



记录辉煌

宁波地产 16年发展历程

主编 许雄辉

JILU HUIHUANG



宁波出版社
Ningbo Publishing House

 记录辉煌

宁波地产 16年发展历程

主编 许雄辉

JILU HUIHUANG



宁波出版社
Ningbo Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

记录辉煌：宁波地产 16 年发展历程 / 许雄辉主编. — 宁波：宁波出版社, 2007.7

ISBN 978-7-80743-076-6

I. 记... II. 许... III. 房地产业—经济发展—概况—宁波市 IV. F299.275.53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 047567 号

记录辉煌：宁波地产 16 年发展历程

主 编 许雄辉

责任编辑 吴 波

出版发行 宁波出版社(宁波市苍水街 79 号 315000)

装帧设计 吉祥文化

电 话 0574-87286804(发行部) 0574-87341015(编辑部)

印 刷 杭州钱江彩色印务有限公司

开 本 880×1230 毫米 1/32

印 张 5.25

字 数 120 千

版次印次 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-80743-076-6

定 价 18.00 元

《记录辉煌》编委会

总 顾 问：费志军

编委会主任：赵晓亮

副 主 任：许雄辉 唐惠明 陈展华

编委会成员：费志军 赵晓亮 唐惠明

陈展华 许雄辉 陶莲香

构建和谐人居·共同宣言（代序 1）

我们宣言一个人居的理想，我们承诺一个品质生活的新时代。

当居住已经成为构建和谐社会的一部分，当消费已经成为人们尊严的一部分，我们今天建筑的不仅是楼盘，而且是创造和谐人居新生活环境；我们奉献的不仅是房屋，而且是人们新生活品质。

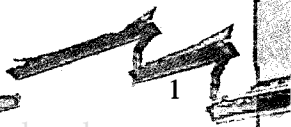
在市场的名义下，我们一直孜孜以求建筑的品质、人居的品位，我们能够贡献给市场、能够贡献给生活的，除了辛劳与汗水，还有心血与智慧，这些共同凝成城市人居环境的品质开发。

一座楼房的矗立，一片住宅的建设，不光是钢筋、水泥、材料的堆积。品质新生活是绿色生态、休闲舒适、运动健康、品位文化等环境与生活诸多元素的综合考量，在创造城市价值上，品质新生活却永远留存于人们的理想之中。而这品质与我们房地产楼盘开发紧密相连。

我们有悠远的历史传统，有美好的目标和追求。“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜”，回头看看，古人的理想早已实现，而时代进步有更高的要求，以往的住房暴露出了不少问题：如选址不当带来的噪声干扰，小区的服务设施、康体设施不配套等，更重要的是有些住宅的材料或装修材料选择不当、设备低劣，引起空气、声、光、热、水质污染，对人体的健康构成直接危害。

宁波地产风雨兼程十六年，长期的供不应求可能带来短期的高额的利润和价不符实的产品品质，但那些依然被市场所认可的、从一开始就追求和谐人居社区的楼盘价格依然坚挺。

作为新政时代的房地产市场的开拓者和建设者，我们拒绝急



功近利的粗疏与庸俗，我们远离碌碌无为的简陋与因循守旧，要在和谐人居中筑起品质新生活的标志。为了消费者，我们更呼唤绿色、环保、健康、平安。

一份理念可能改变一种生活，一个声音可能影响整个社会。

今天我们共同宣言：

——我们要坚持生态规划先行，突出人与自然，使住宅规划与周边生态、人文、建筑等环境和谐协调，体现健康安全住宅建设的理念。

——我们要通过优化城市区域功能，完善城市基础配套，保护城市文化风貌，为城市创造价值。

——我们要强化四节一保、技术优势，对土地、能源、水和材料合理利用，实施环境保护；建设高舒适度、高健康性能居住环境条件，切实做到保温、隔热、隔声、清新空气，充分体现人居科技引领未来。

——我们建设良好景观的个性空间，体现对人居本性的关爱。和谐人居中有完善保健、运动、休闲配套服务设施和人际交往、文化活动场所，并关照老年人、儿童和残疾人等特殊人群。

——我们要打造居住文化情结，创造既有中国建筑文化特色、又能满足引领现代人生活需要的现代化建筑。逐步建立具有新城市、新社区、新人文特点，环境宜人、生活便捷、归属感强的特色品质文化生活模式。

和谐代表生命、健康和安宁，代表着环境保护、节约能源和资源，代表着可持续发展。让我们切实行动起来，不断加强人居环境建设，共同建设我们期望的高品质生活和共同追求的和谐人居。

构建和谐人居环境 创造美好幸福生活（代序 2）

——专访宁波市原副市长何剑敏

和谐人居是和谐社会的组成要素，它包含了哪些内容？宁波市的人居环境处在怎样的水平？市政府在构建和谐人居环境方面又将采取哪些措施？2006年12月，记者带着这些问题专访了副市长何剑敏。

何剑敏表示，在宁波城市化的过程中，城市建设与百姓家居和谐、历史文化和现代文明和谐、经济发展与环境保护和谐，都应是和谐人居环境的重要内容。而最根本的，一座和谐的城市，就是要让各个群体都能满足不同的利益诉求。近年来，宁波市委、市政府认真贯彻落实“三个代表”重要思想，全面落实国家宏观调控政策，确保房地产市场健康平稳发展。不断推进住房供应体系建设，初步建立了以商品住房为主体、经济适用住房和廉租住房为补充的“三位一体”的城镇住房供应保障体系，基本满足了不同阶层的住房需求。他强调：“实现居者有其屋，是当前我市构建和谐人居环境最首要的任务。”

