

# 四川三江绿园营销策划全案

## 目录

- 一、 项目简介-----
- 二、 项目开发背景-----
- 三、 项目市场背景-----
  - (1)、 房地产宏观市场概述
  - (2)、 目标区域市场
    - &#61548; 概述
    - &#61548; 特点
  - (3)、 目标消费市场
    - &#61548; 概述
    - &#61548; 特点
  - (4)、 目标竞争市场概述
  - (5)、 综述
- 四、 项目区位-----
- 五、 项目与风水-----
- 六、 项目建筑规划特征-----
- 七、 项目的特征-----

### 一、 项目简介

“三江花园”成都锦官城房地产开发公司将于 1999 年度在绵阳市开发的一个高起点，高品位、智能化的高尚居住社区。

“三江花园”位于绵阳市游仙新区，是市政府大力发展，精心规划和建设的一个绵阳市的居住生活新社区。交通道路通畅，市政规划良好，各种社会生活配套如学校、医院、综合市场、公交车站等配套齐全。

“三江花园”所处的地理位置绝佳，其所处的沈家坝原为芙蓉溪和富乐山一溪流千百年冲刷流经之处形成的草木茂盛的平坝，是传说中的风水宝地，北靠绵阳市的风景名胜——环境优美宁静的富乐山，“三江花园”南面，就是流经绵阳，抚育绵城市民的安昌江、涪江和芙蓉溪三江交汇地带，美丽的江河在这一带划过平川，隔出了一块块富饶而繁荣的土地，形成了绵阳今天的主要区域格局。北靠富乐山，南临江畔的“三江花园”犹如一颗璀璨的明珠，镶嵌在三江交汇之处，成为华贵夺目的链缀。

“三江花园”的建成，将改变绵阳市在房地产住宅领域没有标志性建筑的局面，成为绵阳新生活居家模式的典范，同时成为绵阳市名流会聚，品位卓越的高尚住宅区。

## 二、 项目开发背景

“三江花园”成都锦官城房地产开发公司于 1998 年经过初步考证绵阳市的综合发展前景之后在绵阳投资，拟于 1999 年度进行开发，并立足于绵阳本地市场，面向绵阳市周边行政区域进行整体营销的高起点，高品位、智能化的高尚居住社区。

成都锦官城房地产开发公司是直属四川省交通厅的一家房地产公司。公司拥有雄厚的资金和技术实力以及房地产开发营销的专业管理经验，公司曾成功地开发建设并管理经营了成都大邑花水湾“新豪斯温泉大酒店”等项目，目前正在成都府南河边进行“锦官城”项目的开发建设。

## 三、 项目开发市场背景

### （一）、房地产宏观市场概述

在今年的国家政府工作报告中，受东南亚金融危机和整个国内经济形势的影响，国家经济整体发展有所下降，从去年经济发展保持 8% 的增长率下降到 7.8%。整个经济发展形势并不乐观。但是，作为国家的经济政策的方向性，近年来，国家对中西部地带的发展倾注了更多的力量：国家已经明显加大中西部的基础设施建设，并以此来带动整体经济水平的发展。作为产业支柱的房地产业，国家也相继出台了多种政策给予扶持。

从房地产业的情况来看，去年国家关于取消实物分房政策以来，各级部门已经陆续搭乘了购房末班车，完成了公房向私房过渡的转换，这一措施，消耗了民间特别是工薪阶层的储蓄和经济能力，但是把实实在在的让给了居民；此外，经过 92 年以来持续多年的房地产市场的消耗，多数需要城市住房的民间财富拥有者都陆续完成了购房过程，房地产的需求市场对这一部分人来讲，直接表现为二次购房改善居住条件，适应越来越高档的居住环境和居住条件，为此，二级市场的启动也将成为近两年的趋势，国家也将采取相应措施来活跃二级市场的交易。

从今年的房地产市场发展趋来看，由于房价与市民收入存在的距离较大，国家将采取各种政策扶持居民购房，一方面满足和提高市民的居住生活水平，另一方面激活房地产市场的持续发展。

据悉，为推动信用消费，鼓励居民利用自购房产置业，国家将在最近出台“贴息按揭”的办法来扶持消费者购房，对目前国家银行实行按揭贷款的购房者的利率进行补贴，这一措施的实施将再次带动一批年龄趋于低龄化，素质较高、观念较新，经济收入稳定的消费者加入购房者的行列。

