

用心建设“大客户俱乐部”,运营“全国最大的游艇会”,旗下星级酒店面向业主专属服务……在雅居乐,居住的是豪宅,收获的是圈子

高端豪宅缔造者雅居乐,“资源整合型”城市运营专家

在房地产界,知名的开发商有很多,但成功的城市运营商却寥寥无几。

21年来,雅居乐已从住宅开发华丽转身为城市建设者,自觉围绕城市的总体发展目标运营城市,结合城市发展的特殊机遇,为全国30多个城市提供优质项目和配套服务。这些项目均成为城市发展建设的有机组成部分,有超级大盘、大型城市综合体、航母级旅游地产项目、高端豪宅……在融入所在城市的同时,也持续推动当地的人居进步。

开发模式进化论

从“别墅世家”“大盘专家”升级为“资源整合专家”

早在1992年公司成立之初,雅居乐主要在城市近郊打造大规模综合住区,譬如中山近8000亩超级大盘凯茵新城、广州3500亩大盘广州雅居乐花园、占地2000余亩的河源雅居乐花园等。雅居乐产品所到之处,广受市场业主动认可,屡屡掀起销售风暴,在地产界赢得“大盘专家”的美誉。

房地产行业在不断演变,开发商的开发理念也在不断改进。随着造城经验的日渐丰富,雅居乐逐渐由住宅大盘开发转入对大型城市综合体的规划运营:惠州万亩大

盘白鹭湖引入喜来登酒店作为配套,中国典型度假楼盘——雅居乐清水湾对社区配备了超五星的卓美亚·莱佛士、JW万豪、希尔顿、洲际假日、豪瑞阁等6家豪华酒店。2009年,雅居乐在广州正式提出了打造“资源型豪宅”的全新命题,最具代表性的雅居乐剑桥郡、雅居乐富春山居,以无可复制的江、山生态资源,以会所为平台,整合全国高端资源,为业主提供从生意到生活的全方位服务。

近两年,雅居乐“资源整合”的城市建设理念也迅速在全国铺开,

如中山的雅居乐御龙山项目对五桂山资源的整合,拥有一个岛上仅规划22幢别墅产品的惠州白鹭岛项目、拥有单价过亿别墅产品的海南清水湾度假项目、中国首个雪山下大型旅游地产项目云南原乡、坐拥山河湖湾资源的南京雅居乐藏龙御景、俯瞰长江背靠老山的雅居乐·滨江国际等等。如果说“大盘专家”、“别墅世家”是雅居乐从中山带到广州的一个品牌标签,那么“对稀缺资源的极致整合”这一核心价值观,正是雅居乐从广州走向全国的全新开发理念。

对资源的极致追求“豪宅缔造专家”移师华东

占有稀缺资源,不等于浪费资源,而是充分利用资源为项目带来多重附加值。“我们珍惜大自然赋予我们的一切美好的东西。”雅居乐相关负责人透露,好房子易建,真豪宅难寻,要成为真正的豪宅,必然不是只在产品设计本身具有优势,而是还要拥有一定的稀缺资源,比如江河湖湾,比如山林泉石等。雅居乐在拿地之初,总是会对这些要素进行整体评估,然后进行资源整合,将社区内外景观完美融合,使之成为豪宅品质的有机组成部分。



南京雅居乐·藏龙御景实景图

口新城。雅居乐“豪宅缔造专家”的执著与实力再一次展露在世人面前。10月26日,雅居乐·滨江国际横空出世,直升机、游艇、豪车,海陆空三维一体全方位的烘托出这颗浦口新城的璀璨明珠,震撼了古城南京乃至整个华东,标志着南京豪宅进入“长江时代”。

雅居乐早已在豪宅市场收获颇丰。1997年年底,雅居乐正式于高端房地产市场发力,开发的几个豪宅项目在深受市场欢迎的同时,收获了多项国家级奖项,囊括了由国家建设部颁发的“规划设计优秀奖”、“工程质量优秀奖”、“科技进步优秀奖”、“环境质量优秀奖”、“物业管理优秀奖”、“室内装修优秀奖”六个奖项。

