

承载美好向往 携手共赴未来

# 绿城中国：用“桂花”编织耀眼的“桂冠”

玫瑰是美的，但更美的是它蕴含的香味。

近日，绿城桂冠东方城在“浙里好房”城市品质榜单评选中荣获2023在建品质力优秀项目与设计品质力优质项目两项殊荣。

想要在以品质见长的浙江房地产市场拔尖并非易事。

5年多前，绿城许下了要在家乡打造“有史以来最好的亚运村”的诺言。经过1800多个日夜，梦想蓝图终成为品质实景，绿城用“桂花”编织成耀眼的“桂冠”，并在杭州第19届亚运会期间精彩绽放。

作为亚运村的重要组成部分之一，绿城桂冠东方城不仅用融古于今的建筑展示了大国自信，还用细致入微的服务彰显了文明友好，获得了亚组委官员和运动员的一致好评。“桂花”的美丽与芬芳，都将成为一段特别的记忆，被好好珍藏。



晚霞下的绿城桂冠东方城

## “千里挑一”的“桂冠” 让世界感受到中国的自信与友好

28岁的月桂树下，“桂冠”势如破竹。

从规划设计到交付在即，“绿城亚运村”已经陪伴了很多人5年有余。如果说“开发商+亚运村”的“大众称呼”代表着一种荣誉的话，那“桂冠东方”这个名字就是整个绿城心血结晶的代表。

很难想象，这个名字是在前前后后一年多的时间、整整1000余版方案筛选和优化后的结果。4个字既不张扬、也不晦涩，看似普通却经得起回味。任谁都能读出这是一个代表着中国、代表着杭州的名字，诉说着亚运与国家、与城市的联系。

事实上，“桂冠”一直都是胜利与荣誉的象征。

比如，“太阳神阿波罗”用月桂叶编织成的冠环，是古希腊运动会至高荣誉；第一届现代奥运会的奖牌上，“胜利女神”高举的也是月桂树枝。

而在中国古代，“折桂”代表着夺冠登科，“桂花”也被赋予了无限美好。比如，白居易一句“山寺月中寻桂子，那亭枕上看潮头”写满了杭州的美景，也写满了杭州的精神。

桂花不仅是杭州的市花，也是陪伴了绿城28年的“月亮与桂花”LOGO的重要组成部分。

更重要的是，当“桂冠东方”出现，绿城对亚运村的核心构想亦已呈现——国际范、东方韵。作为国内大型体育赛事配套建设运营专家，拥有4座全运村开发和运营经验的绿

城，有信心也有决心要在家乡打造“有史以来最好的亚运村”。

自决定投资建设亚运村起，绿城就给了这个项目“史上至高待遇”——不仅创始人宋卫平和董事会主席张亚东同时挂帅，总工程师、产品中心总经理等任负责人，项目团队也多是由参与过凤起潮鸣、江南里、桃花源等高端作品的精英组成。

这难得一见的组合，展现给世界的自然也是绿城的诚意之作。

作为承建方和服务方之一，绿城始终以“绿色、智能、节俭、文明”的办赛理念为指引，紧紧围绕“六品绿城”（品相、品质、品位、品牌、品行、品格）方针，坚持以不断追求卓越的“桂冠精神”打造兼具国际视野和杭州韵味的社区——高颜值、极贤惠、很聪明。

亚运会启幕后，来自世界各地的代表团成为第一批体验者。盛会期间，绿城不仅承建了运动员1村（即杭州桂冠东方城），还承担了媒体村、欢迎中心和国际区的代建，以及两村三区的日常物业服务及赛时住宿服务工作。杭州人极其熟悉的绿城，给八方来客带来了前所未有的惊喜。

第一个惊喜是出自绿城的极致审美。由远及近、移步换景，尚未入村时看到的“微笑天际线”城市天际轮廓、刚入村时见到的现代简约大气的外立面和入村后触摸到的汲取了江南街巷精髓的景观，共同组成了一幅代表着世界与中国、古朴与现代

的高级画卷。

细致入微的服务是绿城展示出的第二大惊喜。快速周到的响应、智能便捷的设计，让中国香港代表团团长霍启刚都忍不住点赞。

贴心服务的背后是绿城的又一大巧思。在“看不见”的地下，专门辟出了一个占地约40万平方米的服务筹备空间作为“中控大脑”，串联起328个功能区；编订服务保障体系口袋书，涵盖583份岗位手册和330份计划工作等；独创药房式材料领用管理体系，管理物资约19万件；保洁员每天清洁垃圾桶240个，维修员每天巡查25次，居服经理每天步行超4万步……

团队展现的热情与友好，被世界友人所珍视。当亚运会收官之时，绿城收到了近4000封来自各国运动员和媒体记者亲手写下的感谢信。

亚奥理事会代理主席辛格也曾表示：“我认为杭州亚运村史无前例，令人惊叹。我要感谢村长，他为我们提供了极好的基础设施、极好的亚运村和热情的款待。所有的服务绝对堪称典范。”

如果说桂冠东方城是以让人眼前一亮的产品力回应了5年前那句“打造有史以来美好的亚运村”的希冀，那从辛格到一线运动员的赞扬就是对绿城这1800多个日夜奋斗的肯定和褒奖。

