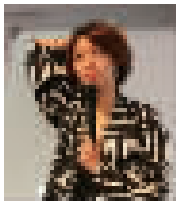


# 天第论道 时代共鸣

## 全经联宁波地产俱乐部营销大咖走进天阳·月湖天第

上周四，一场以“天第论道·时代共鸣”为主题的地产价值峰会在天阳月湖天第的售楼大厅隆重举行，全经联宁波地产创新俱乐部营销专委会大咖一行走进天阳地产宁波的首个项目——月湖天第，共同品鉴其深研户型、突破创新的产品品质造力，感受产品聚焦与服务本身，以“匠人之心”为更多城市打造高端品质人居和美好生活。

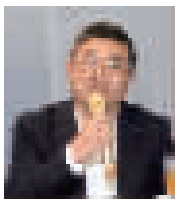
### 户型专家名远扬 主持人 初函霖



走进天阳月湖天第，让人眼前一亮。作为一家来自杭州的品牌开发商，天阳地产在杭州房地产市场上兼具有良好口碑和影响力，一直以来，凭借“户型专家”的名号享誉杭城，高品质精装修更是在各个区域的房产开发中占据了领先地位。

### 打造高端天第系产品

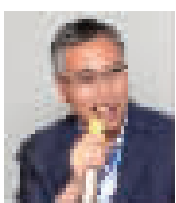
天阳地产宁波区域城市总 周斌



月湖天第是天阳地产首入宁波第一个呈现在市民眼前的高端项目。去年，天阳地产首入宁波就拿下了市中心的月湖天第和永丰天第两个项目。这两个楼盘都位于老城核心，虽然体量均不大，但被天阳地产寄予厚望，打造成两个精品项目，这是我们天阳地产所有产品体系中最高端的天第系产品。今天在座的都是宁波房产界的业内大咖和全经联营销专委会的专家们，希望大家对产品多提出宝贵意见。

### 天阳引领人居品质

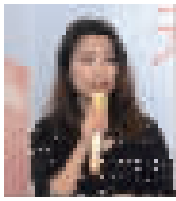
全经联宁波地产创新俱乐部会长 缪百年



天阳地产作为杭城领先品牌，首次进入宁波，月湖天第无疑是一炮打响，无论是第一次来到售楼处的空间感体验，还是实体样板房的精致、考究的工艺，效率之快、品质之高，令人震撼。我一直相信，品质才是核心竞争力所在。未来，天阳地产一定能以楷模企业的姿态，引领宁波地产的人居品质。

### 高端精装敬献都市新贵

天阳地产宁波公司营销负责人 周恒



月湖天第是天阳进入宁波的首个高端精装著品，设计上采用了世界流行的高技派建筑风格，外立面采用铝板干挂和大面玻璃相结合，打造出了极简立面，彰显了建筑的品质感和未来感。项目由6幢11-14层的小高层组成，采用了围合式布局，大面积的景观庭院位于中心，无边界泳池和流动梦幻水帘相互交织。户型为120㎡和145㎡，其中145㎡四开间朝南，约10米的超大阳台尺度在宁波市场独一无二，体现了“户型专家”的实力，在精装修细节上更是融入了人

性化生活理念，给业主带来了体贴、温馨的生活方式。

### 天阳产品创新多多

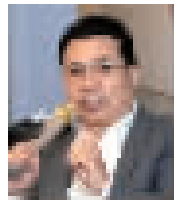
容创执行董事兼全经联宁波地产创新俱乐部副会长、营销专委会副主任 王贤丰



天阳地产在产品打造上有着诸多创新，无论是交通配套，还是商业、教育和医疗等生活配套都是其他新城在短期内无法匹敌的，因此，不妨在客群的圈层营销、渠道拓展以及企划推广上做一些挖掘。面对如今楼市的现状，政府调控政策的执行力度，天阳如何通过首个精品项目打破市场的坚冰，把天阳的优质口碑落在宁波，希望各位业内大咖提出一些中肯意见，相互借鉴。

### “户型专家”内功深厚

百隆房产总经理 谢耀生



参观了月湖天第售楼处和样板房，惊叹于天阳的高品质建筑水准和考究的细致工艺。卫生间采用了电地暖，房间和客厅采用了水地暖，将两个系统独立开来；厨房的插座均有开关控制，充分的考虑到了日常生活的便利性，这些都充分体现了天阳的匠心精神。月湖天第是在宁波中心城区第一个采用铝板干挂的住宅项目，无论是从安全性和美观的持久性来说，都彰显了建筑的高端品质。

