



品牌体验之旅第一站：万科中心 绿色、人文、创新，漂浮的地平线、躺着的摩天楼

“万科中心代表了万科对自然的一个态度，对社会的一个态度。”在万科总部——深圳万科中心，我们看到的不仅是一座恢宏壮观的建筑，更是万科绿色、人文、创新设计理念的代表作。

2009年落成的万科中心，位于深圳市盐田区大鹏湾畔，地处大梅沙旅游度假区，与香港新界隔海相望。这座集办公、住宅和酒店等功能于一体的大型建筑群是深圳市第一批建筑节能及绿色建筑示范项目。万科中心是全国唯一获得美国绿色建筑协会“绿色建筑LEED铂金认证”的城市综合体项目。

万科中心以“漂浮的地平线、躺着的摩天楼”的设计理念，造就中国第一个集大跨度、钢结构、悬拉索与预应力于一体的新型综合建筑。

万科中心被视为绿色建筑的里程碑，它的总体规划和建筑单体设计，充分利用自然采光和本地绿色建筑材料，低成本、低投入地平衡和维护周边的生态系统，并保障办公使用者的身心健康与舒适。

走进万科中心，绿色、安静的环境，给人以轻松的感觉，而仔细观察，你会发现这座貌似“复杂”的建筑体犹如一个会呼吸的生物：楼体的每个墙面经过太阳能采集量计算，控制百叶的开和角度，保证采光和温度，相对同类型建筑节能75%。

“万科中心为什么是这个样子？”万科董事会主席王石曾讲，“这是因为它代表了万科对自然的一个态度，对社会的一个态度。”在“低碳减排”成为全球共识的当下，万科作为“绿色建筑”的践行者，专注高品质、舒适环保、多样性的住宅产品先进技术，以自身的影响力推动房地产行业向绿色、环保、低碳方向前进。

品牌体验之旅第二站：万科17英里

建筑设计以人为本，万科物业与业主像朋友般融洽相处

亚里士多德说过，“人们居住在城市，是为了生活得更好。”如今，为了躲避城市的喧嚣浮华，人们纷纷向往“面朝大海，春暖花开”的生活。有人说这样的生活是一个梦，不会成为现实，但如果来到万科17英里，或许梦想可以成真。

万科17英里，位于深圳市东部溪涌盐葵路南侧海岸，西距小梅沙6-7公里，拥有壮观的蔚蓝海洋景观、天然沙滩及亿万远古礁岩群，是大鹏湾一道亮丽的海岸物业风景线。

万科17英里的建筑设计没有刻意营造的建筑风格，却有鲜明的建筑理念及主题：希望做到建筑与山坡结合、生活空间与大自然的融合，体现真正的海岸生活模式及态度。TOWNHOUSE与小高层之间形成统一的建筑语言，使之成为一个整体，外立面追求简单，尽可能融入整个大环境中。通过合理的布局，户户海景，充分引入海洋资源优势，体现海岸生活特色。坡地住宅

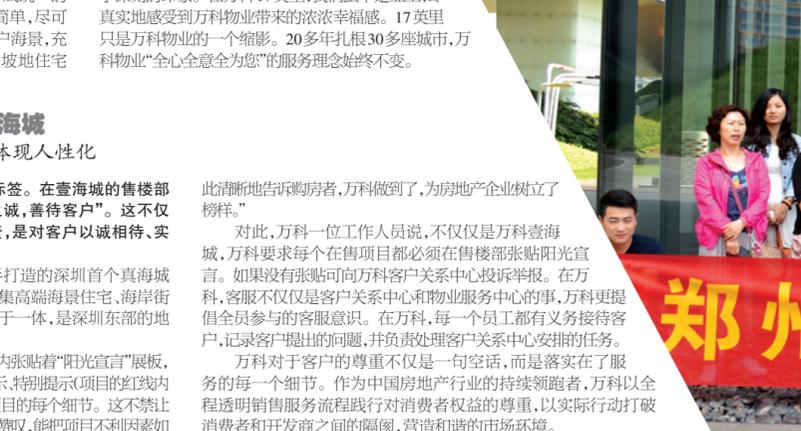
品牌体验之旅第三站：万科壹海城

阳光宣言，君子之诚，小细节处处体现人性化

“阳光宣言”可以称得上是万科的特色标签。在壹海城的售楼部里，我们亲眼看到了“阳光宣言”：“以君子之诚，善待客户”。这不仅是一个口号，更多的是万科对业主的负责，是对客户以诚相待、实事求是的态度。

