万达公馆
如何勇创豪宅销售神话
——揭秘合肥万达公馆热销真相



万达在合肥：

从万达拿下合肥地王开始，便注定万达广场这个项目的不平常。

2009年11月28日，室外商业步行街未卖先抢，当天清盘；

2010年2月6日，中心名宅当天所推几近售罄；

3月20日，北区芜湖路底商开盘当天告罄；

5月底，贵为“中心双塔地标”的甲级智能写字楼6号楼低调开盘，未作任何广告，所推房源当天仅余数席；

6月27日，誉为“中国豪宅典范”的城市中心豪宅万达公馆开盘，首期推出当天售罄；

7月24日，万达公馆一期加推房源又被客户定完

……

合肥万达广场的产品往往是尚未开盘，就表现出极高的市场关注度与客户追捧度，屡被热抢。开盘当日，销售盛况更是引爆全城，刷新纪录。时至今日，热销势头延续近半年，热度丝毫未减，铸就万达骄人销售业绩，而这都源于万达强大的品牌实力、优异的产品品质、优质的服务以及万达一切为客户考虑而不断的自我超越。

这位在城市发展中挥斥方遒的领导者，这位缔造无数奇迹与城市影响力的地产巨擘，在热销与市场殊荣的背后，又是抱有什么态度？对此，来听听万达自己的观点。

“热销不是涨价的理由”

不断提升城市生活品质，不断发掘自身产品新的价值，不断给高端客户提供高质量服务，是万达在建设过程中始终坚持的信念，同时也是万达热销盛举源源不断的动力。对于热销，万达并未趁势涨价，而是保持冷静头脑，响应国家促进房地产市场平稳健康发展之号召，从容应对持续不减的销售热潮。也正是此理性思考与明智之举，让原本市场信任度与赞誉度颇高的万达，反而赢得更多客户，成为万达持续热销的重要原因与强有力支撑。

“热销是业主对万达信任的表现”

或许是历史赋予万达擎引城市发展的重任，让万达首次落锋合肥，便雄踞芜湖路黄金地段——这是一块曾经创造无限辉煌、代言合肥乃至安徽省经济水平的地方。带着对合肥人国际化大都市的梦想，合肥万达广场以风靡中国的“万达速度”，在包河公园之畔拔地而起。无以复制包河公园、南淝河等城市经典自然及人文资源，广受业主首肯；而代表中国甚至世界一流水平的购物中心、威斯汀酒店、地标性写字楼、奢装豪宅等，更让业主零距离感受在全国五十余城产生巨大魅力的万达综合体。“每一座万达广场，每一个城市中心”，客户相信，万达强大的品牌影响力，将同样为合肥带来无限发展前景，铸就合肥新中心，重新代言城市及安徽的形象。



热销证明万达公馆开创城市中心豪宅新纪元

万达倾力打造的中国豪宅典范产品——万达公馆自6月底开盘以来，凭借整体卓绝品质，一路保持热销势头。市场的真实反映，不是局限于客户对豪阔居住空间的青睐，而是对城市中心豪宅生活方式的接受与认可。由同步于全球豪宅居住风潮的190-290平米阔绰户型、同步迪拜塔等知名建筑的国际顶级精装家居品牌、国内屈指可数奢装交付标准、媲美皇室贵胄的私属管家服务等特质集优而成的万达公馆，其国际化程度、尊贵感与奢华感，即便身处北京、上海，也是不错的豪宅。万达公馆首次面对合肥，对于真正懂豪宅与豪宅生活的人而言，无疑成为他们首选。事实也正如此，据了解，万达公馆的热销，客户均属社会各界名流与财智精英，不凡身份、生活品味，造就他们极为深厚的豪宅鉴赏力，也让他们一致置业万达公馆。

“热销意味着下一次挑战的开始”

一路热销、客户热捧等诸多良好反应，验证着市场对万达豪宅品牌及万达公馆精细打磨品质的认可。市场及客户的厚爱，成就万达公馆的骄傲，同时也激励着万达不断努力，勇创品质新高，积极面对下一次的挑战。后续，万达公馆将加推新房源，以满足高端客户之需。对于品质的追求，万达同样也会一直提高要求与标准，即便是小到地花、线条的细节，万达都精益求精，严格要求自己，实现着一次次自我的超越与升华。诸如种种，很大程度上提升产品本身附加值。万达公馆样板间的再度公开，已获无数赞誉。万达公馆何时再次加推房源，无数客户翘首以待。





(陈红)