

链接南益地产实力图谱

——南益地产集团山东区域总经理王明春专访

翻阅中国(山东)住交会的历史,这是王明春第五次在“中国房地产(齐鲁)十大风云人物”的评选中荣耀加冕,每一次的获奖都记录着王明春和他领军企业的成长与骄傲。不是第一次采访王总,但是每次对话都能使记者从他的稳健从容中读出全新的内涵与澎湃的激情。

市场认可的外来强者

记者:历经6个年头的成长与历练,南益·名士豪庭无疑已经成为济南房地产市场上一颗耀眼的明珠,彰显出成熟大盘风采,请您就名士豪庭的开发给我们这个市场、这个行业谈一些成功的经验?

王总:开发商是一个城市的建造者,同时也是一个城市生活品质的倡导者,名士豪庭是南益集团在济南投资开发的第一个楼盘,也是南益集团的重点项目之一。名士豪庭项目的热销和所获得的荣誉离不开社会各界的支持与帮助,来到济南的这六七年的时间,可以简单谈谈我们名士豪庭项目操作的一些心得体会。

对于项目的产品定位,我们南益地产从决定开发名士豪庭项目的那天起,就有着开发济南标杆性楼盘的决心和信心。所以从立项之初,我们即开始严格的选择合作伙伴,集合各方面优秀的团队,各专业团队的构建是开发出优质产品的保障。目前来看,我们在四五年所定位的产品在如今的市场形势下仍然具有一定优势。

对于项目的营销策略,在运作初期,项目营销诉求重点为企业品牌以及硬件产品品质形象的展示;近两年,项目通过外部利好因素及内部配套的逐步完善,塑造出国际级成熟社区形象。随着客户的入住,我们在完善硬件的基础上,软性的服务,生活品质的打造就成了我们的新目标。我们一直注重生活方式的引导和品质生活的塑造,在物业服务上,我们注重贴心、用心的细微服务,陆续举办了多次受到客户关注的营销活动以及社区活动,为业主营造出一种舒适、高雅的生活氛围。目前,名士豪庭通过外部利好因素及内部配套的逐步完善,塑造出国际级成熟社区形象。

记者:南益地产进驻济南6年以来,已经成为当之无愧的外来强者,

“来自香港,服务济南”的企业理念已经深入人心,已进入尾声的2010是南益地产所提倡的品质服务年,具体到名士豪庭项目都有哪些方面的服务举措?

王总:2010年是南益地产发展的重要一年,我们将今年定为“品质服务年”,是为了让广大购房者见证南益地产用心建筑的决心,名士豪庭项目的品质服务主要包括以下几个方面:

作为品质服务年,首先最重要的一个点就是物业服务,名士豪庭项目济南首家引入世界金钥匙服务,在目前南方物业先进服务理念和管理模式基础上,引入了酒店模式,融入酒店管理元素,推出金钥匙特色物业服务,可以为名士业主提供更多的“满意加惊喜”服务。教育服务方面,大地名士双语幼儿园开园一年多来,以其良好的幼教水平赢得了业主的好评和信任,招生十分火爆。今年9月份,东方双语实验学校名士校区(名士小学)正式开学,迎来了建校第一批学生,也填补了东部新城区无名牌小学的空白。

生活配套服务方面,已经开街的香榭丽商业街可以满足业主的日常需求,近4000平米的会所为业主提供休闲娱乐的好去处;同时,周边市政配套也在完善,社区门口过街天桥正在建设,居住出行更加方便,文博中心三馆中山东博物馆新馆、档案馆新馆已经正式开放,项目的居住、文化氛围日益浓厚。在园林环境和文化服务方面,精致的社区风景始终是生活的主角,并且我们是先做景观再交房,项目已入住区域也已成济南住宅项目的景观示范区。南益·名士豪庭运营的逐步成熟,为业主提供着丰富的系列社区活动。我们冀望名士豪庭成为济南的一道恒久风景线,她的价值应该是历久弥新的。

城市价值提升的倡导者

记者:在城市化进程中,品牌竞争已经成为一种趋势,请问您是如何理解房地产企业品牌概念?

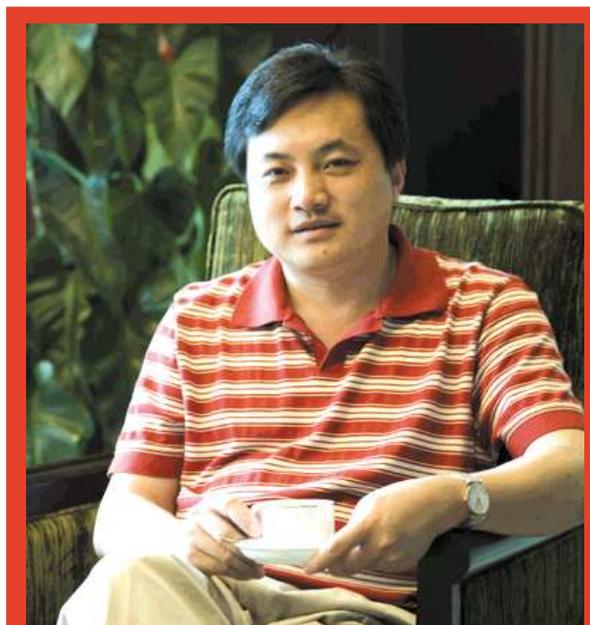
王总:没有品牌,企业就没有灵魂;没有品牌,企业就失去生命力。品牌的价值是一种超越企业实体和产品以外的价值,是与品牌的知名度、认同度、美誉度、忠诚度等消费者对品牌的印象紧密相关的,能给企业和消费者带来有效的价值。良好的品牌价值是企业无形资产,它可以保障企业市场的不断扩张,为企业树立良好的形象。然而,良好的品牌价值还应该向社会、向消费者不断地加以传播,使之家喻户晓,才能发挥扩大市场的功效。

记者:您能否为我们介绍一下南益地产的品牌核心价值?是哪些方面成就了南益地产的品牌?