### 销售宜稳步推进

雅戈尔置业副总经理 金正飞



据我观察总结，一般情况下，每一次市场调整的前半年“遇冷”，半年后一批结婚、拆迁的刚性需求就会显现，因此，我们对市场表现无需过度悲观。从长远来看真正亏本的项目并不多，整体是可以实现平衡的。遇到市场行情不好的时候，不要急于销售。因为月湖天第本身地段优越，而产品品质又非常出众。一些房价虚高的项目可能会受市场影响较大，但长期来看，如此市中心的精品好盘，将穿越周期，很快就能售罄。

### 踩准节奏看势借势

鹏源物产总经理 唐震宇



从操盘和营销角度给该项目提几点建议。首先，一家新公司到一个新城市发展绝对是零开始，营销难做，得看势、借势、顺势；其次，操盘上一定要踏准节奏，以什么样的价格开盘，如何让项目从片区其他楼盘中脱颖而出，整体营销策略是非常有讲究的。第三，可以在老海曙的文化底蕴上做些文章，以降低营销成本。第四，样板房不妨再增加一些有记忆冲击力的装饰品种等等，更有利于营销和推广。

### 天阳在做擅长的事情

景瑞宁波区域公司副总 王震



市区核心板块抗跌。从天阳在杭州的发展轨迹来看，天阳擅长在区域中心打造高品质精致楼盘，相信月湖天第的成功会给后续项目带来更大的品牌号召力。在营销上提一个建议，如何让客户和潜在受众更深入的了解天阳对产品打造的匠心精神？这需要专业语言、施工难度转化成客户语言传递出去，把两公里范围内的客群服务好，相信老带新客户将是购买主力军。

### 市场调整天阳树标签

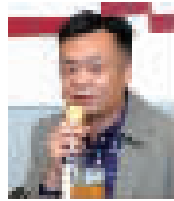
美的地产营销经理 郝然



参观完项目，最大的感受是天阳在地下室空间的打造上为我们提供了学习的范本。城市更新换代是先向外拓，再向内部二次更新的渐进过程，需要开发商对产品的研究更细致的了解。宁波有着大量地缘情结的客户，如何在老城交通网络密集的地方设计出更合理的产品，这值得我们深思。

### 月湖天第可赢口碑

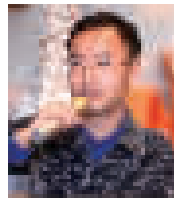
地产新观察出品人 薛鹏程



参观月湖天第的实体样板房令人震撼，配套用料都非常实在。新风除霾系统、户式中央空调、全屋地暖、铝板干挂立面等，在细节的考究处理上更体现出现代的人居生活理念。作为天阳进入宁波的首个项目能否塑造一个良好的口碑尤为重要，月湖天第具备精品楼盘的实力。未来的市场会发生一些分化，真正好的房子会越来越贵，粗制滥造、高周转、低成本，只考虑利润的开发商很快将被淘汰。

### 月湖天第小巧精致豪宅

腾青设计总经理、土地专委会执行主任 丁志刚



对于天阳而言，目前的入市时间会有暂时的压力，但等待不失为一个好策略。尤其是月湖天第从产品设计到外立面、户型都别具豪宅的特色。可以多与全经联这类资源丰富的机构合作，进行一些软性的推广，利用高级技巧低开高走为楼盘销售打基础。

### 天阳更注重居住舒适度

腾讯房产宁波总经理 袁康



目前，宁波市场的外来房企分为注重营销的粤系、把握政策节奏的央企以及更看重居住舒适度的杭派开发商。参观样板房后会发现，月湖天第有不少符合宁波人生活居住习惯的设计，例如145㎡户型就设置了收纳储藏间等。

### 业主是楼盘最好的宣传员

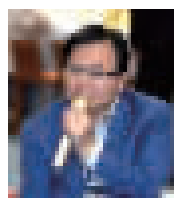
宁波广电集团房产部负责人 华惠娟



虽然现在楼市进入冷静期，但我身边想要买房的朋友还是很多，市场需求一直都在，其中，很多改善型购房者看重面积，天阳可以将意向客户召集起来，听听他们的心声，与开发商沟通互动后，准业主将是楼盘最好的宣传员，而媒体则主要做好报道服务工作，助力行业火车头的发展和深耕。

### 月湖天第务实且精致

都市报系品牌运营部主任 叶巍俊



月湖天第把宁波人的实惠与杭州人的精致完美结合在了一起，不仅户型方正、南北通透、得房率高，更融入了人性化设计。营销方面需注意三点，首先月湖天第的案名体现了地段稀缺性和深厚的历史文化底蕴，需要深入挖掘并推广；其次，老城交通受限，可以在“双地铁”上做文章，出门无需开车便能通达全城为亮点；第三，铝板干挂的时尚感宁波人未必都了解，在宣传上宜讲透其优势和价值。

(所示面积均为建筑面积)