完美主义践行者

——访荣安地产董事长王久芳

荣安·中央公园成为当下甬城楼市热门的话题，其集核心区位、丰富自然资源、大手笔园林景观、大规模精装等优势于一身的城市豪宅行情被众多财富人士和社会精英一致看好。作为荣安地产集大成者产品，该企业如何把品牌意识融入到项目中，为此笔者走访了荣安地产股份有限公司董事长王久芳。

作为宁波本土地产龙头的荣安地产，近年来一直致力于强化产品品质的竞争力，提升企业品牌的影响力。期间，荣安地产稳扎稳打，厚积薄发，脱颖而出。请问你们是凭借怎样的信念扛起品质化、品牌化大旗，企业发展的密码是什么？

荣安是一家专业从事房地产开发的企业，在十几年的摸爬滚打中，积累了房地产开发成功经验和失败教训，培养出一支优秀的房地产开发专业队伍。而“取大义、行大道、成大业”一直是支撑着我们走品牌化、品质化的企业信念。产品如人品，成为产品最好的企业是荣安的理想，希望我们的产品是可以传世的。好的品牌就是对客户强有力的保障，老百姓买房肯定会算账的，多花一些钱可以保证品质也是划算的，看看二手房的价格就能真实反映楼盘的品质。我希望把荣安做成一家让城市提升品位、负责任的专业房地产开发企业，是住宅专家，豪宅巨匠。

最近，荣安地产荣誉出品的中央公园广受关注，在市场刮起了“公园地产”旋风，大体量的湿地公园成为项目最有力的价值支撑之一，在您看来，如何做出对得起土地价值的产品？您认为项目中最引以为豪的是什么？

中央公园地处鄞州中心繁华地段，位于奉化江畔，直面近百万平方米的湿地公园，中有河流穿过，一并囊括了“江景、河景、公园”三大景观，可以与纽约中央公园周边的豪宅媲美，在宁波也是绝无仅有的。只有做出最好的产品才对得起这么好的地块，对此，我们邀请了一流的设计及施工单位组成最好的团队，以健康、生态为核心主题，力求打造出荣安府之后又一公园豪宅住区。

说到豪宅我也见过不少，有环境优美的山水别墅，也有市中心的平层豪装大宅，但总不是我认为最好的那种。我认为豪宅其实就是最大的资源占有率，其中包括地段、环境、配套、服务等等，但许多豪宅往往有了好地段就没有好环境，有好环境的却又远离了繁华和配套。但中央公园做到了，既地处城市中心享受繁华生活，又拥有自然风光和生态景观，而且在生存环境日益恶劣的今天，健康是每一个人关注的主题，如何打造生态、健康的住宅是我对中央公园的深度思考，于是，我们引入了空气净化系统、新风系统、水净化系统等一系列的新技术新设备，务求把项目变成真正的健康生态豪宅，实现住宅从安居向宜居、乐居的真正产品升级。

中央公园可以说是宁波体量最大的高端“精装修”楼盘之一，这样的一个规划，荣安地产底气来自哪里？在营建中，是否继续会传承荣安府那种高端的标准？或是有哪些新亮点和突破？

我认为“精装修”是未来住宅发展的趋势。从直接收益看，精装修可为业主节省大量的时间，减少精力和财力的浪费。而且如果毛坯交付，有可能10年后还有隔壁在装修，让居者不胜其烦；对开发商而言，由于集中采购，可以用同样的价格选择最好的优质材料，为业主提供最佳性价比。我们从荣安和院开始就尝试大规模的精装修设计、施工、销售及售后管理，经历了荣安琴湾、荣合公馆、荣安府等精装修项目的开发，并获得了市场的认可，也有了更多的豪宅及高端住宅的开发经验，我们绝对有信心把中央公园打造成比荣安府更好更宜居的作品。

在产品规划上，我们结合奉化江景及湿地公园等得天独厚的景观资源，南低北高地布置了25幢新古典风格的小高层、高层建筑，务求每户业主均能享受最好的景观视野及流畅的建筑天际线。在荣安府原有的豪华会所、景观泳池、双入户大堂、全品牌豪装等高端标准基础上，进行了装甲系统进户门、全标配空气净化系统及新风系统等一系列的产品升级。由加拿利海藻、银杏、金桂等珍稀树种组合而成的3万平方米皇家园林，面积足足有4个足球场大小，由一条中心景观主轴贯穿，在小区中央处围合成大气、规整的中庭花园。在我眼里，中央公园就是荣安府的升级版，也代表了目前荣安地产最高的开发水平。

“值得信任的地产品牌”，这句话已在市民当中形成了一定共识，无论从亲民的荣安和院、荣安琴湾等，还是到高端的荣合公馆、荣安府都倾注大心思，投入大成本，使出大力气。荣安把产品当作作品一样进行雕琢的精神有目共睹，荣安地产如何把品牌意识融入每个项目中？在品质上自我加码，实践品质完美，进而让每个项目在市场独领风骚？

我是个完美主义者，荣安人也是完美主义的践行者。在产品营造上，一直把产品当作“作品”在做，从设计到施工均以追求完美的心态去对待每一道工序。举个例子，规划设计部为了让空间高几厘米，让梁避开一些关键点，常常需要通宵达旦地加班和设计公司不断沟通，不厌其烦探讨怎样做更完美，尽可能地把遗憾降到最低、最小，将最好的空间高度呈现给未来业主，我们经常会因为某个细节做得不完美就砸掉重来。比如中央公园的外墙颜色，已经在外墙试涂了十几稿，才最终选出满意的颜色。

