

佳兆业长沙项目首次亮相

佳兆业·水岸新都新形象展示中心开放

继12月9日于香港联交所成功上市后,12月12日上午,佳兆业在湖南的首个项目佳兆业·水岸新都的新形象展示中心开放暨媒体恳谈会在湖南大剧院举行。

佳兆业湖南公司总经理李海鸣表示,长沙项目选址石燕湖,看重的正是其无可复制的稀缺性和未来无限的发展潜力。作为中国10大城市运营商之一,佳兆业精心开发的这一项目也必将带动该区域城市价值的全面提升。

产品品质是核心竞争力

佳兆业集团控股有限公司刚刚于2009年12月9日在香港联交所成功上市(股份代码:1638),今天又迎来了佳兆业长沙项目——佳兆业·水岸新都新形象展示中心的开放。作为扎根于珠三角、布局全国的国内顶级开发企业,其长沙佳兆业·水岸新都形象展示中心的

开放,吸引了业内和媒体的广泛关注。

对于集团布局长沙的首个项目,佳兆业湖南公司总经理李海鸣信心满满,“我们区别于市场同类产品的核心竞争力是我们的产品品质。”

据介绍,长沙佳兆业·水岸新都都是佳兆业集团在内地开发的第三个“水岸新都”项目,第五个“水岸”系列楼盘。项目总占地1030亩,总建筑面积约94万平方米,以低密度类产品为主,目前在开发的一期产品为联排别墅和双拼别墅,占地约14万平方米,建筑面积约8万平方米,将以0.54的超低容积率、50%的超高绿化率打造生态人居之城。

首个石燕湖区域的开发商

据了解,水岸新都所在地石燕湖生态旅游风景区,是国家3A级旅游景区,同时也是长株潭城市规划中的“绿心、绿



全国性城市运营商佳兆业目前已进驻长沙石燕湖。

肺”功能定位区所在、政府重点规划的旅游度假区。然而,对于这一长沙最适宜人居的稀缺价值高地,至今仍没有开发商进驻。

而慧眼独具的佳兆业2年前即将这一区域作为集团进军长沙的首选之地,李海鸣表示,

佳兆业正是看中其无可复制的稀缺性和未来无限的发展潜力。选址石燕湖,依托大长沙政策优势,携五个水岸项目成功经验,融合城市、生态、文化资源,打造佳兆业·水岸新都,这一项目可望带动该区域城市价值的全面提升。

沁园春·御院再度开盘热售

12月12日,蛰伏楼市近两年的沁园春·御院重新面市,其二期第一批房源携创新的Party式营销模式隆重开盘,短短3个小时之内,88套单位即告售罄。

与以往不同的是,在岳麓区多个高端楼盘售价突破5000元/㎡的时候,一直引领河西高端楼市风向的沁园春·御院二期一批4800元/㎡的价格定位似乎显得更加引人注目。

大河西提速催热楼市

2009年对大河西有着更多的预期:先导区、大学城的建设开发渐入高潮,大河西地位奠定区域无可复制的发展价值;滨江商业步行街开发上马,步步高百货、深圳人人乐百货强势进驻桐梓坡沿线,河西商

业圈终现强势崛起态势。河西生活价值、投资价值步入井喷时代;地铁建设正式动工,河西即将进入地铁时代,交通瓶颈打破,区域生活品质影响力得以全面释放。

“无论大形势还是小环境,都赋予了御院版块以独特而博大的价值前景。因此,即使是在全国房地产市场进入冰冻期的去年,沁园春·御院的房子在二手房市场表现依然异常坚挺,转让价至少比购入价高出15%—20%。”该负责人说。

高素质人群聚居楼盘

作为长江置业向深度品牌化战略转型的标志性项目,沁园春·御院一直秉持的就是“不鸣则已,一鸣惊人”的开发理念,其一期从项目立项到面市,



沁园春·御院二期一批以4800元/㎡的低价发售。

足足耗时三年。其中单是产品设计、环境规划方面,历时便长达两年多,开发商与设计团队考察的足迹涉及三十多个国家和地区。

据了解,沁园春·御院50%的业主来自于河西政府机关、高校、医院、企事业单位等,

30%来自于长沙其他城区的大型企业、政府机关和行政事业单位等。而职业构成中,公务员群体、企事业单位管理层群体、知识分子群体、高级白领及金领群体和知本型私营企业主群体占到了总业主数量的90%以上。 ■记者 何小红

易居中国力推房地产营销代理品牌加盟

快速抢占二三线城市份额

今后,一些三线乃至四线城市的房地产策划代理公司,或许可以挂上易居中国的LOGO。在刚刚举行的第二届中国房地产策划师年会暨中国房地产营销创新模式论坛上,易居中国宣告了在房地产营销代理板块特许经营的大胆战略。

一些并不那么知名的房地产策划代理公司面临着一个巨大的商机,而对易居来说,正如其董事局周忻所预见的,品牌开发商抢滩二三线城市,必然会带来品牌代理公司的跟进。不难看出,特许经营是一种低成本快速抢占市场的模式。

这家纽交所上市的中国最大的房地产流通服务企业,在今年表现出了一系列走在行业前沿的举动,试图打造房地产流通领域的航母。就在今年10月,易居中国麾下房地产咨询公司克而瑞与新浪房产频道新浪乐居合并,成功登陆纳斯达克。

