

# 温柔悍将

易居中国上房销售高级副总裁、南京公司总经理 吴滨

从业地产:16年  
操盘项目:目前南京有恒大绿洲、万科金色城品

16年地产经历,30余座城市,上百个楼盘,最快一个月内能结束一个项目的江湖高手。易居中国内部,称吴滨为“消防队长”——总能攻下最艰难的城市;在易居中国董事长周忻眼中,他是重于财富的“五虎将”之一。而这位十年前参股上房销售、身为易居上房副总裁的温柔悍将,正决战南京。

## 给客户五星级的服务

正如自己无论在哪个场合都能保持着优雅的优雅一样,吴滨要求自己和他的员工始终保持对客户贵宾般的服务。

举个例子。在金陵饭店,一杯咖啡不过数十元。环境优雅,无人打扰。但只需一招手,立即有人询问还有什么需要。这不过是数十元的消费,而客户捧着几十万元来买房子,你有什么理由给他们一点怠慢?

这就是吴滨的理念,给客户五星级酒店般的服务,是最基本的要求(而几乎肯定十年后这将是国内地产代理公司最普遍的服务)。而这种五星级的服务不仅表现在销售人员对终端消费者的周到备至,更在于对开发公司的贴身服务。

“我们与多数房企的合作都是从城市调研、地块调研就开始了。”吴滨介绍,定位于“房地产流通服务链上综合服务商”的易居中国与房地产企业的深合作到“城市、土地、定位、产品、市场、营销、销售”等环节。截止到目前,易居已在全国34个城市为200余家客户提供服务,其中包括与万科、恒大、建业、富力等合作。

## 每一块土地都有气场

“其实,每一块土地都有自己的气场,它为何存在?它的价值和意义是什么?我们又能赋予它什么?”吴滨坦承,如



果开发商与代理商间都留给对方足够的空间,也许会做出一个值得回忆的产品。

比较典型的是数年前在武汉操作的青年汇。当时该项目所在区域内的其他楼盘,平均一年内普遍卖60%左右。开发商把产品设计、项目定位等所有工作都交给了易居,前提是,一个月卖掉到一年内卖掉,佣金依次递减。吴滨亲自操刀,根据项目小、临近公园等特点,设计了当地罕见的4.9米挑高的小户型,以寸为单位设计居住空间,“偷”出了很多实际使用面积。结果,开盘3天售出70%,一个月内售罄。两周后对方以最高标准结佣。

如果接案时楼盘已施工成型了呢?那就要彻底了解产品,清楚自己的卖点和缺点;摸清自己的消费者到底是谁,了解他们的生活细节和居住细节,然后以客户为中心铺开所有的营销工作。

## 对话——

问:以您16年的地产经验看,本轮地产风波是否是史上最严重的一次?

答:至少本轮周期中,房产商的房屋存量、土地存量是2005年、2003年的30%至100%以上,且宏观经济趋势不明。

问:您觉得南京房价会达到深圳那样的下跌幅度吗?

答:深圳是移民城市,赚钱的天堂。现在打拼的人终将落叶归根。而南京却是历史名城。人们在这里有根。城市差异大。

问:您最喜欢的事情是什么?

答:摄影。

问:您目前最大的愿望是什么?

答:南京易居能与更多的业内人士成为朋友。

快报记者 杨连双

江湖高手,可能是一位气质淡定,优雅到袖扣、领带的男人;也有可能是一位看似离地产有一段距离的建筑师。外表、出身不同,也不重要,吸引人的是那份气场——运筹帷幄的稳、排兵布阵的准,雷厉风行的快。

# 圆桌

# 武士

【第七回】



# 建筑师的神话

百胜麒麟(南京)建设发展有限公司总经理 厉心

从业经历:10年  
操盘项目:设计并负责了深圳万科郡园、北京万科青青家园、北京奥林匹克花园、沈阳奥园、合肥奥园、南京东郊小镇等数十个项目

他是那位毕业不到三年就参加《万科集团项目设计流程与成果标准》编制的才俊;他是每年受到清华大学EMBA课程邀请,前往授课的特聘讲师;他还是南京楼市里那位一手缔造了东郊小镇的热销神话的低调神秘人。

