

日前,在全经联宁波地产创新俱乐部会长缪百年的带领下,宁波地产界一众大咖走进华侨城万科欢乐海岸项目。该项目总建筑面积约70万平方米,无疑是万科与华侨城强强联合的扛鼎之作。参观体验感十足的实景示范区、设计精巧的样板房之余,品鉴团一行也感受到了品牌实力房企的集成功力。

记者 鲍玲玲 摄影 张峰

论道海岸上的宁波精睿生活

——全经联营销专委会走进华侨城万科欢乐海岸翡翠滨江

强强联合

宁波欢乐海岸项目充满期待

新浪乐居主编、主持人 徐小小



宁波欢乐海岸,是非常具有典型意义的代表作,也是宁波万科和宁波华侨城联手合作的产品。万科自2006年首入宁波以来,十年间累计开发了万科城、金色水岸、云鹭湾、江东府、江湾府、海悦府、大都会、东望、公望、明州甲第等24个项目,至今累计服务超过18000户业主,并用实际行动将“好房子、好服务、好社区”的“三好”价值理念传递给每一位客户。

而华侨城作为亚洲最大的文旅地产开发商之一,拥有31年的长足开发经验,但凡华侨城开发的项目,毋庸置疑会成为这座城市的骄傲和地标,其中,最为经典的就是深圳欢乐海岸项目。相信通过这两个品牌开发商的合作,将让宁波欢乐海岸项目充满期待。

宁波万科

致力复合型城市配套服务商

万科宁波公司营销总监 张强



感谢全经联邀请宁波同行及业内大咖来参观欢乐海岸翡翠滨江的项目,也借此机会跟大家分享一下宁波万科在未来一段时间的发展思路和想法。

除了销售金额之外,在2017年宁波万科将更加关注新业务的推进,例如教育,在2016年顺利实现了九龙湖的帆船基地,帮助很多适龄孩子参与培训和教育;今年会与宁波日报报业集团一起合建“c-park芝士公园”,形成一个以素质教育为核心的教育基地。其次,万科开始大力在商业地产进行一些转型,包括自营商业以及收购的商业管理集团,希望在宁波的商业管理方面能有长足的进步。

万科基于十多年的全装修、精装修经验,着力推出了自己的定制装修品牌“美好家”,将在统一配置的全装修基础上,根据客户的个性化需求,提供房屋格局、风格设计等方面的探索和服务。所有新业务的拓展都尽量与服务住宅客户产生关联,例如他们未来对养老也有着强烈的需求,希望宁波万科能从一家主营房地产业务的开发商转变为复合型城市配套服务商。

引领行业长久发展

万科业绩有目共睹

全经联宁波地产创新俱乐部会长 缪百年



万科无疑是令人尊敬的企业,他们不仅仅只做卖房子这么简单的事,也在探索文化、服务等更为长久的事业。宁波万科作为全经联俱乐部的核心会员,常常几个项目同时运作,加班加点的工作态度同样令人敬佩。此外,万科始终在引领着中国房地产业的发展,就宁波万科近期打造的几个示范区,其项目无论是设计、销售、建设、服务都走在行业前端,

也祝贺欢乐海岸项目取得这么好的业绩。

全经联宁波俱乐部营销专委会自2016年5月成立以来,每个月都有活动,得到了开发商和业界的认可,也在业内取得了良好的声誉,我们将在1月13日举行俱乐部年会,诚意地邀请各位参与。

滨江半岛生活

万科高端产品翡翠系首入宁波

宁波万科地产营销部负责人 汪名彦



翡翠滨江的项目价值是非常显性化的,就像一块翡翠镶嵌在奉化江曼妙的线条上。作为万科高端产品系翡翠系首个落户宁波的项目,有五大项目价值点:第一,来自华侨城和万科品牌的强强联合;第二,两公里江岸线的地段定义;第三,拥有华侨城立体综合商业配套的旗舰产品;第四,配套滨江半岛公园;第五,整个项目纯高端,改善的产品定位。一句话概括翡翠滨江,它是集公园、地铁、综合体、江景于一体的高端综合体大盘。

