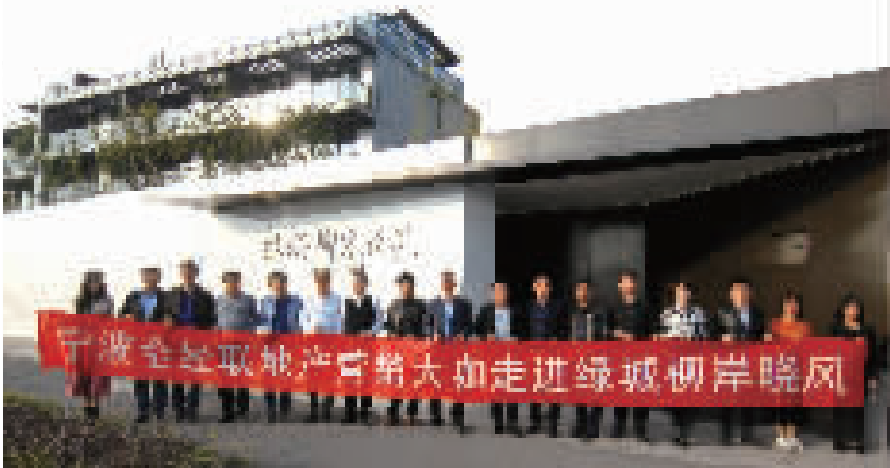


悦见晓风现象

全经联宁波地产俱乐部营销专委大咖走进绿城柳岸晓风



**地处明湖生态板块
生活方式如沐春风**
主持人 函霖



绿城•柳岸晓风位于东部新城中央居住区明湖生态版块,给人一种出则繁华,进则静谧的美好体验。
自今年3月份案名发布以来,时常可见其蕴含令人心动的内涵和创意的项目广告,这或许就是一个项目所传递和赋予人们的生活方式,给人一种如沐春风的向往。

**绿城代言楼盘品质
柳岸晓风敬献甬城**
全经联宁波地产俱乐部部长
..... 缪百年



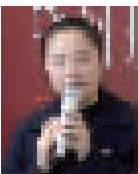
参观柳岸晓风后对我触动很大,自2005年入甬以来,绿城不断把更高更好的品质带到宁波购房者的面前。项目地段虽还在发展阶段,但产品实实在在是绿城品质,足以代表浙江开发商的实力。2019年1月10日,全经联宁波地产创新俱乐部将举行年会,欢迎包括在座在内的地产界有关人士参与。

**绿城品质全国闻名
重仓宁波寻求发展**
绿城宁波柳岸晓风项目营销总 ... 王磊



放眼全国,房产品质还看浙江。绿城经谨慎考量之后决定重仓宁波,把这里作为浙江的第二大本营,寻求更长足的发展。
非常荣幸邀请到全经联宁波地产营销专委会的大咖们齐聚柳岸晓风,深入了解绿城的品质和项目特色,欢迎各位专家畅谈分析区域、配套、营销等看法,希望在后续所有的绿城项目推进过程中能够得到各位大咖的指导和支持。

**绿城封面墅区作品
宁波市面高端稀缺**
项目销售代表 刘琼



作为绿城封面的墅区作品,柳岸晓风位于东部新城二期明湖生态板块,属宁波都会绿洲核心,打造的是世界滨水院落 Trees Villa,生态、水系、绿化非常宜居,教育、医疗、生活配套便捷齐全。
项目共有17幢房子南低北高,错落有致,邀请到“蒋愈、叶翀岭、唐忠汉三大设计天团”参与定制,城市稀缺四层叠

墅及绿城TOP系精装高层两大类产品,高层建面165㎡和建面140㎡均南向四开间,拥有超大尺度的景观阳台,并与物业结合打造晓风芸圈层服务,类似产品在东部新城乃至整个宁波市场都非常稀缺。

**柳岸晓风重塑印象
绿城获高端群体追捧**
全经联宁波地产俱乐部营销专委秘书长
..... 陈敏梁



各位对绿城都很熟悉,早期三段式的法式建筑体现其品质,包括热销全国的桃李春风在内的中式风格体现其工匠精神,柳岸晓风则代表了绿城新一代作品,重塑了人们对绿城的印象。

目前,市场经历调整期,有些售楼处“雾霾重重”,而柳岸晓风则是“艳阳高照”。项目叠区毛坯卖出近六万均价,仍然被客户青睐,也重塑了“宁波价格天花板”的印象,可见高端群体对产品的认同。

**绿城为行业树标杆
柳岸晓风后劲十足**
百隆房产总经理 谢耀生



绿城专注高品质且企业心胸宽广,不惧同行拍照、抄袭。柳岸晓风作为绿城最新一代产品,非常符合当代中产阶级的需求,且地处圈外不受限购政策影响,项目销售应该不会成问题。

“小市民思维”中或许明湖生态板块相对偏远,但东部新城已是宁波政治、金融、文化的中心,无论是购房者的心理准备还是房价体系都已初显,项目营销上可以东部新城CBD为概念,提醒客户抓住今后城市发展的规划机会,加之户型、物业的实力,这个产品后劲十足。

