

碧桂园谢金雄： 惟有真诚才能创造精品

封面之作 惊艳申城

工作马不停蹄，谢总却始终保持良好的精神状态，说到沪苏区域在上海的明星项目嘉誉，他自豪地说道：“首批推出的产品被一抢而空，我们在上海首战告捷。”

6月25日，碧桂园集团沪苏区域四盘齐发，一天销售逾20亿，创单日销售新纪录。其中，作为重返上海的首作碧桂园·嘉誉更是以1.5小时销售逾8亿的速度，销冠嘉定！6月26日，沪苏区域签约金额突破了百亿。根据最新公布的房企销售排行榜，碧桂园合同销售额高达1250.7亿元，同比增长129%，稳居国内前三甲，保持了良好的发展势头。

据悉，碧桂园已将年度合同销售目标从1680亿元提至2200亿元，而沪苏区域计划全年完成指标逾200亿元，为集团贡献了近10%的销售额，在碧桂园集团名列前茅。这也彰显了碧桂园以上海为中心、辐射长三角地区的雄心壮志。

产品为王 重视客户需求

仅仅半年，碧桂园集团沪苏区域就创下百亿佳绩。在房企竞争日趋白热化的今天，这样的速度和战绩堪称奇迹。在分享碧桂园赢得佳绩的秘诀时，谢总十分自豪地提到两点：一、产品；二、客户。他表示，只有优质的产品才能长久赢得客户的



信任，只有真诚的态度才能创造精品。“客户需求是一切的出发点。我们宁可损失自身利益，也要保证客户利益最大化。我们承诺的，会全力以赴去实现，这是碧桂园杨国强先生始终强调的准则。”二十年前的场景还历历在目，谢总印象尤为深刻。杨国强先生在大年初一亲自提着果篮，挨家挨户拜访客户，了解他们的真实感受，不断进行产品的升级、改善，尽一切可能为客户创造一个五星级的家。

据了解，碧桂园拥有庞大的客研团队，不断升级产品研发能力，对每个细节精雕细琢。碧桂园董事局主席杨国强先生对产品研发提出“八字要求”：经济、实用、安全、美观。这被视为这轮产品革命的主线，也将为碧桂园进军一线城市的夯实基础。碧桂园的升级产品精细至52个生活细节，并首创“实用、健康、舒适、科技、安全”五大精工体系，从入户玄关全能收纳，再到厨房空间人体工程学设计，从卫浴干湿分离，到

长者单键报警应急系统，可谓是无微不至。“我们随时都在关注同行和市场，了解客户对产品的认知度，随时进行总结汇报。”谢总笑谈，哪怕工作再晚，都要“骚扰”一下杨国强先生和莫斌总裁，分享一些对产品和客户的心得体会。“我们的产品线较为丰富，从一线城市到五六线城市，根据城市、区位、地段、客群的不同，采取差异化的定位策略，推出符合目标客群需求的产品。比如上海嘉誉针对首置、首改人群，尤其是“新上海人”和偏年轻置业人群，而针对三四线的劳斯莱斯系列则是面向改善型需求。

稳健拿地 加强合作

2016是上海地王频出的一年，一二线及周边区域土地市场异常火热。几乎每块出让土地的竞拍现场，都能见到碧桂园积极的身影。谢总坦言，扩充土地储备也是下半年重点计划之一。“不仅是远郊项目，市中心的优质地块同样是我们的目标。”谢总表示，沪苏区域除了传统的招拍挂之外，也计划通过合作、并购等途径获取土地，尤其加强与上海当地本土开发商的合作。截止到6月底，碧桂园沪苏区域已布局长三角9个城市，拥有高品质地产项目高达40个。

不仅如此，谢总还提到了碧桂园对于旧城改造的雄心。“旧城区充满了商机，碧桂园具备‘造城’能力。”

在碧桂园集团3月份的业绩发布会上，总裁莫斌透露，公司将优化土地市场，采取一二线齐头并进、三四线面对改善需求的战略，对地段的要求越来越高。碧桂园拥有在规模上做到行业第一的愿景，势必不断补充土地资源，加快抢地节奏。据悉，碧桂园第一季度的拿地金额已经超过300亿。

务实低调 言出必行

提起碧桂园，谢总无比自豪。自大学毕业加入碧桂园的二十多年来，谢总与千亿碧桂园一路共成长，见证了房地产行业的波澜壮阔，碧桂园低调务实的企业基因已深深融入了他的性格。从谢总言语之间，我们能感受到他发自肺腑的热爱和忠诚。

而创始人杨国强先生的谆谆教诲更是影响了谢总的人生。“他一直教导我们，要做一个真诚的人，一个对社会有责任感的人。不要说空话，要扎扎实实的做。”每当提起杨国强先生，谢金雄充满了敬佩和感激。“他对业主的关心远远超出了想象。他不仅关心他们住得舒不舒服，孩子是否能读得好学校，还十分关心食品安全，投入巨大精力进行这方面的研究，只为给客户带来最好的一切。”

“给您一个五星级的家。”碧桂园人正在以他们的优质产品和服务，履行着这个承诺。

华侨城西康路 989 全新奢适大宅开盘



7月2日，华侨城西康路989在万众瞩目中推出了2016年度新品，约230平方米4+1房的32席精装大平层甫一问市，高端市场反响热烈，开盘当天定销金额达约4亿元，再度刷新上海奢适尺度。