在“桂冠精神”的引领下，绿城让世界看到了杭州的文明与美好、中国的实力与气派。



运动盒子



春知学堂



绿城桂冠东方城实景

## 创造文明和谐的邻里文化 让生活的绿意繁茂生长

“桂冠”背后，从来都是坚持、努力和天赋，缺一不可。

绿城通过28年的接续奋斗，已经稳稳站在了行业的第一梯队，“桂花”终于编织成了耀眼的“桂冠”。但回望过去，看到那些不断突破自我、追求文明和谐的日子，才发现“桂冠精神”其实早已写入绿城的基因之中。

在重资产开发方面，绿城始终都是行业的引领者。即便是产品趋同的年限时代，绿城依然在寻求改变和突破，逐步落地“创新一代、生产一代、储备一代”的产品研发战略，带着一个个充满人文关怀和全新体验的作品惊艳市场。

杭州的“桂冠九子”就是有力的代表。

当芝澜月华轩出现，大家才知道原来房子不必是方方正正的，全面屏+弧形转角设计，更能体现家的温馨；当咏溪云庐出现，大家才知道叠墅里也可以玩出别墅感，“双会所”体验把幸福感直接拉满；当玉海棠出现，大家才知道良渚板块的公寓也能如此大气，跨度约60米的大门、透明如玉琮的琉璃光院、层层叠叠的各式水景，处处都是华宅的礼遇……

而且，为改变购房者对期房如“开盲盒”般不可控的既定印象，绿城还在逐步推广“全维实景示范区”。展示内容除了常规的户内精装，还有外立面、地库、园林景观，以及电梯厅、入户大堂、架空层等，主打一个让购房者安心。

在“唯有生活更珍贵”的指引下，各类以生活为核心的活动也是绿城极为重视的工作之一。

“海豚计划”一做就是15年，范围遍及全国70余城、350多个园区，带领超19万名“小海豚”毕业游向更广阔的世界；同龄的还有弘扬敬老文化、让长者颐乐生活的“红叶计划”。

跳出“小园区”，人们共同生活的地球也是绿城关心的“大园区”。

长达9年的“种春风”，为甘肃民勤成功造林2100余亩、栽种梭梭约15万株，建成当地颇具规模的企业林；连续9年的“踢球去”民间足球联赛，累计吸引参赛球队910支、球员1.4万余人，倡导健康生活，培养足球文化。

上述种种，是快乐、是热爱、是品质、是生活，是“以客户为中心的产品主义”朴实的表达，更是绿城真正微立于行业的根本。连续28年的坚持，让绿城收获了业主和口碑，连续13年在城市居民满意度调查中获得佳绩。

回归本质，房地产行业始终都是一个“以人为本”的行业，这既是出发点，也是目的地。绿城始终在路上，让生活的绿意繁茂生长，向世界传递善意与美好。

## 以品质实景兑现美好承诺 唯有生活更珍贵

桂语飘香时节，“桂冠”光芒万丈。

于绿城而言，亚运村不只是荣光、是担当，也是一次自我的超越。赛事期间的精彩已足以让“桂冠东方”成为城市记忆的片段，但绿城更在意未来的生活将如何继续。

翻开当时的设计蓝图就能看到，绿城早已前置考虑了赛后的居住功能。

比如，整体设计和排布都遵循了活力和舒适两大原则。从“一座市政公园+六大组团”的布局，到倡导“慢行社区”居住理念，以及富有江南意境的现代街区和“大庭院套小庭院”的多层次空间设计，都是一种对杭州老

底子街巷生活记忆的回溯。

这种回溯，是要将曾经亲密的邻里关系重现于现代的生活小区，既要保障私密、也在倡导和谐。往大了说，是对未来生活方式的一次尝试和探索，让人充满期待。

但当蓝图变成实景，方才知道这些年绿城的实力和对品质的追求，已经超越了当年那份重达1吨的标书。美学之上，绿城考虑了更多的实用细节。

比如，在湛蓝的泳池之外，还考虑到围挡的玻璃要不易留水渍、要扛得住“胖子的冲击”；比如，台阶在高颜值之外，还考虑到安全

标示是否明显，高度是否合理……

还比如，精致的入户大堂、精美的园林景观之外，架空层、架空层的规划是否实用？

“拾味之间”就是一个将架空层转变为公共客厅的尝试。只要你愿意，就可在其中与友邻相约相聚，与亲人共享美食，或者随时来一场Party。将家里的客厅变成“楼下的客厅”，既不用担心空间局促，也不用担心隐私被破坏，“既不太远也不太近”，社交距离把握得刚刚好。

除了聚会，还有针对孩子的“绮梦乐园”、面向长者的“老友常聚”以及适合“静静”的“宅也书室”，以及春知盒子、观景盒子、睦邻盒子等一系列“如意盒子”。

每个空间的安排都是经过精心设计的。就好比，面向泳池的架空层安排了一个休息区，家长可以在照看小朋友的同时避免太阳直晒；面向景观的架空层还设置一排高脚凳，即便一个人坐着发呆也不会孤单。

在绿城的理解中，“桂冠精神”除了是与运动契合的“更快更高更强”，更应该关注到人文生活的本质，即文明健康美好。

追求在桂冠东方项目上，不仅是品质生活的追求，更是让每一个业主都能找到可以释放自我、表达自我、实现自我的自由空间。

在美丽的视觉传达之上，绿城正在创造更珍贵的生活空间。这大概就是绿城常说的那句话——唯有生活更珍贵。



绿城桂冠东方城实景



绿城桂冠东方城实景

(图文由绿城桂冠东方城提供)



绿城桂冠东方城微信公众号