

本报“360购房者联盟”网站 限时派发购房补贴

购房者享完开发商所有优惠后,可再获补贴1-2万元/套

以“让房子更便宜”为宗旨的本报“360购房者联盟”,即日起至1月25日,向甬城购房者限时派发购房补贴。在这期间,购买龙湖名景台房源的购房者,均可有机会获得此项特殊的购房补贴。

如何获取购房补贴?即日起购买龙湖名景台房源,在下定前,登录购房者联盟网站(www.360gfz.com),找到该项目页面,按网页提示,通过支付宝支付1元钱,支付成功的购房者即可凭支付确认短信,享受网站给予的额外补贴——高层住宅10000元/套,洋房20000元/套。特

别值得一提的是,此项购房补贴,在享受完开发商所有优惠后可再适用。可以说,这额外补贴,都是实打实的真金白银,你不需要托熟人走关系,动动鼠标就能拿优惠。

自9月20日开盘至今,龙湖名景台1号楼基本售罄,目前宽景大三房已经加推,约106平方米舒适婚房一步到位,首付仅需17万元起。该户型三开间朝南,3.9米开间,实现了起居室与阳台相连延伸视野,3.6米开间宽敞主卧套间,配备独立更衣室,还有设备平台、飘窗、阳台等多重可利用空间。目前高层均价12000元/㎡;洋房均价15000元/㎡。 余三军



“白银时代”,品牌决胜未来 ——专访宁波万科营销负责人张强

2014年,宁波万科实现50.9亿元的总销,以大幅甩开第二名的优势,成为这座城市地产的真正领跑者。

懂万科的人知道,他们不会满足于当下——在它骨子里,永远都有种居安思危、“不断突破自我”的基因存在。而这,也正是万科之所以能持续领跑的可怕与可敬之处。

站在50亿总销、10000户业主的新起点,面对更为复杂与激烈的2015年市场,宁波万科如何实现新的突破?2014年最后一天,宁波万科营销负责人张强接受了本报记者的专访。

“不断突破”是万科骨子里的基因 未来将更加注重质量的增长

“2014年总销超50亿,那么2015年呢?”近段时间在与业内朋友交流时,张强常被问到这个问题。在他看来,这显然还是以“老眼光”看万科。

“不断突破自我,是深植于万科骨子里的基因。这种基因,决定了万科不止关注规模的领先,更注重增长的质量。将来市场需求潜力总有遇到天花板那一天,如果不能以更高的质量去满足未来客户多元化的需求,规模也就无从谈起。”张强说。

在张强的分析里,这种“有质量的增长”体现在两大方面:一是拿出更多品类、更多适应和超越需求的产品;二是创新并丰富与客户、业主沟通的载体与方式。

“从产品上看,万科之前是主打住宅产品。但是我们也看到,如今都市人的物业需求,已不仅仅局限于家里住得好,商务、购物、出差、养老等等都涌现出了新的个性化消费方式,而这也是宁波万科未来拓展产品的方向。”

“在与客户沟通上,万科‘三好’品牌将是我们现在乃至未来最为根本的沟通载体。”张强表示,宁波万科在2014年花了8个月的时间,全面深入调研当前宁波主流家庭的居住习惯,以更准确的主流产品定位,提供持续超越业主需求与期待的产品。同时,持续提升由万科物业、“美邻里”商街配套为两大支柱的好服务,以及全面践行邻里公约,搭建各类社区平台,倡导志愿者文化,创造和谐而多元的万科好社区。

做别人不愿做、做不了的事 宁波万科已形成强大“品牌竞争力”

总销超50亿,平均下来万科单盘业绩也在7亿多,论“单挑”宁波也找不出几个对手。更为重要的是,在没有大幅度“跟风”降价的情况下,诸如江东府、公园里、万科城、云鹭湾等主力在售盘,在各自区域却都占据着成交“领头羊”位置。

在市场观察者眼里,这股力量显然源于宁波万科品牌力的推动。而在张强看来,罗马不是一日建成的,品牌力的背后是8年来宁波万科实实在在的付出。

这些付出与实践,很多是从“别人不愿做、不会去做”的事着手。诸如好房子之全面家居解决方案,尽管装修房的麻烦事多还不赚钱,但宁波万科将其作为战略持之以恒,为的是让业主不受打扰地能尽快住进去,能享受专业团队最优化最实用的空间设计;又如好服务,不止有万科物业,还想到了业主入住后的便利度,于是不仅是诸如云

鹭湾、万科城这样的副中心区域配备美邻里,公园里、江东府这类市中心产品也跟进配套,提升业主居住便利度……

这些努力的日积月累,使万科在买方市场中的品牌粘度不断增强,到了今天就形成了“别人想模仿却模仿不了”的品牌门槛。诸如万科好社区,以植入城市人文的“社区公约”为纽带,以志愿者社团等平台为载体构建的睦邻社区,在好房子、好服务之上进一步触动业主的精神情怀。对业主而言,选择宁波万科,就是选择了更高品质、更多彩的生活方式。

“如果你的关注点一直在价格上,那么你可能永远跳不出‘价格战’的宿命,因为你除了价格拿不出别的东西来。在告别暴利的‘白银时代’,品牌将是影响未来房企市场份额的关键,一个区域一家品牌房企独大的局面将愈发显现。”张强说。

创新推动品牌新升级 五大动作助力2015新突破

张强表示,推动品牌新升级,提升业主居住满意度,是宁波万科一切工作的出发点与核心。在2015年,宁波万科将继续坚定的以“三好”为载体,以创新为动力,通过以下五大方面的动作实现新突破。

