

你买的不是房子,而是生活方式

郑州万科新IP:美好生活场景师!

人皆有梦。

庄子在梦里梦见一只蝴蝶,醒来后不知是蝶在梦中,还是身在蝶梦,只能徒留惆怅。是为庄生晓梦。

古往今来,梦都被认为是个美好而又缥缈的东西。

高冷如王菲也期待《梦中人》,“多么想变成真”。有多少人迷恋那些在黑夜越发肆意的梦境,就有多少人为了暗藏心中的那些美好梦想孜孜以求。

“永远把人民对美好生活的向往作为奋斗目标。”每个人都对美好生活有所向往。

它可以大到对祖国未来充满希冀,也可以小到生活点滴柴米油盐……更可以,缩影一个人的人生,囊括每一阶段对美好生活的需求。

对于普通人来说,美好生活是我们对岁月的满满收获感;对于万科来说,美好生活,是我更懂你,你更需要我。“美好生活场景师”,郑州万科的新IP。你所想要的美好生活,都能在这儿实现! 记者 王亚平



郑州万科城实景图

生活在郑州万科,消费在郑州万科

张磊,土生土长的郑州人。他在郑州万科城买了一套洋房,现在,一家人已经幸福入住。

女儿就读高新区万科城华中师范附属小学,每天放学后,都习惯去小区里的四点半学堂温习功课。她还经常到社区营地学习舞蹈和美术。

张磊答应女儿,暑假让她去深圳参加万科的帆船航海夏令营。

张磊的妻子,最期待高新·万科广场的开业,到时候就能在家门口消费购物了。

到那时,张磊一家不仅住在万科,还生活在郑州万科,消费在郑州万科。

……

原来,人们喜欢万科,是因为万科物业,而近几年,万科业主自己都发现,他们的日常生活,都在不知不觉中与万科发生联系。

去年11月,在一次媒体见面会上,万科董事会主席郁亮画了一个蓝图,造了一个新名词:美好生活场景师。

他原话是这么说的:“万科未来要做的是,成为美好生活的场景师,来匹配城市配套服务战略。”

此前的“城市配套服务商”,更准确地说,是一个企业定位名称;而“美好生活场景师”,则更像是一个在你我身边的挥毫泼墨大师,为你勾勒出未来生活的美好愿景。

从“商”——“师”,一个字差异,何止是定位变化。

近年来,万科陆续进入教育、冰雪、养老、商业、物流等行业,这些看似毫无关联的点,现在因为“美好生活场景师”,被串连起来,服务于业主及市民,在不同的场景中,融入生活的各个细节。

不仅是房子,更是一种生活方式

想当年,张磊对房产一窍不通。因为需要改善住房,他找到一个了解房地产的朋友,帮助选房。好友毫不犹豫地否定了张磊最初的几个选项,直接把目标锁定郑州万科城。

好友的建议非常清晰:看好万科,信任万科。

选择万科,不仅因为万科的口碑好,还因为万科的企业文化与人文情怀。好友当时说,万科有独有的亲子夏令营,让业主孩子开阔眼界、增长体验,未来还会有更多的服务项目,虽然当下不知道是什么,但一定是所有房企里领先的。

买房,不仅是买房,更是选择一种生活方式,选择对未来的憧憬。张磊的房子,从购买至今,增

值了不少。更让张磊开心的是,高新·万科广场招商工作已经启动,影院和超市都差不多确定了,4万多平方米的体量,一定会给高新区商业注入新的活力。

将来,这里会有餐饮、电影院、健身房、时尚潮品,生活需要应有尽有。不仅文化品位独树一帜,还将起到填补区域空白的作用。

高新·万科广场还在蓄势,美景龙堂·万科广场已经掀起了一轮风暴。自4月26日开业后,迅速成为区域的商业新中心,成为郑州家庭聚乐的新地标。

有市民体验后,这样总结:万科广场就是主打“品质概念”,聚焦“家庭生活”,关注“儿童体验”,全力打造集休闲购物、娱乐餐饮、

儿童零售、居家生活于一体的品质升级购物中心,提供了家门口休闲娱乐的新模式,满足了周边人群生活品质的新追求。

郑州万科的商业储备已达近百万平方米,全面覆盖万科生活广场、万科汇、万科广场三大产品线,包括了美景龙堂·万科广场、美景·万科广场、高新·万科广场、万科城生活汇、星辰·万科生活广场、万科城生活广场、百荣·万科生活广场等商业项目。

其中三座分别位于区域板块新中心,地铁、主干道等立体交通便利,覆盖社区广泛,消费客群丰富,具备成为城市中心的客观条件,完全符合万科“美好生活场景师”的角色定位。

住万科,让你和家人发现更好的自己

张磊的女儿今年上三年级。她不仅喜欢小区的四点半学堂,还在社区营地学习舞蹈和美术,这些都是聪明的小姑娘最喜欢的项目。参加万科的暑假帆船航海夏令营,是张磊女儿最期待的事儿。她还梦想着,有一天能上万科的梅沙书院。

也许,这一天并不用等太久。

今年1月14日,万科在深圳发布“梅沙教育”(Meisha)品牌,宣布实施“百校计划”。

按照计划,到2020年,万科

梅沙教育集团要在全国范围内落地100所全日制学校,包括深圳万科双语学校(九年一贯制小学初中)、梅沙双语学校(初中)、梅沙书院(高中)、梅沙艺术学院等,届时将服务超60万个家庭。

如计划完成,梅沙教育将成为万科集团体系内最大的教育品牌,与万科上海区域的“德英乐”教育品牌形成万科的K12(从幼儿园到12年级)教育体系。

除此之外,万科在全国已建立了涵盖九年制素质教育启蒙、

培优基地以及户外体验式教育社区营地、城市营地、度假营地等多层次多元化教育产业体系。

对于女儿看的是未来,对于自己享受的是现在。张磊说,万科物业经常组织各种活动,丰富业主生活。“过去是万科业主自己组织活动,而现在,万科正在打开业主的想象力。万科具有强大的品牌效应与资源整合能力,一旦发挥出实际效果,其带给业主的幸福指数,将成几何倍数增长。”有万科业主这样说道。



营造美好生活的“场景师”

张磊体验到的,还只是郑州万科升级服务的一部分。

比如,万科的长租公寓泊寓,已经覆盖全国27个城市,有超过130个项目,7.8万间房。未来三年将覆盖全国30个城市,2019年底前计划开业15万间。

郑州万科的泊寓项目落子冬青街腊梅路,近400个房间风格各异,一站式满足年轻人对家的梦想。

养老业务CCRC自2013年

杭州随园嘉树开业以来,已在11个城市开展了161个项目,另有45个项目在建。

悦榕庄、抚仙湖、良渚文化村……万科的文旅小镇和冰雪小镇,正开启一种新的度假哲学,为业主建立一种新的生活方式。而这些对于万科业主的感受都是近水楼台先得月。

一米菜园、业主烧烤会、游玩主题会……打造“园汁园味”的生活领地,其乐融融之景,你

喜我悦之情。

居住是核心,既是万科的产品核心,也是品质核心。而“美好生活场景师”则是围绕居住打开想象空间,打造的各个服务板块的呈现,形成矩阵,相互关联,让你生活中的每一个场景都与万科产生联系。

“美好生活场景师”,其实就是万科的新IP。郑州万科就在你身边,你所想要的美好生活,离你并不远。