未来竞争会越来越激烈，我们的产品一定要提高附加值。比如设置独立会所、活动中心等便民设施，提供一些便民服务等。我觉得要想提高产品的附加值，就是要比别人想得多、做得多，多花力气，比别人努力。求仁得仁，2013年我们“品质一流”的产品战略非常成功。从荣合公馆、荣安心居、荣安蝶园、荣安华府的顺利交付反映出客户对荣安品质的高度认可。

今年，在市场布局上，荣安地产会有哪些新的战略规划、新的动作和新的发展思路？

2011年以来，房子不愁卖的好日子已经过去了，市场已从卖方市场向买方市场转变。但我们找不到比房地产更好、更适合我们的行业，荣安就是要把房地产做专、做精、做久，将房地产进行到底。所以，不论市场怎么变化，我们都会专心致志地搞房地产，风险大的时候也能稳健发展。而在买方市场时代，销售就是企业的头等大事，怎么样才能卖得掉、卖得好呢？最主要是能为客户带来价值。客户需要宜居、乐居、安居的房子，荣安就造宜居、乐居、安居的好房子。

讲宜居就是要有生活配套，要有超市、菜场、学校等，离商业中心、公园、医院等要近。如果项目周边生活配套不全，我们就要给小区配套社区商业，这项工作已经作为2014年重点的事项进行安排落实，“荣安风情街”将为业主提供最优质完善的生活配套。

讲品质首先要有好的绿化，好绿化要成为荣安楼盘的最大亮点；讲品质还要注重产品细节，充分体现我们的专业水准，外立面要高贵、典雅、现代、厚重，架空层要尽可能多，为业主提供休憩交流的空间。

总之处处都要体现荣安独特的品位。追求一流的产品、一流的品牌、适度的规模是我2014年对企业总体的发展要求。

（韩 郁）

保时捷数款新车亮相

4月20日，保时捷携旗下全系顶级跑车亮相北京车展。全新Boxster GTS及Cayman GTS呈现了其全球首秀。全新Macan也揭开了神秘面纱。该车型搭配燃油直喷技术的2.0升强劲四缸涡轮增压发动机，输出功率高达237hp（174kW），在新欧洲行驶循环（NEDC）中，百公里耗油量为7.2升，堪称同级车型之中的能效翘楚。全新Macan从静止加速至100 km/h仅需6.9秒，最高时速可达223 km/h。

全球首发车型Panamera Executive和Panmera 4 Executive最后登场。这两款轴距加长的GT车型提供了更为宽敞的后排空间。此外，基于Panamera GTS所打造的全新Panamera 4S Sport Edition则再度传承了保时捷卓越的运动基因——搭载的V6双涡轮增压发动机输出功率高达420 hp（309 kW），标配的Sport Chrono组件和特别设计的空气悬架则为之提供了出色的驾控性能。

（乐 乐）

2014长安睿行百城万里巡展宁波站落幕

4月26日，长安睿行“睿动中国 智行天下”百城万里大巡展活动在宁波举行。此次巡展活动将历时三个月，横跨全国百余个地级市，行程超过十万公里。

长安睿行定位于全功能轻客，是长安轻型车以市场需求为导向，着力打造的一款介于大微客与轻客之间的全能车型。主要面向城市物流、商用客运和家庭用车三大领域，真正满足了“全能轻客一步到位”的需求。在动力方面长安睿行采用三菱4G15S发动机，每百公里油耗仅为8L。除此之外，标配前排电动车窗、EPS电子助力转向、AUX接口、前排空调、自由组合座椅、高刚性车身等几十项产品特性，最终将长安睿行打造成一款“全能战士”。

（乐 乐）

广汽丰田致炫试驾会举行

近日，广汽丰田YARiS L致炫试驾团购会在宁波举行。本次的试驾体验项目包含直线加速+紧急制动、360度转弯、蛇行绕桩、侧库停车，全面展现广汽丰田致炫的优越性能。致炫作为一款为年轻消费者打造的时尚小车，丰田一改往日中庸的设计风格，取而代之的是大胆而又充满个性的风格。大空间是致炫最大的亮点，在试驾过程中无论是前排驾驶者还是后排的乘坐者，都能有一个相当宽松的乘坐空间。动力方面，致炫提供了1.3L和1.5L两款自然吸气发动机，采用丰田最新NR系列发动机，带有双VVT-i技术，通过提高压缩比和降低零件摩擦从而达到降低油耗的目的。

（益 益）

凯迪拉克领先体验尊驾营宁波站举行

2014凯迪拉克“V Lab领先体验尊驾营”宁波站于近日火热进行。该体验尊驾营由凯迪拉克ATS、XTS、SRX“三驾马车”领衔主演，时间从3月至10月，席卷全国20个城市。

在本季尊驾营上，凯迪拉克风尚运动豪华轿车ATS首次登场，这匹积聚无限可能性的“良驹”与广大消费者亲密接触，从动感时尚的外观，到迅猛敏捷的操控，再到傲视群雄的科技配备，瞬时点燃驾控欲望激情。同时，2014“V Lab领先体验尊驾营”针对ATS、XTS、SRX三款车型设置不同的体验项目，以创新科技诠释凯迪拉克极致性能表现，为广大消费者带来全方位驾乘体验。

（小 范）