在高端住宅开发过程中,雅居乐还逐渐形成了一套绿色建筑理念,并在实际项目中进行实践,大受市场好评。近年来,雅居乐将战略中心移向了长三角,唯一不变的是其对豪宅品质孜孜不倦的追求,先后在南京、常州等城市建造了多个豪宅项目,深受市场欢迎,无愧于“豪宅缔造专家”的美誉。

豪宅品质细节控

雅居乐的产品开发哲学:只有CEO,才最懂CEO

雅居乐核心研发团队注重产品设计和服务理念的人性化、细节化,赋予住宅以人为本主义思想,让豪宅不仅能够满足主人的极致生活梦想,更能倡导一种理想生活精神。自雅居乐地产控股有限公司集团董事长陈卓林先生开始,自上至下,雅居乐人以产品研发为核心价值,十分注重产品的居住体验。每当研发一类新产品时,必定原比例实物修建成型,由陈先生带领圈层人士实地体验,在宅邸的使用过程中,不断吸取感悟和建议,并随时改进。什么时候这些大腕们满意了,什么时候才能开始批量生产。“只有富人才最了解富人的需求,只有让各行业精英们亲身体验居住,才可以设计出真正的豪宅。”

雅居乐集团相关负责人告诉现代快报记者。

雅居乐·滨江国际,作为南京的标杆性豪宅,在内外资源整合、产品设计、景观打造等各个方面都可谓细致入微。雅居乐·滨江国际2万平米梦幻水系,全球同纬度最美园林,让项目成为浦口新城最美的风景线;小区整体抬高6.4米,让业主的豪车零坡度入库;建筑的最大楼间距约155米,户户南北通透;8万平米铂金五星级会所,有目前南京最豪华的千人宴会厅,宴会厅整体施工采用了穹顶无梁无柱设计,层高可达13米;难得一见的入户水系更是让小区景观“活”起来,从人口水景开始,一直贯穿整个项目的各个部分,项目配

备的超大户外泳池,在方便业主嬉水的同时,本身也是社区美景之一。

雅居乐·滨江国际提倡居住与自然环境和人文环境相互融合,在整体抬高的基地上,计划将来自世界各地的花卉自然引入到长江的壮阔风光,为居住者营造一个尊崇私密,却与世界无限亲近的开阔空间;园林中大量的流水栈道亭台等设计更为邻里提供一个互动空间。户型方面,雅居乐·滨江国际的大户型设计为业主提供更为舒适的居住尺度,一层一户一泳池,匠心独运地将别墅的层次铺展在一个平面上,大幅提升了空间的使用率,增加了家庭成员的亲密度。



雅居乐欲将滨江国际打造成南京乃至全国标杆性的江景豪宅社区

高尚圈层缔造者

客户认同才是对品牌的最高褒扬

有这样一种社区,让你提到它,就油然而生一种“归家”的感觉;有这样一种品牌号召力,一旦拥有它,就情不自禁产生一种骄傲感。这就是品牌价值所蕴含的无限魅力。

21年来,雅居乐早已是“优质地产代名词”,布局全国30多个城市,拥有80多个处于不同阶段的项目,40多万名业主……这都印证其不可抗拒的吸引力。试问哪个楼盘敢于剑走偏锋,邀请业主亲自上阵拍广告,为别墅“代言”?也只有品质过硬、口碑上佳的项目敢用此举挑战楼市。雅居乐做到了!

2013年3月,雅居乐“别墅生活家”系列广告在全国引起广泛关注,全新一期雅居乐剑桥郡“香樟道2号”的广告,全部由业主亲自出马,为项目代言。“许久没有见到如此让人眼前一亮的楼盘广告了,



广州雅居乐·富春山居的高端会所熏玥荟成为业主的高端生活平台

别墅业主估计都身家不菲,却愿意亲自做代言,在豪宅项目中非常鲜见。”当时有广告界人士如此评价。“这不仅是一种创新的营销方式,更彰显了雅居乐对品质的充分自信,也反映了业主对雅居乐品牌的认可。”雅居乐集团一位负责人如是说。

