

从造房子到造生活

绿城·蘭园领衔新昌人居



2016年以来的楼市，只能用一个“火”字来形容。杭州首个“日光盘”绿城杨柳郡当天不但几百套加推房源被抢购一空，现场千人争抢的现象更被戏称“堪比春运”。一个项目如此受追捧是奇迹，而这种现象，在绿城各地的项目中早已成为常态，值得我们思考。

绿城现象

中国房地产界的一道独特风景

凡绿城造的房子，即使每平米比周边同类房源贵上几千元，购房者依然觉得物超所值；凡绿城造的房子，总能一眼辨别出来，并且一看就很有品质感；凡绿城的房子，交付时的价格往往会远远高于开盘时的价格；多年来，绿城的业主满意率和重复购买率总能遥遥领先于业界……

“绿城的楼盘是我唯一不看任何图纸和资料就敢买的。”“跑了十几个楼盘最后还是选了绿城的。”“绿城的房子，是我可以想到送给孩子最好的礼物。”……业主口碑、媒体美誉，就连挑剔的专业人士也赞不绝口。在长达22年的探索和追求中，绿城成功奠定了“中国高端物业营造专家”的领先地位，赢得了全国无数“绿粉”的忠诚拥趸，不可不谓中国房地产界一道独特而耀眼的风景区。



服务+生活

理想生活综合服务商

今天，中国城市居住人口对服务的需求已日益多元。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。

于是，当别人还在建造房子的时候，绿城就开始致力于物业服务；当别人开始抓物业，绿城已经转战园区服务；当别人都开始跟风打造园区，绿城又开始了营造生活之路！我们看到，绿城勇立潮头，不断尝新，紧扣时代发展，创建出完善的“绿城园区生活服务体系”，以人的精神需求为出发点，包含健康服务、文化教育以及生活服务三大系统，全面覆盖全年龄段业主的生活。



惟有生活最珍贵

绿城蝶变焕发新生

刚刚结束的2016年杭州第十六届人居展上，绿城焕发出锐意进取的青春面孔，坚定地与时代理想生活同行，以全新形象、酷炫形式，将新的年度主题升华为“惟有生活最珍贵”。

生活营造，是绿城董事长宋卫平目前最重要的研究课题之一。他对自己现在的定位，正是“首席产品官”和“首席生活服务官”。宋卫平还说：“生活营造是未来房地产市场的主流，但要做好，有很高的门槛。绿城过去也注重物业服务、园区服务，现在上升为生活服务，公司的品质管理理念要从产品品质管理和服务品质管理拓展到生活品质管理。”

从美丽建筑，到美好生活，到“理想生活综合服务商”，到今年提出的“惟有生活最珍贵”，足以显示出绿城对“生活”的认知越来越清晰，对“生活营造”也越来越得心应手，越来越贴合时代的脚步以及消费者的内在需求。

绿城蘭园

领衔新昌人居标杆地位

回观新昌，绿城现象也一直上演。绿城蘭园连续两年荣膺销售排行榜前列，仿佛将财富阶层的万千宠爱集于一身，为新昌久旱的高端房地产市场带来阵阵甘露。如此巨大的吸引力，源自蘭园客户对绿城生活营造的信赖和赞许。不同于普通购房者只着眼于赠送、户型等物理属性，蘭园的客户更关注品牌与生活服务。

作为绿城经典样板的二代高层，绿城蘭园从幼儿到老人都有相应主题的园区服务：

一、关爱服务

1. 老年社团服务（如组建老年人太极社、健身操队、棋艺社等，丰富长者日常娱乐）；
2. 为长者提供关怀服务（70岁以上长者，享定期上门健康管理，检查家庭药箱以免误服过期药品；80岁以上独居老人，享每日关怀问候，共话家常，排忧解难）；
3. 中高考期间特殊服务（控制噪音、服务中心管理员上门拜访、考试期间考生接送等）。

二、健康服务

1. 健康宣传、讲座、沙龙、运动服务；
2. 建立每户健康档案服务；
3. 免费提供健康测量及咨询服务。

三、文化教育服务

1. 每周末开放少儿活动中心，根据需求设定课程；
2. 以“颐养天年，乐学人生”为主旨，组建颐乐学院；
3. 每年定期举行夏令营海豚计划游泳培训活动等。

四、园区定期开展各种活动

新春送爱活动，正月十五元宵活动，中秋电影节活动，园区运动会，邻里百家宴等带给蘭园业主美好的体验。

