞者的伴舞也是汇聚了中挪舞蹈的精髓，学生们都对这音乐组合赞不绝口，沉浸在悠扬的音乐声中。

音乐会在愉快的气氛中落下了帷幕。相信通过观看演出，学生对音乐的认知以及兴趣一定大大提高，也对挪威的音乐文化有了一定的了解。接下来，星执会将继续举办更多的国际交流活动，开拓学生的视野，培养学生多方面的兴趣，为学生德智体美全面发展打下良好的基础。

星河湾半岛园林有多美？请来这里深呼吸！

每一位进入星河湾半岛的人，都会被她优美的园林景致所吸引。园林内树木搭配错落有致，一步一景，园内亭轩廊桥掩映，将师法自然、与人文完美结合的园林之美充分演绎。



精挑细选 用心营造完美景致

在星河湾半岛的园林内有很多大树，这些大树树形优美，树冠丰满，无论安放的位置还是树种的搭配，都别具匠心。一位业内人士在参观了星河湾半岛的园林之后，感叹道：这里的树木80%都能认出，但是要搭配的如此完美，安放得如此巧妙得体，绝非易事。更多不为人所知的事实是，这些树木都是经过星河湾董事长黄文仔亲自挑选并指导下，种植在园林内的，也只有老板本人如此用心，才能把最好的园林美景呈现在大家面前。



星河湾对于树木与社区景致的搭配，树种的选择上可谓做到了极致。在星河湾半岛一线临江新品入口的转盘处，有一颗高大的菩提榕。这棵大树是星河湾反复实验，三次更换，才决定下来放置于此。之前每次黄董经过这里，都会仔细斟酌。

在园林内的无边际水景旁，可以看到两棵十分特别的红棉。这两棵树的特别之处就在于树龄非常古老，树形苍劲古朴。这两棵树原本是黄董的私人珍藏，而为了星河湾半岛的园林能够更具观赏性，特意拿出来种在这里。



全冠移植 舍得换来美景满园

星河湾在园林，苗木精养，全冠移植，粗材精用。尽管树种本身算不上名贵稀缺，但是每一棵树经过几年乃至十几年培育期才会移栽进园林，而且在移植的时候都是采用不加修剪的全冠移植，不用等待植物恢复生长期就可以拥有完美的景观。

在前文提到的菩提榕，树形高大丰满，为了全冠移植这棵菩提榕，最大程度的在业主面前呈现她的美感，星河湾不惜拆掉一个收费岗亭，并且在午夜时分，由警车开道，才将这棵大树从苗圃运送到星河湾半岛。



专业养护 创新思维呵护园林

除了栽种过程中的用心之外，在园林养护上，星河湾也不遗余力。因为全冠移植的树木，水分蒸腾作用远比砍去枝叶的树木大，为了保证树木的成活率，以及尽快形成完美的景观，星河湾还特意给一些树木“人工降雨”，将水管接到树顶，不断洒水水珠。

在一些树木上，还可以看到“输液袋”，而这些都是树木的营养液，保证树木能尽快用最美的状态，迎接业主的到来。

星河湾在营造社区园林时，还有一个非常独特的举动，为了让园林内的树木适应当地的环境，展现出自己最美的一面，在栽种时更换树木附近的土壤。正因为如此，星河湾多个社区园林赢得了“同纬度最美园林”的美誉。



星河湾社区配套一览

— 广州、上海、太原、北京

星河湾 半岛



酒店 / 星河湾半岛酒店，已加入世界一流酒店组织，会议中心、室内外泳池、网球场、羽毛球场、按摩、沐足等商务娱乐休闲措施一应俱全；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 / 商业街也有超市、银行、洗衣店等日常生活配套进驻，为业主打造优质的生活服务。