此次西康路989推出为社区景观楼王，户型设置南北双露台、大尺度玻璃窗、阳台、凸窗专为观景设计，舒适通透，全方位处处观景，推窗即可尽揽园林美景。同时，入户大堂配置，

地下大堂与地面大堂(5米挑高)、标准层电梯厅整体奢装，一梯一户。

纵观市中心豪宅同面积段产品，多为3房，尽管格局奢侈，却在居住的实用性方面失衡。西康路989新品恰恰填补了这一市场缺口，不仅照顾到奢阔空间的舒适性，更考虑到了居住实用性，230平方米的面积做到了鲜有的4+1房，7.2米舒适客厅面宽，3.15米阔绰层高，从容满足三代同堂的家庭梦想。

首次迪士尼度假区内公益跑成功举办



7月3日，首次迪士尼度假区内公益跑在上海迪士尼申迪生态园内拉开了帷幕。数百名运动健儿成为第

一批迪士尼度假区内的跑步者。

本次活动由碧桂园森林城市上海国际展销中心主办，参与者只需跑完全程5公里，活动主办方碧桂园森林城市即捐赠一笔善款给“上海宝贝之家病患儿童关爱中心”用于儿童公益事业，希望通过此次公益跑活动让更多的人关注病患儿童这一群体，给予他们更多关爱。

宏方发展中心领军影视文化产业

近日，上影集团宣布与德国巴德斯图堡制片公司合作，投资20亿元在车墩建设新一代的上影片场。同时一场名为《创新的力量》论坛——暨“中国电影走向世界之路”作为2016上海国际科技电影展论坛，移师车墩影视基地核心区的生态独栋总部园区(宏方发展中心)举行。

宏方发展中心位于松江东部经济开发区，紧邻旗忠高端板块，距车墩



影视基地3公里左右。是车墩影视基地将全面升级利好消息的直接受益者。目前宏方发展中心以2016国际科技电影展官方合作伙伴为契机，

将松江区域的大环境旅游文化概念及车墩影视基地相结合，打造文化示范创意园区。

据悉，宏方发展中心占地面积6万多平方米，总建筑面积9万平方米，分为南北两大中心基地，园区共有56幢独栋商务总部，配套人才公寓。建筑面积从105平方米至2382平方米不等，标准层面积从270至660平方米，可自由分割。

晶品引入百老汇《Q大道》展

7月1日至9月11日，美国百老汇代表作之一的《Q大道》，进入中国后首次以展览的形式落地上海。在位于上海黄金商业地段——静安商圈的晶品Crystal Galleria内，《Q大道》的经典公寓、街头艺人小尼、投行经理罗罗等住客正以栩栩如生的玩偶形象一起迎接参观者。

晶品Crystal Galleria位于上海

黄金商业地段静安寺商圈，集合购物、餐饮、娱乐、乐活、时尚潮流等功能于一体，以“活力、创意、乐趣”作为商场的核心特色，在品牌定位、服务体验设计上不断精益求精，力求为消费者带来更惊喜、更精致的体验。正如其命名起源，似一颗水晶，炫耀自我本色，致力于为消费者打造别具一格的消费体验。

滨江奢境大师样板为超越传奇而来



7月2日，阳光城·滨江悦大师样板间揭开了神秘面纱。以居者之“悦”为产品研发的起点，以“降维战略”为方法论，重新定义轻奢豪宅的“升维生活”。

据悉，此次首批开放的105平方米雅致户型，位于内环滨江腹地，在户型上讲究动静和谐，动景朝向城市，静景朝向社区园林。主人房的生活按照安曼的套房设计，同时采取五种不同措施保证在繁华地段也能享受安静睡眠。滨江悦还首创第三厅。居者在城市当中拥有一件独立自主的会客场所，可举办私人沙龙等。此外，滨江悦8大智能科技系统让生活更简单。如远程空调控制、离家模式等。

中南·锦庭景观样板示范区耀世启幕

7月2日，“庭藏锦绣 大势已成”中南·锦庭景观样板示范区揭开神秘的面纱，耀世启幕。作为中南集团上海首著，中南·锦庭以浓郁的西式风情华丽上演了一场品质级的视觉体验。

售楼处现场，沙盘及户型展示区、中央景观园林、实景样板间，优美雅致。中南·锦庭以西班牙的“慢”生活为蓝图，融合奉贤南桥当地居

住习惯，在户型在规划设计上采用了3米层高、户户赠送飘窗的设计理念，同时在建筑过程中加入了新风系统，着重于居住的舒适性，旨在带给居者更高品质的生活体验。

据悉，中南·锦苑新品洋房傲立南上海黄金大动脉南奉公路旁，周边苏宁、百联等都会商圈举步可至；超低容积率，超高绿化率，稀缺低密

住区将更多的空间留给阳光与风景，至臻洋房有天有地，还原风靡上海百年的洋房居住乐趣。

近期，随着南桥新城新地王的诞生，南奉公路周边住宅价值也随之不断飙升。作为南奉公路旁稀缺墅质住区，中南·锦庭大势已成，随着唯美景观样板示范区璀璨绽放，南桥的低密舒适生活亦拉开帷幕。