### （二）、目标区域市场

## 1、概述

“三江花园”是锦官城房地产开发公司在绵阳市兴建开发的一个高品质的住宅小区。该小区位于绵阳市新开发建设的游仙新区的沈家坝，北靠富乐山，南临三江交汇之处，风景优美，是理想的居住地点。

绵阳，是四川北部的一个现代化电子工业新城，是四川省的省辖市。市区面积 60 平方公里，人口 66 万，已经有 2100 年的历史。

目前，绵阳市辖市区的涪城区、游仙区、高新技术产业开发区三区和安县、北川、平武、梓潼、三台、盐亭六县，代管省辖江油市和四川省人民政府科学城办事处，总面积 2 万平方公里，人口 520 万。

受整体经济和原有的经济体制的制约，目前绵阳市城市居民多数是党政事业机关单位人员或本地企业职员，商业经济也不发达，由于隔成都较近，绵阳的区域经济的集中性并不强。综合起来致使绵阳市的流动人口不多，多数市民居住的仍然是单位分房、单位租住房，商品房的开发目前尚呈起步阶段，开发的项目也多是低价位的安居性质的中低档商品房，整个房地产市场尚处于早期的功能地产时代，尚未发展成熟，中高档次的项目实属凤毛麟角，在市场的整体趋势下，现有房地产市场境况并不十分乐观。

但是，绵阳又是一个现代化发展中的新兴城市，绵阳市政府正努力将绵阳建设成一个拥有百万人口的大城市，为此，绵阳市政府也下了较大的决心，做了相当的努力。比如绵阳的市容市貌比任何中等城市都漂亮，市民的素质也较高，各种日用消费与其他中等城市如宜宾、乐山、泸州比较都更繁荣。总的说来，绵阳是一个极具发展潜力和希望的城市。

伴随全国整体房市的发展和绵阳市民生活水平的提高以及现代生活模式的引入和影响，加上绵阳市目前房地产市场中具有先进的开发理念、环境品质、建筑品质以及物业服务方面都具有全新概念的高档房产项目不多，而在 1999~2000 年度，随着国家公房制度改革的深入执行以及二级房地产市场的开放，绵阳市房地产市场必然出现中高档次住宅的需求。在这种情况下，新的居住模式和居住品质一旦切入市场，将直接激活高档次住宅的需求形成鹤立鸡群之势，同时带动整个房地产业的发展。

## 2、目标区域市场特点

消费力不足，住宅商品化启动缓慢

虽然绵阳是四川第二大城市，但国民经济仍然以工业为主，多数市民就职于大型国营企业如长虹、九院及其他军工企业以及国家的行政事业单位，居民收入普遍不高，为收入有限的工薪阶层。其有限的经济能力尚不足以承担一套价值数万到十数万的商品房，购买商品房的多数是旧城改造的拆迁补偿返迁户，市内少数个体经营的生意人和绵阳辖区内的区县的生意人，大多数绵阳市民仍然安享着国家和企事业单位福利分房制度的襁褓之中。

居住状况较好，住房条件整体来说并不紧张

由于产业结构和城市居民构成的问题，多数居民都属于机关事业单位或企事业单位员工，在以前的政策条件下，多数居民住的是单位分房或租房，在近两年的房改改革中，多数市民又以较低的价格从单位购得了所住房的产权。因此，在绵阳基本不存在住房十分紧张的情况。在调查中得知，人均住房在 10 平方米以下的几乎没有。

所以，绵阳市民基本不缺住房住。

&#61548; 总体人口较少，流动人口少更，商业发达程度不高，

由于绵阳市是一个新兴的电子工业城市，早年来绵阳搞三线建设的都是大型企业职工，而这些企业又都是国有企业，早年用工机制较死，职工都是从上海、东北迁来，人员结构单纯；而本地居民则主要是国家行政事业单位员工，相当固定，所以人口较少。

此外，早年绵阳还是军工企业的时候，受用人机制限制，无法集中周边县市流动人口，而绵阳市隔成都不远，流动人口多流向发展机会较多的大城市。因此，绵阳长期以来流动人口不多，人员结构单纯，致使绵阳市商业发达程度不高，这也正是绵阳城市规划好、市民素质较高的原因。