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

其他 / 拥享2500米私属滨江休闲木栈道；园区配备泳池等。

广州 星河湾

酒店 / 广州星河湾酒店建筑面积近70000平方米，按白金五星级标准打造。集商务、休闲、度假为一体，配套大型会议中心、中西餐厅、体育馆。现有网球场馆总面积达5000平方米，容纳观众160人，全新澳网赛事标准，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、便利店、超市、水果店、宠物店、洗衣店、理发店等；另还引入麦当劳、必胜客等大型饮食商店，大型生活美容休闲会所等。

教育 / 星河湾灵格风国际幼儿园由星河湾携手国际知名教育机构灵格风共同创办。星河湾番禺执信中（小）学，省一级学校。

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、顶级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休闲、餐饮品牌，在家门口就能享受到VIP级的购物环境。

教育 / 在教育配套方面，幼儿园、小学，为业主孩子创造卓越的教育环境。

其他 / 项目内各园区配套泳池等。

上海 星河湾



酒店 / 白金五星级标准上海星河湾酒店，为业主打造世界级会客厅。

商业街 / 定制型精品商业街打造家门口的精致生活，完美演绎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，签约国际名校杜克大学，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平方米的中庭花园和1600平方米的露天泳池；1500平米的国际会议中心可同时容纳1000多人举办大型宴会；体育馆内设有乒乓球、羽毛球、健身房、瑜伽房等，常年恒温的室内游泳馆。

商业街 / 商业街现已入驻美特好优淘店，已于2013年11月2日正式营业，业主足不出户尽享名优精品、生鲜美食，更可专享定制服务及额外优惠；中国银行、名黛Spa美容院等的相继入驻。

教育 / 学校2014年年中开工，将于2015年秋季竣工，业主子女即可就近就读。项目内各园区配套泳池等。

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14000余平方米的高端会所，定位于中国首家超五星级精品酒店，囊括酒店、俱乐部等多种功能，四季会中包括专为顶级商务人士准备的贵宾房，可容纳400人的国际宴会厅，咖啡厅，圣保罗西餐厅，中餐厅及拥有多国特色美食的餐饮服务，户内户外豪华泳池，桑拿，网球场，羽毛球，台球，乒乓球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 / 北京德福双语幼儿园，秉承国际化幼儿教育理念；星河实验小学是北京市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、内外网球场、乒乓球馆、羽毛球馆、健身房、游泳馆等。



连载：你所不知道的106个星河湾品质秘密

摘自《星河湾·第一居所品质书》

家里的中轴线

为保证室内格局呈中轴线对称，星河湾取东西、南北汇聚的中心点做中轴线吊顶并严格对称：吊顶的形状和地面拼花的形状严格统一对称；餐厅吊顶、客厅吊顶与中轴吊顶统一水平线；门厅吊顶与中轴吊顶到底部卧室门前的小厅吊顶都严格统一在一个垂直线上。

没有走廊的室内空间

为了凸显室内的层次感与宽阔性，星河湾室内的走廊设计成了玄关效果，看起来像是“没有走廊”一样，拓宽了室内整体空间，也更有家的感觉。

星河湾®
Star River

星河湾 生活艺术季·冬
ART OF LIVING SEASON·WINTER

— 传承感恩·暖冬星河 —

北京星河湾 | 上海星河湾 | 广州星河湾 | 太原星河湾

尊敬的业主朋友们

星河湾春夏秋冬四季联动主题活动

“生活艺术季”之春夏秋冬活动已顺利落幕
春光灿烂时，以花为媒，共赏过满园春色

夏日里在一起描绘生活

那杆心灵之笔也才刚放下

秋日举杯邀明月，把酒话佳节

中秋与家人共享天伦之乐

冬天寒风起，白雪兆丰年

回望走过的每一天

总有些人陪伴与守候在身旁

感恩亲朋，传承传统文化

一句感谢，一张卡片，一个礼物

与全国四地星河湾社区业主一起

驱散寒冷，温暖冬天

用情，写一张感恩卡片，用心，做一个手工礼物

用爱，填满星河湾暖冬

更多精彩，请看社区公告