在产品上,采用了低密高层的围合式布局,将景观资源最大化利用,同时也确保了项目的均好性。翡翠滨江的示范区是宁波万科十年来打造规模最大的示范区,我们希望呈现的就是滨江半岛公园带来的生活体验。同时,它也是最小的示范区,仅为未来二十万平方米生活的十分之一。万科打造示范区有两大原则,一是充分尊敬每块土地的个性,第二是以交付为导向,真正对业主的居住体验有所帮助,也欢迎大家批评指正。

探讨“万科现象”

延伸服务提升软性竞争力

都市报系地产新闻部主任 叶巍俊



非常感谢各位来参加本次“论道海岸上的宁波精睿生活——欢乐海岸翡翠系全经联地产论坛”活动,通过参观欢乐海岸的项目沙盘和样板房,相信大家已经有了初步的印象和了解。2016年国庆前后全国重点城市面临调控,受其外围影响,宁波楼市处境微妙,而城市主要片区,例如欢乐海岸项目所在板块承上启下,融合鄞州公园板块与长丰板块于一体,对于华侨城万科欢乐海岸翡翠滨江项目的建设和发展,大家不妨畅所欲言。

另外,关于“万科现象”也值得我们分析、学习和探讨,他们以开放的心态对待客户,交付后更加注重附加值的投入,而这些投入恰恰成为其应对市场波动、维系客户关系的基石。相信未来后续服务的软性竞争将成为行业主流。

市场发展提速

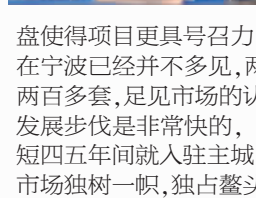
万科品牌号召力强大

雅戈尔置业副总经理 金正飞

2016年的房地产调控并没有“一刀切”,而是强调“因材施教”保持市场的平稳。个人认为,2016年的地价涨幅可能会转入到2017年的房价



上去,主城区的主要楼盘售价都会在两万元以上。随着市场发展的不断提速,原先大量的乡镇人口、山区人口可能会向城市集中而成为新的需求客源。



重创新重体验

企业的专注和专业令人敬佩

地产资深人士 雍进华



万科的迅速发展源于专业和专注。无论是“美好家”还是“三好”概念的提出都有着坚实的支撑。同时,非常强调创新和变革,两百多人的公司团队,管理着宁波二十多个项目,当然,有些是合作项目,在这种管控机制下,能够高效运作的前提必然是整个团队的专业和用心。众多开发商愿意跟万科合作,也是看中了万科在宁波市场上的品牌影响力和市场占有率。

万科目前正在探索商业、教育甚至是文创领域,力求给客户更好、更多、更全面的服务。他们非常注重客户体验,首先是“购房体验”,认真打造示范区和样板房,触动购房者的下单意愿并推动销售额的提升;其次是“居住体验”,提出好房子、好服务、好社区的“三好”理念;第三是“资源和后期服务体验”,这些优化和提升都代表着房地产业的发展方向。

万科品牌理念与时俱进

销售前景向好

联合地产营销总监 王毅东



在我心中,万科是房地产业的标杆,它的品牌优势在于思想理念的与时俱进,充分利用资源拓展真正服务于人。在营销最头疼的售后服务方面,更是建立了一支专业、专注、复合型且具执行力的团队。参观欢乐海岸翡翠滨江项目后同样非常震撼,无论从产品定位、套型设计、装修拓展、配套建设都很有竞争力,销售前景向好。

2016年,针对重点城市房地产市场的调控是及时有效的,而宁波楼市整体得以健康平稳基于以下几点:首先,区别于其他二线热点城市,宁波的土地供应充足合理;其次,房价水平纵向、横向比较来看,涨幅仍在可接受范围。第三,宁波购房者以自住为主,短期投机、跟风炒作的情况较少。对于2017年楼市的预判,可能高端楼盘较多,竞争也较为激烈,像欢乐海岸这样有品牌效应、资源丰富且配套完善的楼盘会很有竞争力。