

是什么造就“凯旋奇迹”

华润凯旋门2012年12亿销冠后,2013年首度开盘劲销8成



豪宅,当然是指高档住宅,即在质量、档次、规模和售价等方面都更高的住宅。其豪华程度主要表现在其对资源的占有率方面。

如果说住宅是追求,那么豪宅就是梦想。梦想,总是非常美好,但似乎能够实现或得到的,只有少数中的少数。你很难想象,在楼市整体进入低谷的时候,在目前正在迅猛发展的合肥,如梦想般存在的豪宅,却成为了大多数人的“疯狂”追求。

合肥华润凯旋门,2012年以超12亿元的销售业绩,创下了合肥高端住宅销售之冠;2013年1月12日再度开盘,当日劲销8成,又迎新年开门红。“把豪宅变成了生活”,合肥华润凯旋门就这样奇迹般地存在着。

张华玮/文

不可思议的数字

2012年,华润凯旋门创下了合肥高端住宅销售之冠。华润凯旋门2012年全年实现销售套数778套、销售面积133947.19平方米,销售金额12.68亿元。这样的数字,似乎很难找到合理的解答。

而仔细研究凯旋门的豪宅产品,“全120—150米超高层设计,户均面积近200平米,170平米户型做成两房,245平米也只做三房……毛坯主力单价9500—11000元/平米,顶复单价16000—18000元/平米”。看着这一串数字,你会感慨,这是对自由空间的最好诠释,也是对品质生活的崇高追求。

2013年1月12日,华润凯旋门再推房源。当日9点正式开盘,但众多购房者不到7点即赶到现场签到排队,开盘推出的20#楼328套房源,遭到购房者疯抢,当日实际到场人数超过650人,3个小时,售完8成房源。

由于开盘现场是通过摇号的形式开盘,购房者基本上不看价格,只问有没有,能不能买到。尽管此次推出的房源为83—135平米,但超过8500元的均价,仍然是周边诸多楼盘中的佼佼者。

地段赋予的灵性

无论是哪位学者,或是房产专家,在教你选房或为自己选房时,绝对不会忘记的就是地段因素。住宅建在哪儿,当然是购房者会优先考虑的。

合肥“滨湖大都市”概念的提出,以及多项规划措施的出台,都在一次又一次证明着,虽然合肥预备更加全面、均衡的发展,但西南面的速度,恐怕还是会继续走在前面。

南,要么南到巢湖边上,一块仍在规划和慢慢崛起的板块;要么南到坐拥天鹅湖美景,基础设施建设愈发完善的政务区板块即可。西,要么西到大蜀山脚下,享受森林公园的清新和自然;要么西到涵盖可比

拟纽约中央公园的永久性公园绿地,将休闲与分享完美结合的政务区板块即可。

纵然合肥有特色的地块众多,但政务区的优势无疑是得天独厚的,其让自然与创造几乎天衣无缝地融合在一起。如此有魅力的地块,当然会吸引众多楼盘的进驻。而能够屹立在政务区绿色景观中轴线与繁华通畅的潜山路之间,推开窗,便可瞥一眼湖光,打开门,即可嗅一抹绿意的华润凯旋门,还是比其他楼盘多了一份灵性。

赢得信任的品牌

对于华润,大多数人知道的,仅仅为“一家很有实力的央企”。究竟有多大实力,很少有人能说出个一二三来。

2011年,华润集团以7644亿元总资产位列《财富》世界500强企业第223位,有电力、金融、饮料、商业、零售等7大业务单元,5家内地上市公司。对!没错!合肥人在吃小龙虾时最喜欢配上的雪花啤酒,正出自华润门下。

当然,华润在合肥地位的树立,并不是靠圈内人的吆喝和宣传,而是其从澜溪镇到凯旋门,在合肥用一个个高品质住宅项目,赢得了住户的心。

“现在房地产行业不是很景气,买一些价格低、但开发商实力一般的楼盘,比从前的风险大很多。华润的房子贵是贵点,但从2004年进驻合肥,那么多楼盘,他们家就没出过问题。而且华润是央企,实力够强,买得放心。”在12日开盘当天,等摇号等了快2个小时的张先生如是告诉笔者。

开盘当天,笔者随机采访时发现,前来等号的有不少是华润的老业主,幸福里的业主、紫云府的业主……他们有的是为了换个区域居住,有的是为了换个大的房子,有的则是为了投资。

值得期待的未来

华润对自身的宣传,从来是不吝啬的,花样众多、目标群体明确。去年10月20日,笔者随合肥华润凯旋门的准业主们,一同前往杭州华润万象城感受了一番。

作为杭州第一个真正意义上的SHOPPING MALL,万象城汇聚了杰尼亚、LV、DIOR、FENDI、万宝龙等诸多世界知名品牌精品店,三十多家美食场所,以及奥林匹克标准的真冰滑冰场,顶级影院,SPA,沙龙等多方位休闲服务设施。

同行的张女士直言,“深圳的万象城比这还牛气,超级高端奢华,而且人也超级多。”言语间,她也充满了期待,“杭州这个万象城也不错,不知道合肥的万象城怎么样?”

据笔者了解到,合肥华润凯旋门所临近的合肥华润万象城,将与其他分布于各城市的万象城一样,标配顶级影院、真冰滑冰场、世界名品店、高端特色餐饮区等,并将结合安徽特色,致力于打造辐射整个安徽的高端商旅休闲中心。在合肥华润万象城的周边,将是国际标准打造的写字楼,以及超五星级的君悦酒店。

杭州万象城之行,据当地市民介绍,万象城旁边华润悦府的开盘价格为29000元/平米,一年的时间翻了一番。去年,已达到60000元/平米。也难怪今年1月12日开盘当天,有不少北京、上海、广州、杭州等外地购房者前来购房。这里的投资前景,确实值得期待。

集合而成的优势

合肥华润凯旋门的地段非常好,有水有氧,虽然称不上“独一无二”,但也是万里挑一;凯旋门的品牌非常亮,对于合肥,乃至全国的购房者而言,华润即便不是“数一”,也绝对属于第一方阵的大牌名企;凯旋门的品质非常硬,华润一直在践行“高品质战略”,严格执行“毫厘工程标准”,已构成完善的质量保障体系;凯旋门营销非常活,通过活动和体验,让欲望者最直观地感受那份冲动。

“营销决定论”在楼市早期的野蛮生长期或许有“一白遮百丑”的神奇功效,如今虽然依旧重要,但是,如果离开了楼盘的环境、品质、品牌,软件与硬件水平,再好的营销活动也只能是空中楼阁。

对项目品质的追求,固然有商业契约的约束,但是,精益求精,则更多地出于企业的责任感与道德感。合肥华润凯旋门精选地段之后,着力打造的不只是高质量住宅,而是高品质生活街区,其所规划的区域,很有机会成为安徽未来的“财富象征之地”。

正是集合优势的集中发挥,才让本来“高不可攀”的豪宅,成为大众疯狂追捧的对象。