万科壹海城，是由万科和招商地产联手打造的深圳首个真海城市综合体。总建筑面积约35.7万平方米，汇集高端海景住宅、海岸街区式购物中心、高端写字楼及多项市政配套于一体，是深圳东部的地标性建筑。

走进万科壹海城，我们发现项目售楼部内张贴着“阳光宣言”展板，内容包括项目每月进度公示、车位公示、节能公示、特别提示(项目的红线内外不利因素公示)，清晰地为每个到访者展示项目的每个细节。这不禁让媒体代表感叹：“阳光宣言公示的产品细节令人赞叹，能把项目不利因素如



此清晰地向购房者，万科做到了，为房地产企业树立了榜样。” 对此，万科一位工作人员说，不仅仅是万科壹海城，万科要求每个在售项目都必须在售楼部张贴阳光宣言。如果没有张贴可向万科客户关系中心投诉举报。在万科，客服不仅仅是客户关系中心和物业服务中心的事，万科更提倡全员参与的客服意识。在万科，每一个员工都有义务接待客户，记录客户提出的问题，并负责处理客户关系中心安排的任务。 万科对于客户的尊重不仅是一句空话，而是落实在了服务的每一个细节。作为中国房地产行业的持续领跑者，万科以全程透明销售服务流程践行对消费者权益的尊重，以实际行动打破消费者和开发商之间的隔阂，营造和谐的市场环境。

作为中国房地产行业的领军企业，万科在成立的第29年，将第60个城市的登陆地选择在了郑州。为使更多的中原人了解万科，“郑州万科品牌体验之旅”于5月8日~10日举行。 秉持“让建筑赞美生命”的企业理念，万科在郑州，将以精心的建筑设计、诚心的品质管理、贴心的物业服务、细心的人性装修、悉心的客户服务为中原人提供别具一格的居住体验。

郑州晚报记者 梁冰 文/图

万科心起点 梦想郑出发 2013 郑州万科品牌体验之旅圆满结束

“读万卷书，不如行万里路。”品牌的力量如果仅用语言来表达，似乎总有一些意犹未尽。为了让万科的品质更加看得见摸得着，为了让万科的品牌精神更加深入人心，5月8日~5月10日，郑州万科品牌体验之旅正式开启。

两天的行程里，河南主流媒体代表在美丽的深圳和东莞，零距离品读万科中心、万科17英里、万科壹海城、万科第五园、万科公园里和万科建研中心等知名项目，感受万科带给我们的品牌新理念。

记者观察：

“万科不仅是在建房子、卖房子，更重要的是为客户提供细致、周到的服务，创造一种新的生活氛围，引领一种新的生活方式。”此次郑州万科品牌体验之旅活动，让中原媒体更加了解万科，对万科品牌有了更立体、直观的认识。

一段旅程的结束，也是另外一段旅程的开始。如今，万科带着“让建筑赞美生命”的理念登陆郑州，中原的购房者纷纷翘首企盼郑州万科的作品为郑州带来新的人居生活方式。

2013年，郑州万科将推出两大力作：万科·美景 龙堂——万科礼献中原首个项目，坐拥千亩城市中央永久性绿地，为郑州带来全新的居住体验；万科·美景 万科城——320万平方米超级大城致敬中原，是继深圳万科城、北京万科城、上海万科城、广州万科城等之后全国第30座万科城，是万科最具影响力子品牌“万科城”10年集成之作。让我们拭目以待！

目前，万科会会员盛情招募中，位于农业路大商新玛特的万科外展场已经盛装亮相，持续接待入会客户。万科“心”起点，梦想“郑”出发！



郑州万科品牌体验之旅



品牌体验之旅第四站：万科第五园

传统与现代完美嫁接，诗意人文中的情景生活

万科并没有简单地复古和照搬，而是扬弃式继承，将传统与现代、中式与西式很好地嫁接和结合。既营造出适合中国人居住的传统居住环境，又符合现代人的生活习惯。

万科第五园，位于深圳北部坂雪岗片区的南部，该片区也是坂雪岗片区内最大的居住片区。在万科第五园的身上，我们可以看到徽派建筑元素的影子。放眼望去，整个小区内随处可见茂盛的竹林，幽静宜人。

