

凌翔：地段为王，宏图上水庭院逆市热销

2014年至今，房地产市场再次迎来波澜，楼盘推新去化速度缓慢，各个区域纷纷上演促销抢客大战，置业者观望情绪日益浓厚。然而好产品永远是打开购房者置业大门的金钥匙！南京住宅市场整体低迷，却并未干扰到宏图上水庭院“民国别墅”的火爆销售。据南京市网上房地产显示，宏图上水庭院2014年上半年加推的叠加别墅已全部售罄，再次加推的两栋千万级联排别墅也已销售过半。对于产品的热销，宏图地产副总裁凌翔心中自有乾坤。

现代快报记者 戚海芳

纯现房销售 一半业主已入住

宏图上水庭院，位于城南软件大道地铁站旁。作为南京主城难得一见的“城心别墅”，项目注重中国人的“院落情结”与民国文化城市风情，多重院落以三进四院式为主，私密性强，还能做到父母妻儿三代同堂，这样的贴心设计颇受高端置业者的推崇，也造就了别墅的热销传奇。

宏图地产副总裁凌翔透露：“项目的叠墅目前基本售罄，联排只剩下最后18套房源。”宏图上水庭院每栋别墅总价都在千万级别，为何能逆市热销？凌翔给出了这样的答案：“越是在市场变动期，真正顶级的物业越能显露价值。别墅作为不动产可长期持有、稳定增值，它的最大价值不仅在于产品本身，更在于包括品牌和服务在内的附加值。”

此外，现房销售也让宏图上水庭院在别墅市场中“独树一帜”。与期房建筑质量难保证、交付时间存疑相比，现房实实在在于在呈现在置业者眼前，即买即住，小区的成熟度远非期房可比。目前，上水庭院的别墅入住率高，据凌翔透露，“整个上水庭院已经有一半业主入住了”。

稀缺的黄金地段 造“不降价”宣言

“地段，地段，还是地段”，亚洲投资界超人李嘉诚先生的名言，一语道出了不动产能够增值的价值所在，而宏图上水庭院的热销则成为了这句名言的有力佐证。

“作为主城别墅，地段的稀缺性是高价值的支撑点。”凌翔表示，宏图上水庭院位于软件大道与花神大道交会处，与地铁1号线南延线软件大道站无缝对接，离南京南站只要5分钟，到新街口商圈仅5公里，沿软件大道往西15分钟车程直通奥体CBD，“居住在出行便捷的城市别墅，能节约很多时间。”

此外，在“南京向南”的趋势引领下，众多大牌房企先后入驻，再加上雨花外国语小学的学区、南外分校即将在周边办学等优势“锦上添花”，让该区域的价值再次加码，宏图上水庭院这一南京少有的“城心别墅”正以无可比拟的升值潜力成为高端市场的新宠。

正是基于这些优势，凌翔满怀信心地表示：“就目前的市场形势来看，上水庭院项目不会降价。”

以业主为本 打造贴心服务体系

高端住宅的客户更重视居住的体验，客户服务已是当前房地产行业决定购买与消费的重要因素，而拥有以客户需求为导向的产品策略和服务意识正在成为宏图地产制胜市场的有力砝码。

据凌翔介绍，作为主城中少有的“民国别墅”，宏图上水庭院不仅花大力气打造了民国园林社区，保留传统建筑精华，并植入了中央除尘系统、净水系统与地源热泵等先进的科技与设备，以增强客户的舒适居住体验。

“客户服务是营销创新、服务增值的关键，各品牌房企已逐渐达成共识，万科、富力等房企也都推出了类似的客户平台。”凌翔表示。为了提升客户服务，不但内部成立了客服维修部，为即将到来的交付全程护航，还引进了先进的运营经验，聘请了专门的客服顾问，对客户服务过程进行全面梳理。

“接下来，我们会根据市场需求，针对新老业主启动一系列的活动，把感恩与回馈融入到我们的客户服务中。”谈到下一步的动作，凌翔如是告诉记者。



凌翔 宏图地产副总裁兼南京公司总经理

置业汇

雅居乐长三角扩大版图 十大新品即将集中入市

2014战略及新品发布会6月20日将于上海举行

在房企重兵布局的长三角经济圈，又有一家大型房企决意在此扎根。记者了解到，已在长三角发展八年的雅居乐地产，今年将以“雷霆之势”推出10个全新项目，新品总量领集团各区域之先。据悉，这些信息将在6月20日举办的“驰骋长三角”雅居乐地产2014战略及新品发布会上首次发布。

而作为中国房地产行业的先行者，雅居乐也是全国最早取得外销牌照的开发商之一，并于2005年在香港联合交易所主板成功上市。 费婕

以沪宁为核心打造品质物业

雅居乐对长三角的布局，是其2005年上市之时提出全国战略中迈出的第一步。当年，雅居乐便选定长三角两个核心城市——上海、南京，重金落地两城核心区。雅居乐长三角首秀令人眼前一亮。

在南京，从2008年首度开盘起，南京雅居乐花园连续三年问鼎当地销售冠军，以过江龙姿态夺得“三门红”，一举奠定雅居乐在金陵的品牌影响力。去年推

出的雅居乐·长乐渡、雅居乐·滨江国际两大高端产品，令市场充分感受到雅居乐“品质物业”的含金量。

而在上海，雅居乐结合国际化都市的特点，把握核心区域酒店物业的海量需求，联手国际酒店高端品牌——万豪酒店，成功打造雅居乐在上海的“第一名片”。酒店开业一年，已成为上海入住率最高的酒店之一。