&#61548; 二级房地产市场并不活跃

在绵阳，由于外来人员较少，致使房地产市场中的二级房地产市场需求较少，租、购居民剩余房或商品房的需求不大，这样就导致居民对改善现有居住条件心存顾虑，不愿购置较高品质的商品房，而购置商品房投资增值的愿望也将受挫。

体品质不高，存在高档住宅消费的空白。

由于绵阳市的购买力普遍不足，导致整个市场商品房的开发和发展也较为缓慢，在政府相关政策的指向下，开发商的开发政策和开发重点也向中低档次的商品房集中，造成了目前绵阳房地产项目大多是安居房和福利房的现状，房市整体品质不足。

而在高档住宅消费领域，由于受本地开发商和政府职能部门的引导，高档次商品房的开发尚未引进，而且本地的开发商的眼光也局限于眼前现状，并没有意识到高尚的生活品质和生活需求的空白，造成绵阳市民对居住现状的小富即安的心理，接受不了开发商通过房产开发带来的新的居家生活观念和生活模式。

&#61548; 商品房开发处于就市和就地开发的商品房开发初级阶段，有意识地择地开发和社区规划开发尚形成气候

在目前的绵阳市开发仍然停留于要求随行就市，一味要求开发在市中心，以满足生活便利的项目的就市居住阶段。

受此因素的影响，开发商在开发眼光和魄力上力求改变居住环境和居住配套的开发步伐小心谨慎，开发商所开发的主要是就市内已经成型的街区或比较成熟的生活小区内的一些有限地块进行开发，容积率高，绿化不够，在市内的某些小区甚至根本没有绿化。

目前，在绵阳具有较好的规划特征、有生活配套、环境质量较高的社区开发很少。

&#61548; 房地产开发普遍不重视规划和建筑设计。

多数房地产项目的开发起始就基于地块的既得，比如目前的望江园、益多园、南河花园都是因政府整治河堤的过程中通过河堤整治投资，河滩地块补偿的情况下进行开发。开发商只是着力于本位，希望把房子建好就卖出，而考虑市场的发展和竞争因素并不多，所以在项目的规划和设计上考虑不充分，为求降低成本，多数开发商甚至原版照搬其他开发商的建筑规划和户型，使推出的项目根本无社区或个性特征，户型相当落后。

&#61548; 社区物业管理比较落后

目前，绵阳物业管理总体水平较低，普遍只局限在安全、收发等基本方面。全国物业管理试点小区的花园小区的物业管理水平也很一般。其他小区基本只是照本宣科，没把管理和服务的工作落到实处。

&#61548; 房地产在营销宣传上的深度和广度不够。

目前，在绵阳市区，房地产广告宣传尚未象一些日用品和家电产品一样在广告宣传上的比较成熟，手段也比较原始。营销手段更差。在销售方面，一个简陋的接待办公室就开始销售，多数根本没有专门的现场接待处和售楼处，少数有售楼处的地方，售楼处的设置也极为简单。而且多数项目的售楼处没有沙盘、展板、接待人员既不具备专业的房地产相关知识，也不具备良好的职业道德和素质，有的甚至连售楼书和项目简介都没有，仅用复印的户型图简单对付，完全谈不上房地产销售的服务。

在广告宣传方面，手段也较为单一，多采用户外路牌、电视等形式，立体性的宣传方式很少。

&#61548; 商品房的整体房市价格构成属中等偏上。

比成都周边中等城市的房市均价高 100—300 元左右：一般住宅均价为 1200 元/M<sup>2</sup> 左右，口岸较好、房屋品质较好的住宅可达 1500 元左右。

&#61548; 绵阳市媒体不发达，信息较为闭塞

在绵阳，其主导性媒体为《绵阳日报》，但其内容多为党报政策性质的报道，市场信息方面内容几乎没有，信息量较少。外来的信息无法迅速及时地传播。所以成都发行，信息广泛的《华西都市报》在绵阳销量很好。此外，绵阳的电视台也都存在这样的状况。然而，反过来看，这实际上也是一个机会，正因为信息不发达，才对一些在大都会的居家观念得以在绵阳成为一种全新的生活方式。