## 未来隐藏于现实中

建筑设计学硕士出身的厉心,先后供职于万科、奥园、中元等房企,而今独担南京百胜麒麟总经理,操盘百万大盘东郊小镇。十年间亲历深圳、北京、沈阳、长沙、无锡、南京等城市。

2007年3月,厉心一句话让淮安一家房企感激不尽。

当时,这家房企手上一块土地,厉心受邀为其项目顾问。在淮安转了三天后,厉心问了对方面董事会一句话:“10月之前能否办好各种手续准时开盘?”答案是各项进度无法按期到位。那么,建议将地块转让。最终,董事会决定卖掉土地,收回现金8000万元。今年初,对方董事长见到厉心,很兴奋地要求与厉合影,自称是其粉丝。“理由很简单,第一,淮安城市供应量严重过剩,第二,盛极必衰,楼市大势如此。卖地最稳妥。”厉心如是说也正是基于同样判断,在2007年几乎南京所有楼盘都一路疯涨时,东郊小镇的价格在当年10月刹住了车,保持在5300元/平方米。在今年6、7、8三个月,东郊小镇几乎连续位列江宁板块数十家楼盘中的冠军之位。

“如果当时价格再跟涨几百元,现在即便降价也很难卖了”。厉心觉得,未来隐藏于现实中,每个人几乎都可以是预言家,只是不一定每个人都预言得准。

## 对象和对手都要研究透

厉心对自己的定位始终只是一位“地产建筑师”。

厉心打趣地称自己“研究领域很窄”。但这么“窄”的领域却包含了对城市内每天销售数据、热销户型、购买人群的微观分析以及竞争楼盘每一个销售、营销动态的监控以及目标客户的细微跟踪,使产品超越对手,赢得客户青睐。

“这与追求女孩子是同样的道理。”厉心阐述,要追一个女孩,先研究明白她的兴趣爱好和选男友的标准,比如她喜欢爱看书的男孩,那么自己就可以此形象出现。如果竞争对手更爱看书呢?那就再分析透彻竞争对手,比如,他更爱看书,但身体瘦弱。此时,自己就以一个爱看书,但同时爱运动、懂生活的形象出现,并旁敲侧击使女孩明白,看书固然重要,身体好更重要,从而赢得芳心。

以此为摹本看东郊小镇的手法。百万大盘,客户群体是南京金字塔塔中至塔基的人群。建筑师出身的厉心亲自画出了东郊小镇的三大主力户型:89平方米小三房、103平方米三房一卫和116平方米三房两卫。“对客户和对手了如指掌,使我比任何对手都跑得更快。”

## 对话——

问:最欣赏南京哪家楼盘?

答:东方天郡、栖园、中海凯旋门。

问:工作之外最喜欢的是什么?

答:带儿子下棋。

问:目前最希望的是什么?

答:卖好东郊小镇。

快报记者 杨连双 漫画 俞晓翔



# 1年赚部车 5年赚套房 8年住别墅

## “收租铺皇”市区14—300m<sup>2</sup>黄金街铺少量公开



预计前8年  
租金收益  
可高达  
68%

- 金牌资源 / 时尚、世茂等品牌开发涌动居住人潮,商业升级指日可待。
- 金牌景观 / 紧邻狮子山国家4A级景区,每日可吸纳5000名以上固定客流资源。
- 金牌交通 / 建宁路、热河路、城河路与项目三面相邻,公交线众多,地铁6号线城河站与项目无缝对接。
- 金牌规模 / 10万平方米的建筑面积,全业态一站式大型购物中心,上千个停车位,解除消费停车烦恼。
- 金牌建筑 / 名家手笔,新颖“天街”设计,美食、风景、人流良好互动,充分提升商业价值。
- 金牌街区 / “记忆坊”街区设计匠心独具,仿古建筑、精美浮雕、珍藏美食海鲜观光消费人气。
- 金牌商业 / 大型生活超市、时尚百货、商务酒店、超五星级影城、美食艺术休闲街区、儿童乐园、青年魔力动漫城构筑完美七星级商业保障。
- 金牌管理 / 仅20%街铺对外销售,80%街铺开发商持有。统一经营,统一管理的运营模式,保证项目整体的有效控制和总体规划。
- 金牌开发 / 南京国胜置业发展有限公司实力开发,该公司外方商业地产开发运营经验丰富,旗下有古隆坡王子酒店、雅加达梅加慕商场等著名商业项目。

咨询热线:

58581155  
58581388