

均价13800元/m², 金地名京能热销多久?

邓耀东: 我坚信天道酬勤

明年楼市放量价平

《金楼市》:今年楼市分外跌宕起伏,即使是资深的业内人士,年初也不知道岁末的行情,金地名京前期的客户定位和价格制定,开盘时是否已经发生了变化?

邓耀东:坦率讲,开盘价格的确比前期定价低了一些,可以说是随行就市,是目前市场态势下的一个很理性的价格。在客户定位上是往上拔了一些,增加了投入,所以更能凸显金地名京的性价比优势。

《金楼市》:您是说金地名京会低开高走吗?

邓耀东:准确地说,未来价格将缓步走高,主要是因为地块本身的价值正在上升——云锦路即将贯通,高压线就要下地,8号地块公园的建设和幸福河的整治业已展开,周边6、7号地块上大型商业广场就要建设,包括欧尚、万达等,都是值得期待的大型项目——片区投入

正在不断增加,可以和新街口媲美,因此地块的升值是肯定的。

《金楼市》:个盘走势不能脱离大盘。最近有两个截然相反的信息,一是《2009经济蓝皮书》称房价短期内继续下调成定局,一是南京商品房日成交量突破600套大关,攀升年度高点,您对房价颇有研究,能否判断一下明年的价格走势?

邓耀东:2008年是楼市最动荡、最坎坷的一年。为了维护经济和社会的稳定,通过政府和银行的相续努力,我们看到,今年的房价已基本位于底部。因此我判断,明年楼市会夯实,会价平并逐步放量。

至于《蓝皮书》的预测与此相反,我想可能是基于统计数据口径,明年的经济适用房上市之后,就会拉低平均房价,但如果只统计商品房的话,就不一定是这样了,高品质楼盘因稀缺更不会这样。

做金地最好的产品

《金楼市》:抛开价格不谈,金地名京所带给南京的视觉震撼令人过目难忘。记者有一位朋友,她在参观过示范区之后回来跟我说要把辛辛苦苦刚买修好的新房卖掉,换一套金地名京,简直难以置信。这是为什么?业内人士曾经作出这样一个判断,“最好的住宅产品”总是在外地,不在南京,因为南京是二线城市。作为国内一线房企,金地在南京做的是“最好的产品”吗?

邓耀东:我不敢讲金地最好的产品就在南京,但我愿意把最好的产品做出来。前几天,上海《东方早报》的记者来参观项目,他问我:“为什么不把它搬到上海?这样的产品在上海肯定会卖得掉。”

尽管金地在上海已经开发了7、8个项目,但还没有类似的产品。地块是其中一个重要因素。所谓“名京”,隶属于金地的“名”系列产品线,也就是金地的高端产品线,它的定位便是“大家闺秀”。而这个地块就适合“大家闺秀”。所以我常说这是缘分,金地名京能够落户南京,区位优势合适,客群正对眼,一切都是缘分。

《金楼市》:您最近常打一个“头等舱”的比喻,认为头等舱的客户能

够也乐于承受更高的价位,您不会否认,头等舱的客户也有权要求物超所值吧。

邓耀东:金地品牌的定价通常比周边住宅高出20%-30%,同时金地的成本则高出20%-30%不止。我们投入的是心血。以前我在集团总部常以汽车作比,“我们不能做的是奥迪,却当作帕萨特卖”。现在我拿飞机作比,“头等舱就是头等舱”。但价格并非住宅的全部,性价比更重要。我所说的头等舱,更多指的是感受,这种尊贵感受离不开价格门槛、精细的品质、精致的细节和精心无缝的服务。

说一下我的产品观:房子不重要,房子背后的两样东西更重要。第一是居住感受,第二是保值、增值。我的产品观正是到南京之后发生了重大的变化。简言之,便是对产品本身看淡了,对客户更看重了;换言之,便是减少一些浮华,增多一些细节。

以金地名京为例,我们更关注的是业主从进入小区开始一路到家的感受,做了不少创新,并对细节进行逐个打磨。你所说的“震撼”,其实是一连串细节唤起了你的感受,其中哪怕只有一个细节没有做到,整体效果就不会“震撼”。

自信热销 仍将持续

《金楼市》:年内缺乏热销盘,偶现热销楼盘时,往往难以持久。加之宏观经济环境不容乐观,您认为,金地名京能够延续开盘热度,销售长红吗?

邓耀东:呵呵,这正可以体现出好的专业公司的优势,今年我们上海的三大项目已演出了持续旺销的楼市神话。而金地名京继11月23日开盘当天认购过百套之后,一周内又成交40多套,截至12月3日,已近150套,成交率也在快速上升。我相信天道酬勤,项目一定会持续热销。原因有两个,一是我们有很好的渠道和方法确保来访量;二是我们也有提升成交率的好方法。同时我们的产品和服务能够唤起客户的感受并打动他们。

《金楼市》:这种抽象的感受是如何具体化的?

