

# “物业帮办”与您论坛上不见不散 快报搭建南京物业管理第一服务平台



漫画 俞晓翔

南京首届物业管理发展高峰论坛即将开幕,现代快报《金楼市》“物业帮办”目前也在逐级筛选中,正式成员将在论坛上与大家见面。据悉,本次“物业帮办”将由现代快报《金楼市》代表广大业主聘用,旨在为业主提供物业维权咨询,监督物

业公司市场行为,推动南京地区物业管理行业有序健康发展。自去年11月现代快报《金楼市》“物业帮办”征集启动工作后,快报96060读者互动平台共计接收到80多位读者报名。上周,评审小组根据年龄和区域分布,从所有的报名读者

中,选取了20名读者参与面试。面试中,重点考察其对“物业帮办”工作的适应性,同时进一步明确“物业帮办”的性质及职责。

据记者了解,尽管每一个申请参加物业帮办的读者的具体理由各有不同,但对快报开展的这个活动都相当认可,认为“很有必要”,并都表示愿意无偿地参与物业管理的活动。家住雨花西路广厦佳苑的陈建国先生是参与面试的业主中年纪最大的一个,71岁的他现任小区的业委会主任。多年工作经历让他深刻认识到,目前物业管理行业的问题还很多,这中间有物业的原因,也有业主的原因。比如,大多数业主对业委会的认识不足,不关心也不配合业委会的工作,业委会内部同样过于松散,不少委员进入业委会可能是各怀鬼胎。“物业发展需要媒体监督和正确引导。”他认为。

南京万科金色家园小区业委会朱主任对“物业帮办”活动给予了很高的评价:“我从快报上第一次看到征集的消息时,就特别激动,因为这正是我一直想

的。”他介绍说,早两年,他们小区的业委会就曾经想过在南京成立一个业委会协会,不为别的,就为了让大家经常交流,一起去解决目前物业管理中的突出矛盾。“可惜的是,一方面主管部门不配合,另一方面专门的办公地点、相关经费等问题一直没有好的途径解决,所以一直没能实现。如今,快报组织的这个活动,正好可以做我们设想中的‘业委会协会’能做的事,而且平台更好。”朱主任表示,很盼望快报“物业帮办”能够尽快成立,自己能为这个组织贡献微薄之力。

“物业帮办”活动负责人表示,1月11日和12日,评审小组已与初选的20名业主进行了面谈,“物业帮办”最终的名单本周即可揭晓。正式的聘书发放仪式将与本月底的南京首届物业管理发展高峰论坛同日举行。入选的“物业帮办”将在2010年里与快报《金楼市》一起为业主提供诸如政策咨询、纠纷解决方案、维权帮助等一系列专业服务,成为南京物业管理第一服务平台。

快报记者 刘果

## 观察

### 成立事业部 南京万科志取江宁

2009年12月27日,万科南京公司正式从盘踞了8年的金色家园搬出,安家江宁织造府旧址——1865创意产业园。尽管本次乔迁低调,但还是引来了业内的一片议论。

2001年4月27日,南京万科置业注册成立。此后,金色家园办公现场一直是南京万科的大本营,八年未变。本次搬迁让不少人坚信,南京万科这一举动并非全无寓意。业内人士王小军认为,南京万科搬家寓意深刻。首先,南京万科过去8年里颇有水土不服的现象;其次,社会对万科有很高期待。在南京,万科需要转变,搬家似乎就是其中一个表现。

另一位业内人士也表示认同,“此前,与交通控股结成战略合作伙伴关系,已表明南京万科有意复制惯用的通过兼并、收购或合作方式加快市场扩张、加速融入本地步伐的模式,这次本部悄然南下,安家江宁织造府旧址,剑指周边之用心昭然。”

另据消息人士透露,南京万科岁末的变化和调整并非只此一件。针对2007年在江宁拿下的“地王”,南京万科将成立江宁事业部,专门负责该项目的运作。

事业部制被如今的大型企业集团广泛运用,各事业部在经营管理上有很强的自主性,实行独立核算,有些归地方公司管,也有些直接归集团总部管,体现了在集团业务中的重要作用。以万科为例,旗下的苏南万科公司,其实包含了无锡和苏州两个事业部,每个事业部在集团战略布局中都有重要的位置。

于是,有人猜想:江宁事业部的成立是不是意味着江宁的地位和运作模式已与无锡事业部等同了呢?

记者致电万科集团总部求证。一位工作人员表示:“集团暂不清楚南京万科成立江宁事业部的事,可能只是地方公司的一个内部行为。”

随后,记者从南京万科总经理朱保全口中证实了这一说法,他称“南京公司内部确实成立了江宁事业部,全面负责金域蓝湾项目,目前这只是南京公司的内部框架调整,还没有报集团”。

朱保全介绍说,将江宁区作为万科在南京地区的一个独立事业部运作,主要基于三方面考虑。其一,金域蓝湾项目本身体量比较大,基本是2010年万科在南京的重头项目,公司很重视。其二,从行政区划来看,江宁与南京市区的整体化仍处在过渡期,许多职能管理中也是独立的,成立事业部更利于项目与相关部门的对接。

“其三就是,万科比较看好江宁的发展前景。”他表示,江宁事业部与项目部或者项目公司仍有不同,与万科集团在其他城市和地区的地方公司下的事业部也有不同,在没有在江宁拿到新项目前,江宁事业部只为金域蓝湾服务。

