



地产相关行业从业经历:18年
操盘代表项目:金色家园、兴都花园、七彩星城、花神美境、中商万豪花园
学业背景:浙江大学建筑结构专业

心有所系就能超然物外

周斌(南京万唐置业顾问有限公司总经理)

开场白——

问:如果你有全部的决定权,你会让自己的项目降价吗?

答:为什么要降?

很久以后,周斌才以另一句同样高傲的话解释了自己的反问。

他说:“我从不关心价格和市场,我最关心的是客户和产品。”

这句话背后隐含的内容是,如果操盘手总是能给自己的目标客户带来他们最需要的住宅,那么他就能超然物外。

从一间本不存在的卧室说起

看似无意,周斌闲聊起自家的房子。原来是一套143平方米的三房,硬是被他删繁就简,改造成“一主卧,一儿童房,两厅两卫足矣”。房间少有什么好处?“我获得了5米宽的客厅、10米宽的衣柜、6米宽的书架,还有多达3个储藏室。”居家尺度顿时比普通公寓住宅放大许多。书房呢?“我的餐桌宽达2米,餐厅四周还打了书柜。”

为找到最适合自己的空间组合与功能组合,周斌为自己详细开列出未来十年中的家庭人口变化和住宅使用功能变化。结论是,一间其他人梦寐以求的卧室为此消亡。不断运用这种方法和思路,周斌总是能先人一步而了解客户需求。

名字有不被人遗忘的“金色”

毕业于浙江大学建筑结构专业,周斌游刃于营销与设计之间。

【编者按】

“学成文武艺,待沽帝王家”,以此形容楼市操盘手很合适。恰如,古之武者,行江湖,成门客,食俸禄,保一方之安。如今,楼市告急,操盘手更显价值,时势造英雄与英雄造时势,辩证统一。南京楼市营销时代大幕开启,《金楼市》开辟新栏目——圆桌武士,在这个圆桌上,我们将对话南京楼市职业经理人,看看他们,面对这样的市场形势,如何应对?三十六计何为上策?《孙子兵法》又用哪篇?

圆桌武士

地产相关行业从业经历:10年
操盘代表项目:听泉山庄、巴厘原墅、亚东朴园、君临国际、君临紫金
学业背景:南京大学历史系



“南大你早”之后是什么

邱卫东(南京勤思行地产经纪顾问有限公司总经理)

开场白——

问:如果你拥有全部的决定权,会选择降价售盘吗?

答:除非开发公司的资金链确实很紧,且没有其他任何融资办法,开发商明确要求代理公司在最短的时间内回款……否则还是不要降价。

……降价的后果是多米诺骨牌的倒下。终究会影响到人们的预期。

……降价是告诉人们原来的利润空间到底有多大。万科曾说,超过25%的利润不做。那么它现在降了多少呢?(记者注:万科今年成都魅力之城四期电梯房较此前降低近30%)

时间:7月

7月11日,久呼不至的君临紫金以君临CLUB成立的形态面市,位于金陵饭店的售楼处同期现身,排期9月开盘,10月开放样板区。上市节奏紧锣密鼓。

问:为什么是此刻?

答:美国次级贷风波之下,国内楼市风雨飘摇,纽约州富人区的房价不跌反涨。为什么?这是奢侈品。是一个坚挺的差异化市场。我再举个项目。这个项目是个不需要核价的项目。为什么?同理。奢侈品不在政策调控视野之内。无论市场如何,高收入人群的消费能力总是很强。

地点:南京

问:地产进入营销时代。但南京一向是个不盛产操盘手的市场。上半年内,你认为南京最成功的营销案例

是什么?

答:脱离了具体目标的评价是中肯的。我认为,所谓的营销技巧其实就是产品本身。做营销做到极致是什么境界,便是从拿地开始介入,从目标客户开始构想,从产品设计开始着手。营销的水平,正体现在产品定位的准确与技巧上。所谓大道无形。对技巧推崇过分,便是伎俩了(一笑)。

人物:“南大”

邱卫东曾亲切地向母校南大问候:“南大你早!”这个户外广告曾被一家南京纸媒评价为“南京第一个亲情房地产广告”的出现。

问候人——君临国际。据说亲情攻势当真赚得了不少南大校友的瞩目。“君临”二字正出于邱卫东之手。他解释说,这两个字既流露出主人欢迎宾客的热忱,也表达出君临天下般气势。

“南大你早”之后,是“很中国,很镇江”的镇江朴园,是“紫金山怀抱的院子”君临紫金……背后隐藏浓郁亲情。

问:“房价不会跳水,只是在做俯卧撑”这句广告语怎么样?

答:创意不错。可惜精准度欠缺。什么项目都可以做。更像公理广告。

问:“我看得见世界,世界看不见我”又如何?