邓耀东:还是以金地名京为例,这个产品有很精准的创新,特色鲜明:

当客户在模型区时,会发现模型上空有充足的天光洒洒下来,这便是个典型的传统院落特征。领域感会家的温馨在心里弥漫。

走入示范区,你将发现豁然开朗,城市中心怎能轻易拥有如此宽阔的视野,茂盛的大树?一片宁静便隐藏在繁华背后。你的感受是珍惜。

车行回家,进入大堂,发现这里是一梯一户的配置。你的感受是尊贵。

等等等等,你可以自己去体验和挖掘……

所有的感受叠加在一起,便是我们的追求。目前为止,我认为这个产品基本达到了我们的追求。

快报记者 刘欣



阳光洒下,院落让人倍感温馨

解答购房者最关心的六个问题

以下六个问题,是在对参观示范区的购房者采访之后归纳总结出来的。金地老总邓耀东在解答这些问题时,显示出相当的坦诚和自信。

读者:88平方米两房,厨房可以更大一点吗?

邓耀东:名京的两房,一梯两户,南北通透,并有很高的得房率,在全国都是罕见。更不用说还可以很容易变成一个三房。为此,我们精心布局,以便在增加功能空间的同时,保证客厅拥有3.9米的气派开间。与此同时,厨房的空间便不得不牺牲掉一些。这不免成为一种遗憾,我认为这种遗憾也是做地产最有趣的地方,每个项目总是有遗憾,总是可以追求改进。

读者:浙江东板块的前景诱人,金地名京的地理位置不错,可是,这里有学区吗?

邓耀东:学区的问题不用担心,这里我可以答复的是,我们以业主上优质名牌小学是没有问题的。相关的正式备忘已经签署完毕。

读者:未来小区内将出现酒店式公寓,会不会破坏整体的居住氛围?

邓耀东:对,社区内规划有一幢18层的酒店式公寓,它将成为一个过渡空间,一个从城市繁华过渡到家园宁静的屏障。我们正在考虑酒店式公寓是出租还是出售的问题,我们认为,如果我们自己出租一部分,并且控制好租户的品质,维持租赁市场的高端形象,将有助于提升社区的整体形象和价值。虽然这还没最终确定,但有一

点可以放心,地段、品质和服务一定能使金地名京成为高端公寓生活标志社区,就像酒店中的金陵饭店。

读者:为什么金地名京没有联排别墅啊?

邓耀东:金地名京的方案设计多花了我们半年的时间。在1.7的容积率条件下,原本我们可以轻松选择高层公寓+联排别墅的方案。尽管金地的联排别墅已经做得炉火纯青,自格林春晓开始已经升级了4.5次,但是我们认为,那样的社区不够纯粹。目前,社区以“三开、三进、三合”的院落小高层为主。

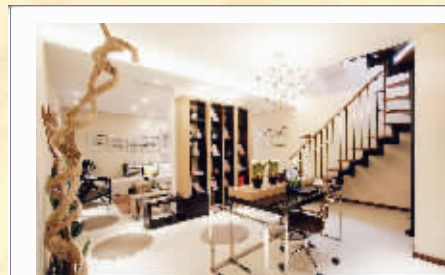
读者:我买不起金地名京,我可以期待金地板桥项目吗?

邓耀东:在板桥地区,并不缺乏对高品质住宅的需求。我们在板桥的项目仍将是一个高品质的产品。它也将带给市场足够的震撼力。尽管这种震撼和金地名京的可能有所不同,但是市场对价格的感受是一致的,可能会觉得稍稍贵一点。预计明年5、6月的时候,这个项目可以亮相。

读者:开发商资金链紧张已经成为一个全国性的问题,金地产品会不会降价呢?

邓耀东:金地一向遵循“快速滚动开发,多元高效融资”的开发原则。这里的快速,不是指速度,而是指资金效率。金地集团今年以来资金一直都不是太紧,生存没有太大压力。我们认同现金为王,但现金为王绝对不能等同于甩卖。

快报记者 刘欣 本版摄影 快报记者 路军



地下空间令人心动



车行回家,进入大堂



化妆间也尽显尊贵



期待名京销售长红



金地集团上海地产南京公司总经理邓耀东

“

均价13800元/平方米?金地名京是否贵了一点?

在异口同声的对示范区的啧啧称赞声中,金地名京并非完全没有收到负面的反馈。

最通俗的质疑是:“100万元买个两房?客群定位和其承受能力之间是否存在落差?”

心思缜密的购房者已经发现:“买1楼为什么比2楼贵70万元?金地的院落这么值钱?”

尽管金地名京网上备案的认购成交量已近150套,但在这个楼市寒冬,金地的热销与江北低价盘的热销成因对比太过鲜明,整个市场都难以接受它们竟发生在同一个时空之中。

在第一波震撼之后,金地名京能够令销售长红吗?《金楼市》记者就此同金地集团上海地产南京公司总经理邓耀东较起了真。

”

