地产·女人·电影

三八节,《金楼市》与地产女老总一起跨界

这个年头没啥不跨界的:演而优则唱、唱而优则舞,洋为中用,古为今用,听说就连汽车都在玩跨界:地上跑腻了,要往水里开。这个三八节,《金楼市》也潮流一把,与地产女老总一起玩玩跨界。

去你的拐点论,房价走势,市场胶着……过节了,咱不谈那一套,咱要开心。找一部电影,一位女主角对应一位女老总,是一件很好玩的事儿。因为电影耳熟能详,说出剧中人,再听《金楼市》韶两句其中关联,你不用看完全文,就能了解这些地产女老总的七分神韵。

本专题策划 顾梅 李艳艳

永不妥协

选择地产做到底

[戏与人生]

朱丽娅·罗伯茨凭借不妥协,得到了奥斯卡。剧中人凭借不妥协,得到了3.33亿美元赔款。不妥协是一种精神。宏图地产营销总监罗荣就有这种精神。正因如此,她干过的公司,做过的行业,都能有所成就。

[罗荣档案]

喜欢懒人旅游,睡睡拍拍走走就可以了。再找个风景美丽的地方坐下来喝咖啡。

羽毛、篓瓷的花木、白色的贝壳、香浓的咖啡,布置成罗荣的办公室。然而这样的喜好实在是她坚强个性的伪装。这样一位女子,刚毕业便毅然离家独自生活4年,市场经济的大门刚打开一道小缝时,她便冲到海里游泳,曾为自己的时装品牌一天只睡几个小时,曾经一年360天出差——这一切都发生在她28岁以前。从服装业到零售业,从广告业到房地产,从业跨度看起来像南极到北极那样远。然而她一一破解谜底,将件件棘手的新工作游刃运作于掌心。超越对手,并乐此不疲。

终于,她决定一头扎进房地产行业再也不出来,因为“这个容器太大了”!有限的居住空间内,装得下音乐、美术、哲学、人生观……“与人有关的东西,这里全有了”。融会贯通到这样的极致,似乎令人难以理解。尽管她毫不吝惜自己的时间,足足畅谈了两个多小时,然而记者始终捕捉不到真人,只留住她身影去后的雪泥鸿爪。

还记得她留给托乐嘉的“千色贵族”吗?在这个年轻知识分子云集的精装修公寓项目里,她用塑造“千色”公共空间的手法,让每一族类找到了志趣相投的邻居。

还记得她带给将军路的苏果超市吗?谈判桌上唇枪舌剑,苏果顾虑重重,担心这个店要捂两年,她不慌不忙,摆事实讲道理以后爽快提议:“你不信,我参股!”转眼,将军路苏果店营业额已跃居城郊各店第一。

一位高知业主也许还记得自己在怒气不断升温之后偶遇的“售楼小姐”。当时,业主十分不满,“别人下定3万元,你们凭什么要10万元?”纠缠很久。她走过来微笑,反问:“3万元的款子,瞒着公婆、丈夫,你自己一冲动说交就交了。动用10万元呢?家里人一定会坐下来商量。同样的道理,我们从来不搞现场杀定。买房子事小,更要家庭和睦,你说对不对?”后来,这位业主成为她的好朋友。

与人沟通,说服,分享利益,是她的长项。在她的谈判生涯中,还从来没有出现过失败的案例。据说,与她谈判过后,双方总是由衷地快乐。

这就是罗荣。现任宏图地产营销总监。最终,她选择了房地产,作为自己一辈子走下去的路。

快报记者 刘欣

明日帝国

掌握市场主动权

[戏与人生]

杨紫琼是最厉害的“邦女郎”,女特工耀眼过邦德。江苏爱涛置业有限公司副总薛西维在军队系统呆过,转身走进地产界,也做得中帼不让须眉。

[薛西维档案]

工作再忙,也会定期游泳、健身,偶尔冲着身边朋友的“口头广告”买点小玩意犒劳自己。于是,她总能愉悦地活跃在地产界。

容貌与气质并存,干练背后有温和,时尚中更显端庄。这是薛西维留给初次见面者的一贯印象。

上个世纪90年代末,适逢国内房地产市场化浪潮起步,时在军队系统从医的薛西维毅然转业投身房地产。“也没有什么特别的原因,就是从小对这个行业比较感兴趣。”谈起当年的决定,她表现得很坦然。

日常生活中,她是一个随和而又严谨、感性和理性并存的女性。如她描述的那样:“不只认准某个化妆品和服装品牌,只要适合自己就是好的,不会受到广告煽动而去消费。”

而作为江苏爱涛置业主抓营销的副总,她自有自己的一套营销观,而这又源于她“换位思考”的生活哲学。“每个人都是消费者,生产商也不例外,开发商在开发项目时明白这一点很重要。”这是她时常挂在嘴边的话。

她时刻提醒自己,楼盘品质是第一位的东西,是企业品牌树立和口碑建立的基础,开发商不能把自己排除在购房者之外。“有时不妨扪心自问:以同样的市场价格,我会不会买自己盖的房子?如果答案是肯定的,那么你的产品销售就不会有太大的问题。”有一点是她坚信的,做消费者需求的产品,引入先进的理念和科技,就能掌握市场主动权。

快报记者 刘果

霹雳娇娃

开着悍马玩地产

[戏与人生]

厉害的女人刀枪棍棒什么都会,查理的天使就会乘风破浪,上天入地。嘉泰隆地产副总王嘉扬能带着凶悍的藏獒开着黑色的悍马在山石间穿越。很好,很神似。

[王嘉扬档案]