而在南京,雅居乐的品牌印象早已深入人心。在滨江国际项目现场,记者屡屡遇到前来登记的客户,相当一部分是老业主以及是老业主推荐前来的朋友。目前事业小有成就的胡先生跟售楼人员谈到:“我目前在雅居乐花园住的是160平方米的房子,感觉还是有点小,这次看280平方米的户型,家人非常喜欢。雅居乐的出品还是一贯的优质和让人惊喜,而且过江交通的快速便捷,也超出了我们的想象。”



雅居乐滨江国际千人宴会厅首场推介会,汇聚南京城中智富人群

居住的是豪宅,收获的是圈子

如果说豪宅开发彰显开发商的功力,而豪宅运营则考验着开发商的综合实力。雅居乐地产在2013年首度提出了“豪宅精耕年”理念,伴随着旗下豪宅项目的深入开发和成熟,雅居乐将倾注更多的资源与成本,对全国性资源整合、圈层经营、社区文化、教育、健康、高端配套、交通等方面进行全方位提升,深度运营高端项目,旨在树立经典作品。业内人士都知道,豪宅的价值是“30%看得见,70%看不见”。看不见的部分,除了优质物管服务外,更由圈层平台、资源平台和社区文化构成,这才是高端物业的价值所在。精心筹备多年,于2012年11月16日正式成立的雅居乐大客户俱乐部——“雅尊会”,充分体现了雅居乐在豪宅增值服务和豪宅运营方面的决心。雅尊会会员将融入雅居乐在全国多个社区所吸引到的政、商、文化各界高端业主的圈层,享受到雅居乐全心为高端业主打

记者观察

每一次“刷新” 都终将被记入历史

雅居乐·滨江国际缔造南京“第一豪宅”

大平层产品对于很多人来说并不新鲜,但南京市场上却鲜有面积超过500平方米的超级大平层豪宅,具有标杆意义的雅居乐·滨江国际,不仅在户型设计上创下南京豪宅历史纪录,更是在多个方面都引领南京豪宅进入新的时代。

引领者总是能推动历史。就像争议颇多但品质却真正无可挑剔的上海汤臣一品,就像广州珠江新城风云一时的超级大平层——天壹,它们都在自己所在的城市甚至全国地产界引起一股大平层的膜拜感,这就是标杆的意义,也是终将被记入历史的资本。

只有最原始的开发理念停留在“地段,地段,还是地段”的认知阶段,真正具有前瞻性战略眼光并潜心于产品研发的豪宅运营商——雅居乐,早已将目光转向对稀缺资源的占有及整合,对社区软实力的挖掘并充分利用,继而产生一种聚合力量,这种力量,给豪宅的主人们带来超出想象的附加值,比如享受雅居乐名下星级酒店尊崇服务,再比如所谓“圈层效益”,这一切,都是雅居乐专属并且会一直坚持下去的。“成为雅居乐的业主,收获的绝非只是豪宅本身,虽然雅居乐每一个高端项目都有过硬的品质、人性化的设计以及宜人的园林景观,这些都是基本的标配,真正让业主惊喜的,是雅居乐升级之后的柔性服务和尊贵感。”

雅居乐·滨江国际堪称一流的江山平墅。一直以来,雅居乐都致力于建造最贴近客户需求的高端人居,引领客户需求,其在南京豪宅市场的多个创举更是交口皆碑。这一次,雅居乐为古城南京奉献了唯一的江山平墅产品——雅居乐·滨江国际,将大平层与别墅各自的优点完美统一。

雅居乐·滨江国际背枕老山,面朝长江,极目远眺,江山尽收眼底。移步下楼,园内林木葱郁,流水潺潺。这种优质得可謂得天独厚自然景观资源即便独栋别墅也难以得一见。滨江国际的另一特色是平层别墅化,享受别墅的超豪华空间感,一层一户一泳池。每户所有的房间都拥有270度视角全景阳台,最大程度的在平层上挖掘别墅的舒适感和优越感,给予住社区的用心打造设想来看,这种平层必然使大家庭的生活更为融洽和便利,使邻里之间生活更为方便与和睦,从而实现雅居乐所提倡的独有的人居价值。