### (三)、目标消费市场特征

家庭收入普遍不高，工薪阶层居多

由于城市特征的不同及其他综合因素，绵阳市的工薪阶层居多，居民普遍收入不高，家庭收入普遍在 1200~1500 元/月左右，如果要购买一套普通的商品房一般需要十多年。

居民普遍对目前的居家状况表示满意

绵阳市民普遍对目前的居住条件表示满意，一方面是因为居民居住的条件一般都较好，居住在单位宿舍也比较安全方便；另一方面就是房价让许多市民耗尽了储蓄，市民一般无条件再购买商品；此外，居民对目前的居住条件表示满意还有一个原因就是尚未接受到很直接的关于新生活概念的居家模式，没有感受到现代的居家概念和目前的差距。

购置房产的主要目的仍以居住为主

由于市场尚未完全培育成熟，二级房地产市场尚未启动，因此居住是目前绵阳市房地产市场的主要需求。

注重环境和配套

绵阳本身是一个环境整洁优美的城市，城市居民普遍有注重环境的需求，并不象其他地方一样对繁华闹市的依赖性较强，人们对居住环境的需求也正反映了对生活品质的追求。其次是配套，要求生活方便。

对居住人文氛围的重视

即使绵阳人满足于现状，但对居住的人文品质需求仍然很高，体现在他们对同住在一个社区的人的身份选择上，一半以上市民要求和文化素质较高的医生、教师和文化届人士居住在一起，创造良好、健康、文明的社氛围。

认同期房销售方式和按揭销售政策

绵阳人对期房销售中的风险估计不足，多数人接受期房阶段购房，这和当地房地产开发商不多，项目也不多，造成不良后果的开发商很少有一定的关系；再者，绵阳人一般也能接受按揭购房的政策，这反映了将来绵阳人为改善居住条件而购房的购买方式趋向。

---- (其他参阅调查报告)

#### (四)、目标竞争市场概述

总的来说，绵阳市的房地产市场竞争状况是：

中低档次住房上市空置率高，但竞争并不激烈；

高档次项目几乎处于无竞争的市场空白状态；

营销手段落后，开发商对市场和竞争反映冷淡。

目前，由于市场购买力不足，致使房地产开发在发展过程中小心谨慎、固步不前，一味地

开发档次较低的商品房，期望扩大购买群，减少市场风险，在这种普遍的心理因素下，整个绵阳市的中低档次住宅开发较多，由于总体市场的需求量有限，直接造成房屋的空置率也相当高。

但是，在这种项目积压严重的情况下，目前的市场竞争并不象成都那样激烈，甚至还有一些相安无事的状况。究其原因，是因为多数开发商仍将希望寄托在政府的身上，许多开发商的在落入不能达成销售的境地之后，还心存余念，希望从另一方面入手，拓展政府的安居工程市场，借政府的安置，享受政府补贴。

而这种不积极的市场态度，迟早是要被市场无情地抛弃的。

而在高档房地产项目的市场方面，由于风险性较强，需要开发商不仅仅有雄厚的经济实力，还需要开发商具有开阔的眼界，超前的眼光和意识以及不凡的气魄。也就是对开发商的综合实力要求较高，这对目前绵阳市的房地产商来说是不现实的。因此就出现了目前绵阳市房地产市场高档次项目特别是住宅项目不多的局面，高档次的社区几乎处于空白。而市场上，总是有这种追求高尚品位的居住环境和居住条件的。

看准这一市场空白，并不等于成功。最重要的是要有实力将项目做出来，更要将一种高档次得生活品位体现出来，在各个方面都显得卓越而不凡。

此外，从开发商一方来看，由于开发商普遍报着买得起住房的人要买房早就买了，而买不起的人迟早还是买不起的心理。对房屋的空置态度很不在意，所以在营销上下的工夫也不够。体现在广告和营销方式上，多数开发商有一定的广告意识，在项目的宣传只是着力于项目的知名度的宣传，而对项目的美誉度和深入不够；在营销上的工夫更不够，宣传资料简单甚至将就设计图纸对付，没有立体的项目介绍体系，有的公司连象样的现场售楼处都没有，造成对项目营销环节的脱节。根本没有有意识地激活市场，从消费者角度去寻找市场商机，这是绵阳目前房地产商的致命弱点。