漫步在第五园，每一个小片区，每一个小幽径，都有一个古色古香的名字让人品味。更以传统的徽派民居为设计元素，与现代设计巧妙融合在一起，虽古典却又显得自然不做作，让人叹为观止。这些建筑表现手法，很容易唤起曾经在民居生活过的人的心理共鸣，形成与传统中式建筑形态近似而在神似的良好效果。

行走在第五园小区中，浓厚而和谐的生活氛围时刻感染着每一个人。在小区一入门的广场上，儿童在活动场上嬉戏玩耍、老人结伴在运动器材上锻炼身体、悠闲的业主在小区竹林中散步、遛狗。整个小区非常静谧，浓荫的绿植将各个功能分区有效区域隔开来，业主在热闹地生活着，却不会干扰彼此。据工作人员介绍，这些看似不经意的自然园林排布和动线，其实都是经过精心规划和设计的，可以让业主在小区中的生活丰富而完善，同时又保证日常生活的安静和私密。

品牌体验之旅第五站：万科公园里

万科全面家居解决方案，让生活尽善尽美

万科深入研究装修房，制定全面家居解决方案，结合人体工学和生活习惯，将生活细节考虑得细致周到，小到电源插座的位置，大到生活动线的合理安排等。

告别万科第五园，我们来到了万科公园里，参观了简约时尚的售楼部，并一起走进园区，观赏了万科公园里的样板间。

通过参观公园里的装修样板间，我们深深感受到了万科在住宅装修领域的创新思维，体会万科全面家居解决方案的标准体系。与传统的全装装修房相比，除为客户提供完善的

售后服务外，万科全面家居解决方案的八大创新系统让人赞不绝口。这八大创新系统分别是：星级感受的公共空间系统、趣味玄关空间系统、神奇的厅房空间系统、愉快的厨房空间系统、享受型卫浴空间系统、功能强大的收纳空间系统、独具创意的家政空间系统和更加人性化的家居智能化系统。

比如：玄关口处安置一个贴心的悬挂钥匙扣；存放鞋子的收纳空间考虑不同鞋子种类的安放；夜间走动时不同光线需求的要求；动线布局合理的厨房空间；如厕、冲凉和洗漱的分离；家庭不同成员不同规格背包的收纳……万科住宅装修房通过一个个不为人知的细节，处处体现了人性化。

品牌体验之旅第六站：万科建研中心

以人为本，现在的探索，未来的变革

万科建研中心是万科“以人为本”理念的起源：重视人，理解人，以人的尺度，衡量每一个过程细节中的执行标准，持续提供超越客户期望的产品和服务。

众所周知，“住宅工业化”是由万科首先提出的，即推进更加工业化的全新建筑模式，从而提高住宅质量水准，减少环境污染和材料浪费。运用现代工业手段和现代工业组织，对住宅工业化生产的各个阶段的各个生产要素通过技术手段集成和系统整合，达到建筑标准化。

万科住宅产业化研究基地(简称万科建研中心)，由实验楼区、生产研究区、展示接待中心、景观研究区、内装研究区、辅助功能区等主要部分构成。在这里，我们看到“住宅工业化”的真正含义，万科在真

正用心做每个经典作品。万科整合国内外一流资源，形成核心技术储备，并通过展示万科在工业化住宅建造技术、绿色生态等方面的研究进程，引领行业技术发展方向，形成示范效应，成为整个行业的科技创新平台。

据介绍，由于工业化住宅大部分构件都在工厂生产，能够大大提高施工的精确度，从而使住宅获得持续稳定的质量和品质，直接受益的还是消费者。同时，工业化住宅的施工过程可以减少用水60%，减少建筑垃圾80%，并且门窗与墙体间的密闭性能带来住宅使用过程中冬季采暖和夏季空调使用效率的提高。

万科建研中心是万科“以人为本”理念的起源：重视人，理解人，以人的尺度，衡量每一个过程的细节中的执行标准，持续提供超越客户期望的产品和服务。万科产品体验馆正是以此为基础，集中展示从客户需求出发的创新研究成果的创新平台。