缤纷雅居乐

高尚生活平台集萃

雅居乐长江高尔夫球场

长江球会有全国十佳球会之美誉。球场占地1900000平方米,拥有两大球场,共36洞。是雅居乐集团于1996年斥资逾十亿元打造出的国际锦标级高尔夫球场与超五星级豪华会所。今年,长江球会通过出色的球场保养维护和优质的草坪一举夺得“最佳球道草坪保养球场”大奖。

雅居乐清水湾游艇会

雅居乐海南万亩度假国度清水湾打造了目前亚洲最大的游艇会。2013年5月,雅居乐清水湾再创国际盛事——“生活之上·游艇人生”2013中国(海南)国际游艇艇峰会暨游艇品牌展盛大启幕,不仅吸引了众多行业专家齐聚会场,更吸引了包括希瑞、骏豪、澳飞等在内的11家意大利、法国国际顶级游艇品牌参展。

雅居乐富春山居熏玥荟

每一个雅居乐高端会所都有自己独特的名字。而广州首席生态豪宅雅居乐·富春山居的高端会所名为熏玥荟。2012年11月20日,雅居乐首届“中国新经济力量论坛”,迎来了世界顶级的投资大师、量子基金创始人吉姆·罗杰斯。

2013年7月19日,雅居乐联手三大男高音营造高雅音乐氛围,享誉世界的戴玉强、魏松、莫华伦三大男高音为广州带来一场不眠之夜。

■点评

以上种种,只是雅居乐集团为其业主量身定制“高尚生活平台”的片段。只要是雅居乐大客户俱乐部的成员,即可享受雅居乐全国旗下高尔夫、酒店、高端会所资源提前预订、定向优惠等专属服务。

令人艳羡的高端社交活动、令人回味的品味生活之

旅,难能可贵的人脉交流良机,令分布在全国各地的雅居乐高端业主对雅居乐品牌忠实追随。记者获悉,未来在南京雅居乐滨江国际的五星级酒店会所“滨江汇”,面积与造价同样高端、不同丰富内容的圈层交流活动将持续进行。

高端雅居乐

圈层运营见功底

南京雅居乐花园

地处南京市龙蟠南路33号,秦淮区政府南侧,毗邻城中黄金交通线“龙蟠路快速通道”,国际著名景观设计公司将倾力打造社区景观,项目相继获得2008年、2009年全年及2010年上半年全市楼盘销售金额冠军,成为名副其实的金陵豪宅典范!

雅居乐·藏龙御景

位于南京江宁九龙湖畔,南部新城高端品质人居腹地。项目西临三山,东瞰九龙湖,北面牛首山河绵延流过,并与堤岸亲密相接,是南部新城规划中最为纯粹的风景区,也是新城规划中现代化国际人居的范本区域。项目总占地约11万方,地上总建筑面积约23万方,容积率2.0,建筑密度17.96%,绿化率38.72%。

雅居乐·长乐渡

位于马道街与新民坊路之间,毗邻老东门东南城文化保护区、中华门城堡、白鹭洲公园、李香君故居、中华门瓮城遗址和雨花台风景区。项目占地5.89公顷,地上建筑面积58900平方米,建筑屋檐高度6-7米为主,建筑层数1-2层,局部三层。

雅居乐·滨江国际

位于南京市浦口新城核心区,七里河西侧,临江以南,镇南河路以北,望江路以东。紧邻纬七路过江隧道,到新街口中心区仅需25分钟,交通便捷。随着浦口新城整体建设框架的展开,基础设施配套的不断完善,“跨江发展”战略的进一步深入实施,浦口新城将成为创新与时尚融合的生态宜居之城。

■点评

从最初的雅居乐花园,到如今雅居乐·藏龙御景、雅居乐·滨江国际、雅居乐·长乐渡,多年来,雅居乐在南京的品牌效应日益稳固,拥有了大批的豪宅忠实粉丝。

“我们是在开发项目,也是在整合资源、运营城市,雅居乐看重南京、长三角,一定会把最好的产品,最优质的服务奉献给金陵的顶级人士。”