#### （五）、综述

总的说来，从市场概念来说，“三江花园”以高档品质的商品房进入市场是非常恰当的。其优越条件是：

- 1、 市场总体容量虽然不高，但高档住宅消费需求存在，而供方市场不足甚至一片空白。
- 2、 绵阳市民对房价的心理承受力较大，高价位带来的利润空间较大。
- 3、 国家鼓励按揭购房的政策扩大了高档次住宅消费的市场容量。
- 4、 高起点的开发和营销理念对处于初级市场阶段的绵阳房地产市场所起的轰动效应会更强烈。
- 5、 客观市场是需要有一个带动整体市场发展和引发新居家概念的项目出现的。

结论：

在这种顺应天时的条件下，“三江花园”切入市场是合乎市场需求的，它具备成功的所谓“天时”的客观条件。

#### 四、项目区位

##### （一）、“三江花园”的地理位置详细描述

三江花园详细的地理方位是位于绵阳市区东部游仙新区区委所在地沈家坝的东南地块。规划面积达 60 亩左右，建筑总用地 53 亩。

“三江花园”所处的地理位置较好，隔市中心约 3 公里，但远离了市区的喧嚣。“三江花园”北靠富乐山，中间以游仙大桥与市中心相连，南隔三江交汇的桃花洲与南山和市中心相望，山水一色，景观怡人。新兴的游仙新区规划良好，市政配套齐全，“三江花园”的西面，是气派的游仙区委、区政府所在地；气势恢弘的标志性建筑市文联大楼；整洁、美观的游仙区富乐中小学；市第三人民医院；以及沈家坝综合市场，生活十分方便。35 路公共汽车站就在其附近，在“三江花园”以东，有一个大型的现代化的公共汽车站，通往三台、盐亭，交通也十分方便。随着沈家坝的进一步建设和开发，这一带将会发展成为绵阳市最好的小区，是住家的绝佳地方。

##### （二）、三江花园的准确区位

##### （三）、三江花园的准确区位（见图）

【机会点】：

&#61548; 地处新区，城市规划良好，交通和配套比市中心更加整齐、美观、完善和便利。

&#61548; 市政府在附近规划有会展中心、汽车站及水上运动场将极大地带动周边

的发展。

&#61548; 距离市中心并不远，交通便利。

&#61548; 绵阳市少有的风水宝地。

&#61548; 独特的山水景观

&#61548; 三江汇合之处，龙回头之传说，对项目宣传启动有利。

**【问题点】：**

&#61548; 新区基础设施建设还未完全建成，在“三江花园”一带的现场脏乱不堪。

&#61548; 目前，三江花园地理位置偏远，在人们心目中还是偏僻之所，仍然不被绵阳人所认同。

&#61548; 周边小区有的是以拆迁户为主的富乐新区等小区，生活品质较低社区普遍的社会认同感优势丧失。

&#61548; 河对岸是绵阳市氮肥厂、印染厂、生化厂等重工业污染企业，直接影响三江花园的空气和视觉。

&#61548; 河堤的建成对小区威迫。由于整个河道比小区地平高，而堤坝高出小区数米，形成对小区视觉的压迫，整个小区似乎被堤坝所压，风水上的财源也被截断，小区1~2楼南面的视线更是被堤坝所阻。

&#61548; 东面的汽车站的建成对“三江花园”较高的生活品质来说，实际上是由影响的。

**【解决办法】：**

1、 现场的脏乱情况可由开发商进场后协调解决。

2、 针对地理位置的偏远，这实际上是一个意识概念，一旦社区较为成熟的发展起来之后，这种距离感会逐渐消失。在社区的经营过程中，为避免这种情况的出现，建议企业和政府联合起来，增设35路的班车，增开中巴车辆，同时将35路公共汽车站的冠名权拿下来，将35路车终点站遗址“三江花园”更近的地方。

3、 要规避其他低档次品质项目对“三江花园”带来的负面影响，只有从自身入手，将沈家坝一带包装成一个高尚生活品位的社区，带动这以区域的整体水平的提高。具体办法是通过广告手段将沈家坝一带本来已经漂亮的室外景观再做得漂亮一点。