至于项目具体开盘时间和价格,朱总并未透露。但一位熟知南京万科的知情人士告诉记者,这个项目春节后全面启动,售楼处预计3月对外开放,4~5月开盘销售,全部为精装修房源。“目前,万科金色里程售价达到13000元/平方米,金域蓝湾比金色里程的定位要高很多,开盘价格应该不会比这个低。”此外,亦有消息称,在沉寂两年里,南京万科对金域蓝湾项目进行了大刀阔斧的改良,包括洽谈引进珑小、鼓幼,商业面积大幅增加、招商先行等。 快报记者 刘果

# 恒大地产 2009 年销售突破 300 亿



金碧天下实景图

去年7月,在恒大地产(3333.HK)完成半年销售127亿元的半年工作总结会上,其董事局主席许家印曾信誓旦旦:“力争全年销售突破300亿元。”

数据印证了许家印及恒大地产的宏伟志愿。恒大地产1月6日发布的销售业绩简报显示:2009年,恒大累计实现合约销售额303亿元,累计合约销售面积563.7万平方米,销售额及销售面积同比去年分别激增了402.3%及396.5%。

市场分析人士认为,恒大长期领跑全国楼市,得益于广泛的全国二线城市布局和丰富的产品线。

## 去年销售额 303 亿

据恒大全年销售简报显示,恒大2009年累计实现合约销售额303亿元,超额完成全年售楼300亿元目标,涉及楼面563.7万平方米,分别按年升4.02倍及3.97倍;其中,2009年12月恒大实现合约销售额40.3亿元,合约销售面积65.4万平方米,12月合约销售额及销售面积同比上年分别增长800.9%及568.9%。

在问及公司2010年全年销售目标时,恒大显得信心满满。恒大地产集团副主席兼总裁夏海钧表示,恒大近7成产品线为

中高端物业住宅,且分布全国20多个城市,目前全部54个项目基本上已悉数动工,因此具有较强的市场风险抗性。

“2010年,公司的销售金额的预期目标是较2009年的303亿元增长20%至30%。若以此计算,恒大2010年销售目标为363.6亿至393.9亿元之间,甚至有望突破400亿。”他透露。

## 让买家“放心买房”

在数年的全国精品打造工程中,恒大始终坚持“园林实景+准现房+精装修”的发售模式,把“环节精品”的产品形象成功地复制到了全国各地,强调买家“放心买房”;销售策略上,恒大通过“微利经营”,给消费者较大的利润升值空间,使得恒大产品的定价策略已深入人心。

新年之际,恒大在全国多个楼盘将依然沿袭“微利经营,薄利多销”的销售策略,不断抢占和扩大市场份额。恒大微利经营策略与完善的产品线组合在一起,有效提升了产品性价比,已经成为市场必杀技。

## 南京恒大新年热销

恒大全国市场飘红,恒大地产南京公司亦凭借优异表现,被媒体及广大网友评选为“2009年度最具人气品牌房企”。南京恒大金碧天下更获得“2009年度最具影响力别墅”“2009年度最佳性价比楼盘”“2009中国南京经典洋房别墅”等奖项。

恒大金碧天下坐拥3000亩卧龙湖原生湖景,占据山、湖、园、林四重美景,社区拥有25万平方米欧陆园林景观,更大手笔斥10亿打造10万平米航母级配套。2009年,金碧天下双拼、叠加、联排等全面售罄,一线临湖独栋别墅火热加推。值得一提的是,新年热销的金碧天下别墅区双湖景观小高层不仅可以共享所有资源,更独具价格优势。

目前,金碧天下在售别墅区精装小高层房源面积在119—145平方米,现在购买可享受新年折扣;与精装小高层同步特惠的还有27席独栋别墅,以302.28~344.98平方米为主,送私家庭院及超大观景露台。(刘果)

## 奥体低密度地铁住宅

# 碧瑶花园二期售楼处近期开放

河西地铁低密度楼盘碧瑶花园二期售楼处全面升级工作即将结束,将于近期对公众开放。作为南京的知名楼盘,碧瑶花园一直在房地产市场保持其不减的热度。优美的环境、贴心的服务、舒适的户型让碧瑶花园获好评如潮;作为对一期的全面超越,碧瑶花园二期在规划、景观、户型、精装标准上都进行了全面的高品质升级。

碧瑶花园二期通过1.28超低容积率表达出对自然的融合与尊重,再加上层次分明、欧式贵族的内部景观设计,从而让业主最大程度地享有开阔天空与公共绿地;秉承社会环保责任感的南洋地产,以高品质的节能环保材料,打造出65%高效节能住宅;项目将五星级精装标准纳入对高品质生活的规范要求,所选主要装饰材料

均为国际著名品牌。这无可比拟的三大亮点,使碧瑶花园二期成为奥体高端精装住宅的新标杆。

碧瑶花园无论是一期还是二期,所处区域无论是从自然环境、交通还是配套上来说,都首屈一指;项目周边有滨江公园、绿博园、奥体中心公园、河西中央公园;300米左右便是地铁1号线奥体中心站,地铁2

号线元通站到项目也仅有一站路距离,更有多路公交车通达全城;二期先期动工的工程包括幼儿园、小学、天主教堂、社区商业街等一系列配套设施,最大程度地保证业主在入住时就有一个相对成熟优良的生活环境。项目在社区景观的处理上更采用了欧式贵族景观设计,主入口为七彩喷泉主题水景,可谓独具匠心。