王总:“精细、关爱、品位”是我们南益地产的品牌核心价值。其中“精细”更是南益地产品牌立足的基础,没有精细化产品和服务品质,就没有客户的口碑。因此,作为南益地产旗舰项目,名士豪庭以客户为中

心、注重客户体验与产品细节,为客户提供经得起时间考验、有生命力和有情感的建筑。“关爱”是南益地产与客户联系的纽带,南益地产所开发的产品不止满足居住生活的基本层面,还满足了人们相互之间爱心传递与人格尊重的更高层次的需求。南益·名士豪庭每年都针对不同年龄段组织丰富多彩的社区活动,如业主运动会、业主嘉年华、英语角等,促进邻里交流,打造人文社区,让孩子健康成长,让老人安享晚年,让业主舒心放心。“品位”是南益地产的最高目标,其为置业者建造的不仅仅是一个生活空间,而且也是一处兼容个性化生活品位、彰显产品艺术的精神家园。

“得之于社会,用之于社会”是南益地产始终如一的主张。热心公益,捐资助学一向是南益地产的传统。做到生命强大、长久不衰不是一个企业最终的目标,企业发展的最终目的应该在于能增进社会的福祉。所以,我认为,精细的产品和服务、关爱的社区氛围营造、品味的生活方式以及奉献于社会的企业宗旨,是我们南益地产得到社会各界认可的主要原因。



CELEBRITY SHOW

王明春, MBA 硕士, 高级工程师, 国际注册商业房地产投资师, 现任南益地产集团山东区域总经理, 济南市政协委员, 济南市侨商会副会长, 济南市港澳投资商会副会长。王明春在济南六年多来, 带领团队开发南益·名士豪庭、南益·名泉春晓等项目, 先后荣获“中国房地产100位最具领军企业家”、“中国房地产(齐鲁)十大风云人物”、“山东省杰出侨商”等荣誉。

高端居住的布道者

记者:在2010年您所领导的团队,南益·名士豪庭持续热销,新的项目南益·名泉春晓2010年11月盛大奠基,引起了市场的广泛关注,您能否介绍一下南益地产在济南的又一力作?

王总:南益·名泉春晓是在开发名士豪庭之后在济南的又一重要作品,秉承南益地产精品化开发理念,吸收名士豪庭创作精髓,我们将倾力打造一个聚合旗舰商业、情景商业街、高档写字楼、精品公寓和高尚住宅群的复合规划,多元业态的国际新街区。

记者:南益·名泉春晓对济南天桥区城市化进程将产生怎样重大的意义?

王总:我们南益地产对投资济南做了长足的打算,名士豪庭得到了大家的认可,盛名之下,精益求精,我们对济南更有信心。众所周知,天桥区的发展一直是济南关注的焦点,而我们南益地产作为具有社会使命感和责任心的房地产开发企业,有义务为济南的城市发展尽心尽力,所以我们选择了这一地块进行第二个项目的

运作,我们也有信心为济南为天桥区的发展再出一份力。南益·名泉春晓总建筑面积约55万平方米,倡导优质生活理念,打造泉城住宅标杆新高度。

南益地产一直秉承“良心、责任心、社会公德心”的开发理念服务社会。在济南,继续成功开发名士豪庭后,2011年推出重要作品——名泉春晓。天桥宝华片区名泉春晓项目,是南益地产初到济南时第一个接触到的项目,多年以来,我们自始至终对这个区域保持着热切的关注。作为天桥区最大的棚户区改造项目,各级政府都非常重视,本着改善民生环境,提升城市形象的基本目标,今天,南益地产终于有幸参与到天桥区城市建设中来。

在济南市和天桥区各级政府的领导下,我们参与到西北片区的城市改造中来。名泉春晓定位为国际新街区的概念,我们有义务和责任把“国际新街区”这种先进的生活方式带到济南,为泉城注入一种全新的生活形态,实现天桥区棚户区生活品质的全面提升。

后记:地产锐舞者

“房地产并不是土地、材料和功能的市场,而是时代、文化和精神变革的产物,楼盘并不是钢筋加水泥,它脱胎于自身所要求的文化和精神。”20世纪最杰出的建筑历史学家尼古拉斯·佩夫斯纳如是说。在风云变幻、跌宕起伏的房地产市场中,王明春总经理带领他的团队,以品质为目标,以责任为根本,以信心为动力,从精铸品质到精心服务,致力城市建设,成就人居梦想,成为品质地产的锐舞者。

(楼报记者 刘晓阳)