

运达中央广场每月成交近亿元

业主提前感受与瑞吉酒店、W酒店做邻居

“这里跟所有无情的大城市一样，一点个性也没有，就像一次性的纸杯。”在《漫长的告别》里，主人翁菲利普·马洛这样定义了他所生活的城市。

在长沙，运达中央广场打破了“城市”的魔咒。除了模式化的高绿化率、便利交通和教育配套，与瑞吉和W两大五星级酒店做邻居的“梦想成真”，让不愿意使用“一次性纸杯”的高端阶层不约而同地投入了运达中央广场的怀抱。



W酒店白天效果图。

今年的“金九银十”对于开发商而言并没有想象的美好，来自长沙市房产研究中心的数据显示，上周长沙楼市销量较前一周减少384套，环比减少11%。

如此的市场数据似乎有点冬天提前到来的征兆，但在运达中央广场的售楼部却是精彩不断，据记者了解，8月成交8000多万，9月成交逾1亿元，如此销售额让运达中央广场傲立于长沙楼市。

就在上周末，24位运达中央广场9月份成交的业主感受了一场“从天而降”的惊喜，运达·恬梦之旅正式启程。湖南运达房地产开发有限公司总经理助理熊小青

告诉记者：“这只不过是运达众多圈层活动里的一次，日后还会有更多类似的提供给业主圈层活动的交流机会。”

品质有时候只是一张床

房地产市场，浮夸，纷繁。号称品质企业的数量千千万万，但有的时候品质复杂得靠宣传、靠口号都无法证明；而有时候品质又简单得仅仅靠一张床就能征服一切。

运达中央广场打破传统，首次创新性地在一个项目内同时引进两大国际白金五星级酒店——瑞吉酒店和W酒店。而此

次恬梦之旅的重点也是让业主能提前感受这两大酒店的魅力。

试想在未来的运达中央广场，瑞吉酒店给业主奉上传说中“无处不在”的管家服务，使其享受极致奢华的居住体验。而在W酒店，穿着舒适的长绒豪华浴袍，使用着专供W酒店客人的Bliss水疗，在舒适异常的特色W羽绒床中缓缓入睡。这一切，只在未来运达中央广场才能享有。

周先生是20多位业主中的一位，他在旅途结束的时候这样对记者说：“我曾经觉得，我在长沙住的那些五星级酒店已经够豪华了，但是没想到，这次的两家酒店还是出乎了我意料。”当记者问到这次记忆最深刻的事情的时候，周先生略带幽默地说：“我想把W酒店的床买回家。”

运达的个性化特征还有很多。“许多楼盘都会将地铁物业这一特征作为重要卖点，但是运达中央广场的地铁却是直通楼盘地下停车场。不用风吹雨淋就能任意到达想到的站点，正是买给自己住的房子才会考察得如此细致。”业主胡女士介绍。

董事长成了“活招牌”

记者曾记得有一次采访运达集团的董事长高云安先生时，高先生这样对记者说：“我们对自己吹毛求疵，为的是给业主一个不留遗憾的市场，一个没有瑕疵的品牌。”而运达地产在对产品的打造时也一直是秉承着这样一种近乎固执的

理念。

在20多位业主里，有两个是与运达合作的供应商。当记者问及他们为什么选择运达中央广场时，运达集团的董事长成了项目的“活招牌”。一位从事布艺装饰的郑女士脱口而出：“运达董事长高总对于产品每个细节的精益求精，让我们这些行内人发自内心地佩服，他们做的项目，让我不由自主地放心”。

不仅如此，在旅途中，许多业主都分享了关于高总的一些“轶事”。“你不知道，高总经常在工地一呆就是一整天。围墙大理石之间怎么拼接、公共空间怎样既美观又实用、园林大树、中型树、灌木层怎么搭配等，都是他经常在工地一呆就是一整天的原因。”沉下心来抓品质，业主们要的就是这样的安心。

而像这样的趣事，在运达公司有许多。从地板到墙面，从外立面到房屋内饰，从材料设备的选择到园林的设计，每一样都是经过精挑细选，每一样都体现运达对品质的追求与执着。

当然也正是有了像高云安先生这样一群运达人对品质近乎固执的坚持，才让运达中央广场有了众多眼光挑剔、品位独特的追随者。这种坚持是对业主的高度负责，是对品牌的自惜羽毛。