4、 河对岸的工业厂房据说要在予以拆迁，但是目前，为了避免有碍感觉观瞻，可以在堤坝上广植树木以挡住主要视线。

5、 河堤是一个严重阻碍小区生活品质的地方，基本将小区的一~二楼看2往河边的视觉完全挡住，为了改变这种状况，建议将小区沿河堤道路周边建筑的底层前面临街部分仍然设置成沿街店铺，而将靠小区内部的西区部分，底层（或半地下层）设置成车库，东区临游泳池网球场部分，设置成开放式或半开放式的室内游泳池，与原来的室外游泳池连成一体，只是室内部分可单独设置成温水游泳池。（或者室外部分仍保留规划修改后的儿

童戏水池)。所有建筑的二层用于设置社区公建配套，如茶坊、咖啡厅、典藏阅览室、健身房、花艺中心等公共配套，在出口对外的情况下，还可对外公开营业。这将大大地提升社区生活品质。此外，在可能的情况下，还可以架设一座轻质的钢架引桥，他甚至可以是不完全伸向河堤的，只要有一个意思即可，因为按照风水的理论，河堤阻隔了小区的财源引桥的目的是将财源引进来。引桥甚至还可作成一个类似于现代雕塑的东西。此外，在解决这一课题时，还可将本案河段的河堤通过藤蔓植物全面绿化，将河堤的内面，绿化成一面生态墙。

6、对汽车站建成的影响，本小区可以通过加强管理尽可能缩小来自汽车站人员杂乱的影响，比如象绵阳火车站的良好管理一样，也能体现干净、舒爽。

## 五、项目与风水

### (一)“三江花园”地理溯源

“三江花园”位于游仙区的沈家坝。

游仙区源于游仙乡之传说。

“相传西汉涪人李意期，人或称高人，或称游仙，能扈天征。蜀汉之时隐居富乐山，呼啸山林之中。刘备伐吴，专程拜访，期测其将败亡归，绘图以示，然备执意以往，终成天下憾事。邓艾入蜀，亦往富乐拜谒，期测而先行遁去。后世慕期之高节，于其修真之所，游迹之处先后建成游仙观、如意观、迎仙桥，近处一乡，亦更名为游仙乡。

游仙之名由此得来。”

——《直隶绵州志》

沈家坝即位于富乐山下的仙游之地。

沈家坝以前是绵阳的三江（安昌江、涪江、芙蓉溪）长年冲积而成的河滩坝，土肥水美，草木茂盛，旧为沃业野农田，为风景秀美，人杰地灵之处。

“左绵山水窟，富乐在中央，地僻溪声近，亭空树影长。鸟鸣林樾暗，花落井泉香。共有烟霞趣，闲吟到夕阳”，千百年来，古人在这里观山吟水，留下了优美的诗篇。如今，随着绵阳市的现代化进程，沈家坝已经焕然一新，被市政府规划整整齐齐、干净的城市区域，成为游仙新区主要的居住、商业、文化中心。

“凭望三江碧潏洄，万倾岚光富乐来，康居何处？涪城江岸山水间……”。

## （二）“三江花园”的风水天象

风水堪舆是中国传统的村镇城市选址和规划设计理论，在传统的建筑选址、规划、设计、营造中无所不在。这门古老的学说，在长时间的发展过程中，因由各种需要，渗入了某些迷信的因素，但这丝毫掩盖不了堪舆说在古代哲理、美学、心理、地质、地理、生态、景观等诸方面的丰富内涵，蕴涵着人文与自然的相辅相成的关系。本章节将以风水堪舆的角度来探索“三江花园”的地理人文，相信对项目的开发和营销会有所裨益。

古之风水，讲究负阴抱阳，背山面水。基址后为来龙主峰，左右有次峰或岗阜的左辅右弼山，或称青龙白虎砂山，山上要植被茂盛；前有月牙形池塘或弯曲的水流；水的对面还有一个对景的案山，轴线方向最好坐北朝南，但只要是符合这套格局，其他方向也是可以的。基址正好处于这个山水环抱的中央，地势平坦且有一定的坡度，这样，就形成了一个最佳风水的基本格局。所谓：左青龙、右白虎、前朱雀、后玄武。