答:这一创意最早可以追溯至万科17英里,“17英里,我能与世界保持的距离”。还有“完美有多美,合适为最美”,这句话令我印象非常深刻。
快报记者 刘欣

试驾莲花、保时捷等超级跑车,最低首付不到5万元

威尼斯水城团购报名最后一天

苏宁地产二十年品牌高度,现房品质实景全方位展现,再度优惠2%抄底价格,绝佳江景居住环境……本身就拥有诸多优势,再加上名车的助阵。本周六,威尼斯水城项目团购现场注定是一场火爆盛会。数百名购房者迫不及待,而该项目也为购房者预备好看房的班车。今天,距该项目现场团购仅余最后一天,请购房者把握住入住威尼斯水城的最后时机。

品牌

二十年苏宁地产实力巨献

历经二十年发展,成功开发50余个房地产项目,累计开发面积超过600万平方米,苏宁地产一直以“高质、高标、高效”为目标,秉承“优质工程,诚信服务”的企业宗旨,在市场把握、产品研发、营销、工程质量控制和物业服务等方面,一直走在市场的前端,在南京楼市赢得了良好的市场口碑。

作为该集团二十年来厚积薄发的精品之作,威尼斯水城自问世以来就赢得市场一致赞誉。该项目位于浦口北外滩一号的绝佳位置,总占地面

积4500亩,总建筑面积约450万平方米,体量占据了全国各大盘的前三甲,同时也是毋庸置疑的华东第一大盘。从建筑形态上看,该项目类型丰富多样,小高层、高层、花园洋房、别墅等组成一个综合型的大盘格局。

品质

现房品质让购房者怦然心动

主干道宽敞宜人,两边有着富有情境的绿化景观;建筑立面造型丰富,极具异域气息;房子布局排列合理,在不同位置上都拥有开阔的视野;在景观洋房以及别墅所处区域,由意大利风情雕塑,构成社区内的独特景观;威尼斯风情的主题会所,被风情河道紧紧围绕;几座水栈桥将开阔的水面、会所和小区通道自然连接,颇具匠心;颇富盛名的假日酒店已经成型……

楼间距、组团绿化景观,以及贯穿社区的水景主题等,都在江北社区中比较少见。而威尼斯水城项目本次推出的团购房源,更是体现了该项目倡导的舒适性特点。而且这批房源绝大部分正南正北朝向,通透流畅的采光和通风,能够让购房者体验到高档次居住品质。此外,项目社区内还规划了大型圣马可商业广场、威尼斯公馆VIP顶级俱乐部、五星级威尼斯假日酒店、斯坦贝克湖等特色商业与休闲配套,便利生活无处不在。

价格

一套精品多层房首付不到5万

“威尼斯水城自2006年1月开盘以来,一直持续热销,

以品质过硬在江北占一席之地。而此次举办的团购活动,也是苏宁地产真情回馈购房者。”据威尼斯水城项目有关负责人介绍,针对此次团购,威尼斯水城特别推出500套中心景观高层、100套精品多层,以及江北区域内稀缺的200套花园洋房房源,供购房者自由挑选。购房者只要参加本周六上午举行的团购,都可以在原有价格不变的基础上享受2%的优惠。

据了解,该项目1-3层的特价小高层房源,均价只要4300元/平方米,4-5层价格定在4480-4580元/平方米。而稀缺的100多套多层产品,更是爆出了总价25万起,首付5万元起的超值价格。而在优惠2%的幅度以后,购房者只需要首付4.9万元,总价24.5万,就可拥有一套精品多层房源。

规划

地铁三号线就在家门口

在柳州路通车后,沿滨江大道一带已经与柳州路形成了快速交通环线,而沿线的配套也在陆续跟进。目前区域内大型商业配套华东Mall的建设如火如荼,沃尔玛等大型国际化超市入驻,苏宁电器等陆续开业,也从外部解决了购房者的购物需求。而在交通方面,威尼斯水城除了拥有151路等进城线路直抵鼓楼等区域外,项目社区巴士也正常运营,可以直接到达主城中心区域。

除了公交线路、社区巴士外,地铁三号线在威尼斯水城项目附近设站,也对该项目影



威尼斯水城实景

响颇为深远。据该项目负责人介绍,地铁三号线未来江北第一站出口,与该项目近在咫尺,届时该区域与主城之间的距离也愈来愈短。

环境

江边生活就像住在疗养院

威尼斯水城正对着浩瀚长江,截取3公里长江岸线,自然风光与绝佳的居住环境,也是很多业主选择威尼斯水城的重要原因。仅需10分钟,就可以置身于“天然氧吧”。从威尼斯水城走到江边只要10分钟,就可以享受江边风景,呼吸新鲜的江风。

“当初就是看中了这里的环境,才下定决心买房。”该项目业主王女士说,夏天居住在威尼斯水城就像“避暑”一样,江风特别大,活了这么多年,在城市里从来没享受过这样凉爽的夏天,晚上甚至不需要开空调就可以安然入睡。

“住在威尼斯水城,就像住在天然疗养院。”在该项目业主的眼里,这里自然环境

好,周围的基础设施也在逐渐跟上,学校、商业都在慢慢从无到有,住在这里将来也会更舒心。

惊喜

一场名车试驾盛宴即将开启

团购活动的同时,一场名车的试驾盛宴也将如期开启。所有参加团购活动的购房者,都有机会与这些平日里难得一见的名车“零距离”接触,享受一下试驾的巅峰感觉。据介绍,这些名车包括悍马、宝马Z4、保时捷、奔驰G55、奔驰SLK、莲花、新款林肯等,十多个品牌名车联袂出击,即便是在南京历年车展中也是较为少见的。购房者即便是没有驾照,试驾不了,也能现场一饱眼福。

在现场记者了解到,为了确保试驾活动的顺利进行,该活动的组织方已经进行了周密的部署与安排,届时购房者将能在现场一睹名车芳容,并可以与名车一起,在滨江大道与主城间纵横驰骋。许延正



名车将亮相现场

团购楼盘:苏宁·威尼斯水城
团购时间:7月26日(本周六上午)
报名时间:7月21日-7月25日
团购热线:86558409
发车时间:7月26日9:00
发车地点:广州路苏宁环球套房酒店门口
湖南路苏宁环球购物中心门口