先本土化，再规模化

前瞻性的部署为雅居乐争取了先机，而深耕发展上，雅居乐遵循“先本土化，再规模化”的发展良策，先了解市场、熟悉市场，再扩大市场。

在长三角发展的8年间，逐步了解当地市场，本土化发展深入铺开，适时进入杭州、宁波、扬州、无锡、昆山、镇江、南通

等地，选择可发挥雅居乐优势的项目进行发展。据了解，目前在售及待售的房地产项目达15个，产品类型包括资产型高端物业、城市综合体、刚需社区等。目前，已开售的6个项目分布在南京、常州，下半年将有位于上海、昆山等地的多个新项目推出市场。

2014年五盘联动耀金陵

雅居乐自2006年进入南京以来，短短8年时间已深得人心，销售屡创佳绩，并且赢得了“豪宅教父”的口碑，先后共开发6个项目，业主数量达到10000户。雅居乐花园、雅居乐·藏龙御景、雅居乐·滨江国际、雅居乐·长乐渡皆成为南京豪宅的典范；

都市圈楼盘高淳雅居乐花园、雅居乐·林语城也成为当地品质人居的标杆。

今年，雅居乐南京五大项目全城联动，产品涵盖豪宅、刚需、改善型、别墅和商铺，产品的供应量和丰富程度，创雅居乐南京市场之最。

中国绿公司圆桌会走进朗诗

6月13日，中国绿公司联盟圆桌会来到朗诗集团总部。朗诗集团董事长田明、中国企业家俱乐部秘书长程虹、中国企业家俱乐部的联盟成员单位近50人出席此次圆桌会。

本次“绿公司圆桌会——朗诗站”作为中国绿公司联盟重要的季度活动之一，由中国企业家俱乐部、中国绿公司联盟和朗诗集团联合主办，并围绕“绿色战略应对转型之痛”这一主题展开。本次绿公司圆桌会也是首次走进朗诗，作为一家以“绿”为生命线的非主流地产公司，朗诗在实践中持续引领绿色建筑行业，并在应对房地产转型之痛时坚守“绿色之路”战略，对各行各业均颇有借鉴意义。

董事长田明分享了朗诗十二年的绿色实践与创新，同时邀请了著名学者许小年教授及领教工坊创始人肖兴教授对当前经济形势、组织领导力等内容进行深度交流。朗诗集团从2004年开始便确立了绿色科技地产的

发展方向。此后，朗诗坚守绿色之路，陆续开发了40多个绿色住宅产品，同时深入挖掘“绿色”市场价值，截至2013年底，集团总资产达人民币238亿元，成长为中国绿色地产界的领跑者。

为支撑绿色科技住宅业务，朗诗集团在绿色建筑方面投入了大量的资源。在上海设立了朗诗建筑科技公司和朗诗规划设计院，在德国设立了欧洲技术公司，在长兴建立了朗诗绿色建筑研发基地——华东国家绿建基地重要组成部分。中国首个经德国被动房研究所认证的被动式建筑——“布鲁克”楼已在长兴研发基地建成，活动现场，董事长田明还盛情邀请各位嘉宾前往参观。在谈及当前房地产形势时，董事长田明判断，中国楼市将维持高位盘整，但整体呈现下行趋势，房地产将进入“白银十年”。未来朗诗将通过业务纵向多元化和轻资产运营模式，降低经营风险，以应对楼市下行周期给企业带来的影响。（费婕）

独栋办公开启企业总部时代

一个企业的总部，是这个企业的大脑所在，集决策、管理、资源配置及企业文化培养等重要功能于一体。随着企业办公需求的多样化，南京办公市场创新已亟不可待。在此情形下，江苏总部基地推出的2000-7500㎡企业独栋空间，不仅满足企业整栋入驻，独立冠名，独立产权的需求，更凭借着四大标准，划分出属于企业总部办公的新时代。

江苏总部基地择址于南京江北核心区，毗邻长江，尽揽80平方公里的老山国家5A级森林公园、1400多公顷的珍珠泉国家4A级风景度假旅游区，实现现代商务与自然生态的完美融合，把办公放进公园里。在实现绿色办公的同时，特别为入驻企业预留独立LOGO展示位，整栋入驻，独立冠名，独立产权。2300-7500㎡超阔空间，为

每个企业配置独立专属电梯，一户一梯的电梯分配，提高了电梯的运行效率，高效节约时间成本，并打造出高度私密的办公空间；稀缺性的特质也给江苏总部基地提供了价值空间，在目前的商业地产市场，集约写字楼已经进入了竞争白热化的阶段，而独栋办公物业却寥寥，江苏总部基地携独栋办公产品形态，对外辐射苏北、长三角技术产业的经济发展圈，对内快速对接主城尤其是河西板块的产业圈，形成不可估量的发展价值和成长空间；为了方便企业入驻，特意引入政府专项企业扶持基金，给予各类型企业相应启动资金及补助。同时，为企业搭建四大公共平台——“产学研”助推平台、金融创新服务平台、技术应用推广平台和产业资源整合平台，助力企业成长。（胡海强）