据考证，绵阳的城市选址和规划与传统的风水堪舆学说理论是相符合的。但是，如果强调局部特征，绵阳市的风水宝地却非沈家坝莫属：

沈家坝，北靠绵阳市的主要名胜景观富乐山，草木茂盛的富乐山的顶峰正好位于“三江花园”的背后，成为“三江花园”和沈家坝的来龙主山，即堪舆说的玄武山；书云：玄武垂头。

富乐山主峰以北为富乐堂，为一小山头，形成了主山背后的少祖山；

富乐山脉向东绵延，以左环抱之势将沈家坝揽于怀中，这一系列山脉犹如一条卧龙，蜿蜒东去，书云：青龙蜿蜒。

在“三江花园”西北部碧云寺后，电视塔的基座上，有一个小山丘又俯朝西向，书云：白虎驯俯；

在“三江花园”（沈家坝）的面前，安昌江、涪江、芙蓉溪秀美的水色在沈家坝前交汇，曲回环绕，蜿蜒东南而去。直对的南山宛如朱雀翔舞，迤俪动人。

而“三江花园”（沈家坝）所处之位，正处山水环抱之中央，乃万物精华之“气”的凝结点，是为龙穴，是最适合居住的居家福地。

事实上，风水的这一理论在本案“三江花园”的运用中可以通过地理学的理论、生态环境与居住景观理论、居住人文的哲学观、居住心理学等理论加以解释，从而使其摒弃迷信的说法，还本案基址选择恰当的原本面目。

简单地说，从地理学来讲，北靠高山可以阻隔冬日寒风侵袭，面水朝南又可迎接南来夏日凉风，更可争取良好的日照；而群山的合围则为居住心理更填了一份“场”的安全感受；

从景观来讲，山峦的起伏叠嶂，增强了风景的深度和距离，为居住带来层次丰富的景观享受；而以河流为前景，则有利于形成开阔平远的视野，隔水回望，波光水影，景色秀美怡人。在基址前面的案山，，则借前景构图中心，使视线有所收束……

此外，关于沈家坝，向有三龙回头之传说：

相传蜀汉刘关张桃园结义之时，涪城天雨大作，雷电交加，顷刻江流涌动，而向以各自为流的涪水澎湃而出，狭风雨之势汇聚安昌河、芙蓉江之汹涌来水，在富乐山脚汇结一气，盘旋往复，冲刷狭道久之而不出，恍然间雨过天晴，一羽仙鹤自富乐山悠然划过，西向而去，三龙回首目送，而狭道自开，三龙汇聚汹涌东去……“咄嗟天道信难谳，成败谁云尽属人？西顾青山还自媚，可怜还事已成尘。”一世英豪，由此迈向举世之伟业，英名永传。是以为此地是三英领悟诸葛之地，且三龙汇聚成回龙之势，坐守龙回福地以成吉祥天象，为大命运势也。

结论：

“三江花园”在后期的营销过程中，在重点塑造其品牌形象的前期，将“三江花园”的传说及风水做为引子，给项目更多谘谈的题材并以此引起公众的关注。。

## 六、 项目的建筑规划特征及其评估

### （一）“三江花园”的规划指标

#### 1、技术经济指标：

总用地面积：35288M<sup>2</sup>

总建筑面积：73288.9M<sup>2</sup>

住宅面积：63122.7M<sup>2</sup>

临街铺面：7383.2M<sup>2</sup>

小区公用、会所面积 3183M<sup>2</sup>

容积率：2.08

汽车位：84

自行车位：221

#### 2、建筑构成

4层复式砖混单体住宅

7 层多层砖混住宅

九层（砖混、框架、框剪不详）电梯公寓

临街铺面或商场

### 3、社区配套建设

临街商铺或商场、超市

中心休闲广场

小区庭园、花园

儿童戏水池

名仕会所

自行车库及露天停车位

## （二）、项目建设评估：

### 1、概述：

三江花园是一个以建筑合围形式规划设计而成的一个庭院式建筑。

整个项目建筑以雍容华贵的气度和优雅卓然的品质为其开发的理念，以建筑和环境来塑造人文。

规划上，三江花园在北面主干道东津路上设置主要出入口，而在临芙蓉溪的芙蓉路上和沈家坝东街设置了辅助出入口，以实现方向性出入的分流。在宽达 30 多米开阔的主出入口中心规划成绿化地带，首先给住户带来耳目一新的美好的视觉感受。正对主出入口的则规划成面积上千的小区中心广场，这个广场不仅仅是出入的作用，也形成了一个独立的绿化景观，为住户提供了一个开阔的公共空间和活动场所，小区南面的出入口主要是作为住户休闲或上堤坝散步以及适当进行车行分流。