做想做的事情是流浪,豪爽是她的性格。站在她身边的人,无一不承认她身上独有一种吸引人的力量。这种力量,是野性而温情的。

不喜欢LV,不碰Chanel,王嘉扬更愿意开着自己的悍马,和死党在西部戈壁、南部森林里游荡。回到城市时,就叫上一帮朋友斗茶。在这些之外,她喜欢把地产玩出味道,所以有了2006年赢得楼市“北内阁、南木马”之名的小户型公馆“内阁”,有了2007年令楼市一震的房模秀。

王嘉扬有一辆纯黑色的漂亮悍马,偶尔停在万江共和新城售楼处的门前广场上,总是引来议论不已。而鲜为人知的是,在售楼处背后的院子里,还常年生活着王嘉扬的两个伙伴:一只凶悍的藏獒与一只柔顺非常的德国黑贝。

令人浮想的是,黑色的悍马在山石间穿越,车后跟着名贵的爱犬。开车的,究竟是怎样一位女子?

王嘉扬身材高挑,一肩及膝的长发不变。常伴身边的,还有一只白色象牙烟嘴。在王嘉扬南京的办公室里,长年积存着龙井、碧螺春等数十种茶并数十套茶具在列。动时越野,闲来品茶,是王嘉扬生活中很重要的一部分。

另外重要的一部分就是地产。用其兄长的话说,是王嘉扬玩地产玩得太痴迷。

两年前的秋天,万江共和新城小户型公馆“内阁”横空出世,一炮走红。开盘前两天就有购房人连夜排队。在这背后是王嘉扬和自己的设计策划团队,日以继夜揣摩“内阁”户型不下百稿。彼年年末,“内阁”与城中小户型代表木马公寓被誉为“北内阁,南木马”。

次年,“内阁”推出升级版,在户型升级的同时,王嘉扬再度剑走偏锋,请来房模助阵。一场民国旗袍秀和人体彩绘展,把内阁气质演绎得淋漓尽致。

不久前,另一位地产商在看到万江“内阁”感叹:这位女老总的确给江北楼市带来了不一样的东西。而2008年的王嘉扬,却在构思地产新玩法。

快报记者 杨连双

■活动追踪

艺术与实效 哪个更重要?

形式与内容哪个更重要?艺术性与实效性哪个更重要?如何在有限的篇幅中把故事说好?在“2007南京房地产广告奥斯卡”复评会上,本届广告奥斯卡的评委——南京财经大学营销与物流管理学院院长乔均教授,针对这些困扰给出了自己的观点。

“评委往往会拿作品的艺术性说事,而广告主则更看重广告的实效。”对于房地产广告而言,艺术性与实效性孰轻孰重?乔均认为广告作品如果能够做到两者统一,则能称得上优秀作品。而退而求其次的话,则实效性更为重要。其次,房地产广告要做到主题与风格的统一,尤其是系列作品要有贯穿的主线。虽然每期诉求的重点不同,但针对同一个项目,单幅作品与单幅作品之间,应该形成一个有机的整体。第三,视觉效果与文化元素的统一性也尤为重要,一幅好的广告作品由细节构成,这些细节也更考验房地产广告的专业性。

对于参赛作品所体现的总体特征,乔教授认为,现在的广告诉求已经告别了单纯就房子谈房子的时代,小区内外部环境开始成为诉求重点。在主流趋势的引导下,小环境、绿化环境、空间环境、交通环境等方方面面,都在时下的广告作品中得以凸显。

友情提醒:近日,《金楼市》将以专题策划的形式对获奖作品进行详细报道。

快报记者 许延正

现代快报双休免费看房直通车线路

详情请查询www.e-nj-house.com预约热线:85180159

(免费乘车、风雨无阻、江北提供免费午餐)13611510768

周六、周日上午江北8:50发车

恒辉翡翠城→万江共和新城→明发滨江新城→钱塘望景花园→威尼斯水城→江岸水城→旭日上城→天华绿谷→泰山·天然居→金泉·泰来苑→华侨绿洲→南京国际化工商贸城(商铺投资)→华侨城→天润城→华欧国际友好城

周六、周日江宁上午8:50发车

江宁:蓝岸尚城→丹佛小镇→百家湖国际花园城·国际城→武夷绿洲→文化名园→海南金色港湾

推荐团购楼盘:天华绿谷,团购热线:84710486

江北发车点:(1)华侨路威亨酒店门口(上午8:50发车)(2)草场门车站9:00发车(56、66路站省机关加油站旁)(3)双门楼宾馆对面站9:10发车(21路、66路、56路、132路)(4)江苏展览馆(上午8:35发车)

江宁发车点:(1)江苏展览馆(上午8:30分)(2)华侨路威亨酒店门口(上午8:50发车)(3)新街口户部街(羊皮巷菜场对面)2、26、30路站(发车时间上午9:00)(4)龙蟠中路金润发超市对面(达美广场发车时间上午9:05)

雅居乐花园 豪宅样板区即将公开

南京雅居乐花园豪宅样板区将于4月上旬盛大公开,届时将有20套精工样板房、3500平方米大型水景湖、14000平方米原生态绿化广场等以首映式的方式全线公开,拥有16年豪宅开发经验的雅居乐地产将刷新南京豪宅概念,给南京高端人群带来一场与众不同的视觉盛宴。南京雅居乐花园将于近期公开发售,位于龙蟠南路33号的销售中心仅一个周末,就接待了300多组客户。据悉,雅居乐花园首批发售的房源以1、2、6、7栋为主,户型产品非常丰富,包括192平方米的豪华四房、145-160平方米的荣耀三房、97平方米的舒适两房,产品定位高端,汇聚国际顶尖设计团队,于细节之处显现精工奢华。