房地产是一个需要静下心来仔细触摸每粒沙、每块砖的行业。竞争纷乱，企业众多，如何能脱颖而出？唯有品质才能保证。这是记者对于这一次恬梦之旅最深刻的体验。

■记者 石曼 实习生 卢靖尧

合能地产花开长沙 聚焦住宅变革

——花重锦官城，长沙媒体成都体验合能

虽然早在2011年，合能地产就因“雨花公馆”项目在长沙市场崭露头角。但直到2012年，合能地产一举拿下洋湖垸及梅溪湖两大地块，才引起业界瞩目。

其公司背景、品牌实力，几乎不为长沙地产界所知。业界纷纷猜测，这家总部位于成都的长沙地产新贵，将给长沙地产界带来怎样的冲击？

猜测并没有维持多久，合能地产即邀长沙众多媒体及VIP客户于10月19日一起前往成都，展示合能品牌实力，同时体验长沙雨花公馆、洋湖公馆项目的住宅及商业开发前瞻与细节。

合能地产时尚创新的产品线、大胆超前的设计理念，以及完美客户服务体系等一一揭开面纱，为长沙的合能全新公馆系产品——雨花公馆、洋湖公馆拉开大幕。

时尚前瞻，合能地产住宅变革

“所有梦想都开花”，合能地产2012年品牌主题，将“城市、梦想、家”的话题抛在了当下青年置业群体面前，在有着“成都，年轻人艺术梦乐园”之称的合能品牌馆，中国首个大型集装箱品牌展示

中心——梦想盒子中，来自长沙的媒体及客户从中找到了答案。

30个可移动、可重复利用的集装箱，经过中国新锐知名设计师“黑一”创意设计融合趣味、创意，大量采用声、光、电及多媒体互动技术，灰色空间中撞入今年时尚界流行的糖果色，同时也承载起“青年、城市、梦想”公益展、合能品牌体验馆，梦想咖啡书吧四大功能、珍宝产品线展示区。合能地产一如既往地展示其对住宅变革创新的探索：将园林设计为“城市BLOG”主题——WIFI社区，BLOG空间。

显然，这一切在成都获得极大成功，合能地产被称之为“小户型专家”，“青年置业首站”。然而，早在十多年前，合能就开始进军豪宅领域，深圳的豪宅标杆——中央花园就是最好的例证。1998年，中国深圳，合能地产缔造全智能化信息豪宅——中央花园，这是深圳首批信息化家园之一，其中十四种不同类型的安全智能化系统开信息化豪宅之先河。

花开长沙，合能新能量满载

时光倒推12年，合能地产将香港

商业住宅模式率先带到成都，建立了“新城市广场”这座被成都称之为城市第二代商业模式的标杆之作，购物广场、电影院、大型商超、城市住宅、办公空间等所构成的“一站式生活枢纽”。

此后，合能专注于探索住宅产业化变革新模式，并形成三大产品系。城市公馆系——生活“家”的最繁华；TOWN系——阳光、氧风、柔软时光；珍宝系——年轻的艺术“家”。

合能认为，中国人对家寄托了情绪和梦想，客户买的不是冰冷的水泥空间，而是对生活的追求和认同，因此根据客户的生命周期、支付力、文化背景、审美、消费习惯……开发商在规划初始，提炼出客户最重要需求，将社区设想成一个大剧场，推演出目标客户在社区里完美的24小时生活场景，打造超越客户期望值的“家”。这也将是合能地产在长沙这座历史古城中发挥人居新能量的重要作用。

据了解，合能在长沙的公馆系1号作品——雨花公馆将率先正式亮相。

■记者 邹颂平

楼盘网满7岁，新版正式上线

10月25日，楼盘网新版上线暨七周年庆典新闻发布会在湖南国际会展中心举行。从此，房地产项目因为楼盘网新版上线而在网络前端得到更加全面、精准的体现。

“楼盘网于2005年在长沙创立，团队经过七年的共同努力，把楼盘网从一个本地网站发展成为覆盖近百个城市，拥有近千名员工的全国性房地产门户网站，为超过2000家楼盘提供过网络推广服务。”楼盘网创始人戴跃表示。

大中华购物中心联盟主席陈智指出：“长期以来，大中华购物中心联盟在商业地产领域与楼盘网保持着密切的合作，通过楼盘网，大中华购物中心联盟的商业地产项目得到了非常有效的推广。”

楼盘网经过多年发展，已经得到网友的广泛好评，并受到万科、恒大、中海、保利、五矿等全国一线地产品牌的认可，与国内房地产开发商保持了良好而全面的合作，目前已经成长为全国房地产网络媒体前十强，同时也是目前湖南发源的具有全国性影响力的网站。

在未来几年内，楼盘网不仅会担当好湖南本土房地产网络媒体领军的角色，并且将在全国范围内向更高、更深、更全的方向发展，业务覆盖全国百强城市，积极开发二三线城市，致力于通过互联网电子商务平台为人们提供更加全面、优质、有效的服务。

■记者 石曼