一是新项目的获取。将持续深耕宁波的万科,将在2015年继续开疆拓土。据张强透露,新项目预计很快就将落地。

二是坚定向城市配套服务商转型。继东部新城公租房、镇海新城体育公园等项目之后,2015年宁波万科商业地产的创新地标——万科1902广场也将在镇海商帮故里亮相。据悉,这是宁波首个以甬商文化为底蕴的商业项目,同时万科注入了年轻时尚化的元素,宣告宁波帮不仅有先贤,更有未来。

三是以“三好”为核心,通过资源整合打造宁波万科的“城市客厅”,以更全面、更优质的服务让更多的市民感受万科的生活体验。“城市客厅”将落址于万科江东府,系一个集新品展示、品牌发布、休闲放松、客户服务于一体的综合功能馆。届时,宁波第二家“漫咖啡”将进驻此地,万科业主无论签约还是休闲,都可在这里找到自己的惬意时光。

四是对新项目的创新与探索。张强表示,这种探索不止是产品性能上的优化,还有社区服务、社区人文的深化,还有住宅产业化、绿色建筑的持续推进等等。

五是持续的营销创新。在2015年,宁波万科将以品牌为龙头,以互联网思维拓展营销渠道。据张强介绍,继与淘宝合作、发布同享会试水“全民营销”后,今年宁波万科还将有新的重大举措,请大家拭目以待。 记者 余三军

维科·馨院2014热销: 全市第八 冠领天一

约92-127㎡景观组团「丽境」
即将倾情绽放

2014年,宁波楼市跌宕起伏,降价风波、取消限购、房贷新政、贷款降息等接踵而至。然而楼市的系列变动挡不住维科·馨院热销的脚步,在这硝烟味浓烈的楼市,维科·馨院作为本地房企翘楚交出了一张“销量全市第八”的成绩单。

维科·馨院,维科置业深耕老城央7年醇熟升级之作,以近50万㎡醇熟大盘的姿态致敬宁波市民,完美融合约80-140㎡法式高层和约190-260㎡英伦丽墅。雄踞城市黄金十字中轴,南北万达、天一商圈、奥特莱斯商圈四大商圈如众星拱月般360°环绕,享城市一流生活配套,更有水岸枫情7年醇熟生活社区,在保证优居生活的同时,未来升值潜力巨大。

全新约92-127㎡的景观组团「丽境」,占据近50万方墅院大城,围合式布局上佳位置,一线临墅,南北双园护佑,即将璀璨绽放,敬请期待。

蒋丛超

保利·印江南 开工典礼盛大举行



1月5日,晴空万里,宁波“保利·印江南”项目开工典礼在东部新城百丈东路和海晏南路交汇处隆重举行。东部新城开发建设指挥部副总指挥徐雷、江东区常务副区长李国宏、浙江保利置业有限公司领导等一起参加了活动,共同见证一个人居创举的诞生!

2014年,保利置业以总价超23亿摘得宁波东部新城核心区水乡邻里3期地块,在这座城市繁华的未来中心,打造具江南气质的产品。“水印江南、活力都市”是对东部新城的定位,也是“保利·印江南”案名的由来,源于保利置业对城市生活最美的呼应。

保利·印江南在城市中心塑造的人文水乡江南生活,将为宁波的城市生活开启更精彩的未来! 蒋丛超

景骐锦源里开盘热销

约87-138㎡优居三房备受青睐

2015年元旦,宁波楼市迎来今年首个新开盘——景骐锦源里。据悉,首推房源分别为87、110、138平方米三大主流面积段,项目以优越区位、舒适的户型以及7888元/平方米起的超高性价比,赢得了大批区域客户的追捧,当天劲销7成。

景骐锦源里位于鄞州新城石碶板块,在新城重点建设的十大功能区块中,它以奉化江滨江住区的定位而独具价值。项目隔奉化江湾对望正在建设中的华侨城欢乐海岸主题公园,所在区块生活配套成熟。在与项目一路之隔规划了一个九年一贯制学校,石碶街道中心幼儿园也在项目对面,该幼儿园将打造成石碶街道师资拔尖的幼儿园,于今年春季招生。

好地段之上的好社区,是锦源里首开即获认可的品质基础。诸如其精心打造的景观园林,约12000平方米大型中庭花园,约9000平方米的生态水岸绿化带三面环绕,把业主的生活掩映于红花绿荫中。健身步道的人性化铺设,方便邻里交流的小广场,让身心放松的休闲垂钓区等,每一处细节的营造和整体的呈现,都源于生活,营造生活。

锦源里此次推出的三大户型,也是项目产品力的见证者。87平方米三房户型,合理实用的功能分区,飘窗双卧阔景客厅成为该户型的亮点,符合年轻刚需客群的需求和习惯;138平方米瞰景“3+1”户型房,南向拥有超8米宽双阳台,直面中庭园林,更有媲美小高层的约86%得房率;约110平方米户型,拥有约4.2米超大面宽主卧带独卫。 余三军

2014-2015中国·宁波设计周起航

2014-2015“简一大理石瓷砖”中国·宁波设计周于1月6日在宁波和丰花园酒店正式起航。本次活动围绕“当代设计中中国文化的思考”的前瞻主题,为来自全国乃至全球不同领域的近500名设计工作者展示设计之美,为长三角地区设计产业发展提供动力。

2014-2015中国·宁波设计周以“当代设计中中国文

化的思考”为主题,旨在深度挖掘民族艺术特色,充分吸收传统文化精髓。活动力邀国际知名设计大师、北京集美组执行总裁及创意总监、中国室内装饰协会设计专业委员会副主任、中国陈设艺术专业委员会常务副主任梁建国老师作为主讲嘉宾,与来自全世界不同国家及地区的近500名设计工作者共聚一堂,交流思想,互话设计。 蒋丛超