在小区的东园是设置了小区自己的标准塑胶网球场一个，儿童戏水池一个以及环境优美的漫游式花园（独立庭园），是整个小区的主要环境中心，它和小区的中心广场、入口前庭广场联成一片，成为整个小区最具特点的休闲、娱乐和运动空间，也形成了整个小区唯一的纯步行空间。

小区的西园则以停车场为界由四层单体建筑将围合的整个小区大院落分割成两个独立的小型庭园：南庭园和北亭苑。虽然在地块意义上，小区的西园被分割而成两个相对独立的庭园，但是从整个小区的高空建筑意义上讲：从南面临街的 9 层电梯公寓和北面临街的 7 层住宅来看，整个西园仍然是一个整体的庭院。和东苑相接成为一个大的围合式院落。

在小区出入口正对的视觉中心，则是小区住户主要的交流活动场所——住户会所，整个建筑以一道优美的弧线将进入小区的视觉收束聚焦在富于现代派特色和欧陆建筑风格的建筑

上来，便于住户交流和沟通，也成为小区一道独特的景观。

由于是围合建筑，所以小区的安全管理也相对较为容易，通过规划对外相对封闭，对内开放的设置和物业管理的相关手段，为为住户的生活和安全提供保障。

“三江花园”是锦官城房产公司在绵阳市房地产市场上的一个大胆尝试，为绵阳市的房地产市场提供了一个具有高尚生活品质的住宅。并为起步中的绵阳市房地产市场提供了一个全新的发展思路 and 方向。相信，以此为契机，绵阳市的房地产开发将会掀起一个新的开发热潮，并沿着健康的思路发展成熟。

## 2、评估：

### 【机会点】：

- &#61548; 开发理念在绵阳属超前，市场客观存在空白，前景乐观
- &#61548; 项目规划建设在绵阳属一流，为今后的推广打下了坚实的基础
- &#61548; 项目规划建设的配套齐全，在保证今后二十年不落后
- &#61548; 项目规划和建设营造出一种良好的生活方式和居家氛围，提升了生活品质
- &#61548; 7~9层的多层住宅采用电梯公寓以及复单体建筑的形式，保证了生活品质。
- &#61548; 户型设计合乎现代生活的需求。
- &#61548; 周边住宅通过和店铺联体的形式，规避了规划中建筑间距的问题，使建筑面积增多。
- &#61548; 建筑形式多样化，分解了市场风险。
- &#61548; 建筑外观简洁明快，整体建筑让人赏心悦目。
- &#61548; 户型设计满足了绵阳市民的需要，布局合理，生活流线流向清晰单纯。

### 【问题点】：

- &#61548; 露天车位，汽车噪声污染、尾气污染严重影响小区生活品质。
- &#61548; 规划和设计都没有解决堤坝影响的因素，这将成为本项目最大的遗憾。临堤坝住宅私密性将受影响。
- &#61548; 庭院规划稍显缺乏层次感，在小区内借景的特征表现不明显。
- &#61548; 车位尚不能满足将来的发展需求，尚存在着 50~100 辆缺口。

### 【解决办法】：

- 1、 开辟临街商铺后的局部空间做临时停车。一方面解决停车时车位不足的问题，另一方面通过制度解决鸣笛、排气的问题。
- 2、 堤坝问题的解决办法如上
- 3、 对庭园的设计上尽可能地规划设计，力求做得更为精制。

结论：

总的说来，“三江花园”在项目的区位上占尽风光，拥有人类居住环境最高理想的山水景观，与自然融为一体；同时，本案地理还拥有丰厚的人文地理背景，为居住生活带来更多的愉悦和感受。除此之外，开发商在小区的环境营造上也费尽心思，照顾了各种需求，为社区生活品质的保障创造了极为有利的条件。所以，从“地利”的条件来说，“三江花园”占尽地利之优，完全具备成功的条件。