**绿城24年品牌积淀
产品细节更见功力**
都市报系品牌部主任 叶巍俊



24年的开发建设积淀,塑造了绿城在中国中高端住宅领域的丰碑形象。柳岸晓风名字诗意,坐落在东部新城又一绝版居住中心,夏可赏荷叶,秋可看红枫……

项目厚重的品质感契合了宁波文化人低调不显的性格,其工艺细致考究,诸多细节更能体现绿城注重品质的态度,相信项目销售不会有大压力。

“ 上周,全经联宁波地产创新俱乐部营销专委会的专家一行走进东部新城都市绿洲核心的这块天赋之地,分析“晓风现象”,品鉴柳岸晓风创新叠墅+TOP系高层两大产品形制的划时代城市美学作品。 ”

**柳岸晓风更懂宁波
引领城市生活体验**
资深地产经理人 邬晓峰



绿城做房产有追求、有文化,不断探索建筑美学与生态环境的巧妙结合。参观柳岸晓风样板房和售楼处能够明显感受到绿城为宁波真正懂生活、有品位的人群所做的呈现,在内部用工用料上更是诚意十足。

叠墅产品营造了很好的生活场景,甚至引领了城市生活的居住体验,完全不亚于杭州最先进的楼盘产品,让我们看到绿城的实力和用心。

**绿城坚守匠人之心
好产品终将赢得市场**
资深地产经理人 吴天魁



绿城是非常令人尊敬的企业,即便是在业内普遍焦虑、高周转的环境下,依然保持着匠人的姿态。我认为,房地产的下半场不应以价格衡量,而是品质说话,包括设计品质、施工品质、配套品质、服务品质,非常佩服绿城在这个方向的努力和实践。

**柳岸晓风美学尽显
品质支撑热销实力**
产融投资人、资深地产评论人 ... 郑江



柳岸晓风让人看到了品质之外的另一层空间,那就是美学。所谓,美学决定价值,价值决定价格,有品位、有情怀的企业家看到这样的作品都会喜欢。

从现实角度看,绿城不是高周转地做项目,工程不满意全部返工的做法不仅体现企业魄力,更确立了宁波、浙江乃至全国购房者对绿城品牌的认可,奠定其在现市场背景下依旧高价热销,并在二手房市场持续具备支撑力。

**好楼盘引领风向标
高端家居拥抱市场**
第六空间总经理 万云鹏



作为家居行业从业者,在参观柳岸晓风时更多地关注其装修风格、家居搭配及颜色组合等。通常来说,家居卖场感受风波的周期要比房产楼盘延后一年半左右。

非常乐意看到柳岸晓风这类优质楼盘的出现,给予家居行业房产风向标的启示,也让高端家居定位的卖场能有真正的去处,满足高端客户群体的需求。

**绿城调性品质为先
倡导“慢就是快”理念**
全经联宁波地产俱乐部土地专委执行主任
..... 丁志刚



从土地角度看,去年下半年绿城大手笔拿地,可见其对宁波市场的持续看好。多年来,绿城品质丰碑根深蒂固,还勇于制定工艺标准和行业规则,不惜成本保品质的担当符合绿城调性。

参观柳岸晓风令人印象深刻,尤其是设计理念“less is more”,期待绿城作为价值创造者再创造一个理论“慢就是快”,在高周转的环境下倡导沉下心来做产品的价值取向。

**设计风格彰显调性
给高端客群家的感觉**
知名设计师 金彦鸿



很多业主会对施工过程、品牌整合等精装概念抱有疑问,在绿城的样板房里我们看到了系统的呈现,其设计风格并不超前,却以地暖等为生活切入点,在无形中建立了文化调性,给人一种家的感觉。

调查研究发现,宁波大部分业主偏好港式、台式调性,以文化积淀彰显身份象征,在这一点上绿城把握地恰到好处,体现了高端客群的诉求,给未来生活以想象的空间。

**产品照顾宁波人喜好
未来区域潜力无限**
容创执行董事、全经联宁波地产俱乐部副会长 王贤丰



绿城是产品先导的门派代表,在精工的把握上值得学习。柳岸晓风非常照顾宁波人的喜好,户型上有很大进步,高层性价比颇高,用材上也针对宁波人喜欢的石材进行了微调。

从地理位置上看,东部新城的新宅地非常稀缺,老宁波人的地缘情结虽重,但明湖生态板块真正离尘不离城,未来区域规划潜力无限,一个离城市新中心如此近的叠墅,发展空间可期。

**柳岸晓风逆市飘红
区域价值与品牌魅力双显**
腾讯房产宁波公司总经理 袁康



东部新城引领着宁波楼市的发展,柳岸晓风叠墅毛坯最高单价近6万元,一方面是明湖板块价值不断凸显,另一方面得益于绿城品牌和作品带来的价值提升。8月份以来,圈内楼市有所降温,而柳岸晓风现场人气鼎盛,可见购房者对区域发展远景的看好。

很多宁波人有绿城情结,向往生活品质的提升,向往诗意的生活,柳岸晓风正好满足了大家的想象,逆市飘红有其必然性。