品牌加盟时代

“特许经营的目的在于通过易居中国与众多二三线城市代理公司的战略合作、资源共享、成果互动,一方面合力提升代理行业的价值,另一方面组成代理行业的航空母舰。”面对近百名各地营销代理公司负责人,易居中国董事兼CEO臧建军表示。

对于已经进入很多二线城市、并与一些全国性开发商战略合作的易居中国而言,为什么不自己完全自己做二三线市场?对此,易居中国高级副总裁、特许经营加盟板块负责人吴滨的解释是,全部铺开成本太高。另一种质疑是,加盟会不会砸牌子?吴滨认为,加盟虽然可能对品牌造成风险,但可以通过一些环节进行把控。

同样面对第二届中国房地产策划师年会上近百各地营销

代理公司负责人的,还有另一行业巨头——世联地产董事长陈劲松。易居中国的新动作对世联无疑是个挑战,在陈劲松看来,“特许经营在以前不被看好,因为房产市场还没有全国一体化,网络信息时代还没有来临,诚信有待建设,但随着市场的发展,这些条件开始具备,易居的任何探索我们都会关注和学习。”

小代理商的商机

据吴滨介绍,易居中国特许经营加盟板块将依托集团营销代理板块旗舰企业——上海房屋销售(集团)有限公司和两大集团成员——中国房产信息集团与上海易居房地产研究院,形成易居中国营销代理特许经营八大重点系统,三十七个子系统的支持体系。对特许经营加盟企业的支持将包括品牌推广、业务运营、内控管理、客服管理、信息技

术、知识共享、信息共享和人员培训等各个方面。

这套体系是易居中国通过整合营销代理业务中在品牌管理、业务运营等方面多年积累、沉淀、升华的标准、流程、案例、信息、渠道、技术、工具等最有价值的资源系统,专门搭建的全方位支持平台和服务体系。“难以想象这样一套资源平台体系对一个创业型企业的意义”,吴滨说。

业内人士评价,强大的资源平台是易居敢于提出加盟战略的后盾。从上海易居房地产研究院,到中国房地产决策咨询系统(CRIC),到中国最大的会员制购房俱乐部,到二三线市场的联动,再到与新浪乐居的合并,易居中国形成了一套独特的资源体系。这套他人无法复制的资源体系,建立起了与竞争对手的强大壁垒。

■记者 廖兰心

一周快讯

“琴王”、“墅王”巅峰对话

12月12日,享誉全球的皇家级世界钢琴大师、“钢琴圣手”、新古典音乐之王——马克西姆“长沙琴友见面会暨签售会”在有“墅王”美誉的金科·东方大院会所如期举行。本次中国之行让热爱马克西姆的中国琴友们翘首以待了15年,这也是马克西姆本人第一次来到长沙。

作为此次马克西姆长沙演奏会的总冠军商,湖南金科总经理高亢先生向马克西姆颁发了“金科·东方大院”荣誉业主证书。 ■记者 何小红

富兴嘉城

明年4月底竣工验收

位于长沙市新韶路与韶高路交汇处的富兴嘉城楼盘曾因建筑材料价格成倍涨价,施工单位一度拖慢施工进度,业主们也曾心急如焚地担忧开发商不能按时交房。据记者现场了解,目前该事件已经有了新的进展,相关问题已经得到了解决,施工单位正在加派人手赶进度,开发商承诺,一定会按期保质保量交房。

据记者了解,富兴嘉城项目施工进度拖慢的起因是原材料涨价。由于近两年钢材价格大幅度上涨,造成了施工成本的飙升,因施工单位是以大包干的方式承建,故资金压力巨大,工程进度一度受阻。为此,开发商与施工单位多次接洽。

由于楼盘已经销售了近30%,开发商本着为业主负责的态度,主动承担较大的经济损失,双方已达成协议。目前工程已经全部复工,所有工作都在正常进行之中。现工程建设进度已经进入全面装饰施工阶段,预计2010年4月30日左右可竣工验收。 ■记者 唐琪

万国城MOMA开盘

12月13日,万国城MOMA年终压轴力作“御庭春”组团开售,在不到3个小时的时间里,逾千名客户认购房源超过80%。

13日早上8点多,虽然天气有点阴霾,但已有不少客户早早来到万国城MOMA的售楼现场。截止到中午12点多,现场累计成功销售房源超过了当天放量的80%。 ■记者 何小红

瑞盛·云栖谷开盘售罄

12月13日,由湖南瑞盛地产开发的云栖谷一期峰境力作5.8栋开盘,创造了一个2009年冬日星城开盘即售罄的奇迹。

云栖谷本次推出房源340多套,销售现场人气指数近乎爆棚,纷纷抢购,3个多小时即告售罄。云栖谷营销总监周波认为,该项目的高品质保证和3600元/平方米左右的均价,带给业主的高性价比是他们取得良好销售业绩的原因。 ■记者 何小红

夏威夷·碧水春城亮相



12月12日,夏威夷·碧水春城首次亮相星城。

该项目负责人介绍,还未开盘就赢得这么多人的追捧,跟楼盘本身的高性价比是分不开的。夏威夷·碧水春城地处长沙天心生态新城,毗邻省政府家属区,靠近15万平方米的湘府文化公园。户型有80平方米精致两房到300平方米空中别墅。

据开发商负责人介绍,优惠措施中交1万元抵2万元的最具吸引力,当天就有数百位客户办理VIP卡。据了解,此项优惠活动将一直持续到开盘。 ■记者 王健 李