何剑敏坦言，2001年来，宁波房市在持续发展的同时也出现了一些不容忽视的问题。一是住宅产品供应结构不够完善；二是供求总量失衡问题仍然存在；三是房价上涨幅度仍然较大，尚未回落到合理范围，给中低收入家庭改善居住条件带来一定的难度。他表示，促进房地产市场持续健康发展，既要充分发挥市场规律调节作用，又要注重发挥政府引导和调控作用。市场能够解决高、

中收入家庭商品住房的需要，但市场不能解决中低收入家庭、特困家庭的住房需求。政府的工作重点是要调控好，在总量上平衡房产市场的供给与需求，同时要为这个群体提供最基本的生存空间。基于这样的认识，几年来，我市在正确处理调控和发展的关系、因地制宜地解决市场发展中的问题的同时，把工作重点放在住房供应保障体系的建设上。构筑起以商品住房为主体、经济适用住房、廉租住房为补充的“三位一体”的城镇住房供应保障框架，形成“区别对待、分类供应”的住房解决新机制，即中等和中等以上收入家庭购买或租赁商品住房、中等以下收入家庭购买政府限价经济适用住房(限价住房)、最低收入家庭实行廉租住房或购买政府定价经济适用住房(低收入家庭住房)。

据统计，5年来，中心城区竣工商品住房 1453 万平方米，住房成套率达到 98.8%，90%以上的家庭拥有了自有住房。2002 年启动低收入家庭住房建设，2003 年启动限价住房建设。截至目前，已建成经济适用住房小区 7 个，建筑面积 83 万平方米，安排解决低收入家庭住房 1215 户，推出限价普通商品房 5012 套，提供城市拆迁安置房源 4667 套。目前在建的 4 个经济适用房项目，住宅面积 45 万平方米。

限价住房的推出，社会反响强烈，老百姓也拍手称好，申购家庭达 17200 多户。调控成效比较明显，2004 年商品住房平均销售价格结构性降价 310 元 /m²，同比缓升了 2.7 个百分点，供求关系和结构性矛盾得到了根本转变。从 2002 年开始，宁波市全面实施廉租住房制度，以财政预算为主，多渠道筹集廉租住房保障资金。至今市区已发放租金补贴 1248 户，补贴租金 413 余万元；实物配租 38 户；租金减免 1883 户，减免租金 392 余万元。累计受益 3169 户，做到了应保尽保。

当前和今后一段时期，宁波市将继续坚持住房商品化、市场化的基本方向，努力培育和完善市场自我调节机制。严格控制土地价格，控制高档商品房建设，大力发展普通商品房，不断满足

市区不同层次家庭日益增长的住房需求。坚持“以居住为主、以消费为主、以普通住房为主”的原则，按照“供求均衡”的目标，制订合理、严密的供地计划，有效增加普通商品住房用地供应。抓紧清理闲置土地，促进存量土地的合理利用，提高土地实际供应总量和利用效率。

今后，宁波市将继续以解决“住房难”为目标，坚持公平原则，合理调整经济适用住房准购对象、上市交易政策，合理调整廉租住房保障水平，抓好相关配套政策的完善。出台《关于完善城镇住房供应体系的若干意见》，进一步完善住房供应保障政策，基本建立起“覆盖全面、健全完善、结构合理、运作有效”的城镇住房供应及保障体系。将限价住房纳入经济适用住房的范畴并合理确定商品住房、经济适用住房和廉租住房三者之间的比例。重点抓好经济适用住房建设和相关配套政策的完善。进一步完善最低收入家庭实行廉租住房保障制度，并在财力许可的前提下适当扩大覆盖面和受益面，有效解决“住房难”问题。

(许光亚)

目录 Contents

构建和谐人居·共同宣言 (代序 1)	1
--------------------------	---

构建和谐人居环境 创造美好幸福生活 (代序 2)	3
--------------------------------	---

宁波地产 16 年	1
-----------------	---

回望 16 年居住改变生活	2
---------------------	---

解读 16 年土地变革史	10
--------------------	----

“两驾马车”拉动住宅品质	17
--------------------	----

宁波商业地产风起云涌	25
------------------	----

创新营销领跑楼市升级	32
------------------	----

从卖方市场到买方市场	39
------------------	----

房产消费进入多元时期	46
------------------	----

和时代一起前进	53
---------------	----

22 年, 做一个持续发展的企业	54
------------------------	----

雄关漫道真如铁 而今辉煌从头越	57
-----------------------	----

踏着时代的节拍前进	60
-----------------	----

房产改变城市 城市发展房产	63
---------------------	----

住博会——破茧化蝶十年功	66
--------------------	----

画最美最好的图画留给宁波	69
--------------------	----

让商务精神渗透到楼宇精神	72
不断成熟的宁波房地产市场	75
土地市场演绎新气象	78
房产开发始终保障中低收入者住房	80
城市规划无形的手指引房产布局	82
七大引擎拉动房市快速发展	84

我们的心路历程	86
房地产是“弯”的	87
坚持客户第一的房产价值观	91
雅戈尔置业——品质地产先行者	93
金隆国际——写字楼的“三段论”	95
华星——而今迈步从头越	97
千呼万唤，我的家	100
可笑的买房经历	102
买房，生活中最难的一件事	104
我成了房奴	107
听他们讲述卖房的故事	109

宁波地产的光影传说	113
房产广告，带你找寻逝去的记忆	114
广告语，从欲说还休到畅所欲言	121
从物业管理到景观设计	126
近年来房产典型案例回放	131
 附录一：中国住宅博览会年谱	 136
 附录二：2006 年热销经典楼盘	 138
 附录三：2006 年标志性地名	 141
 附录四：宁波楼市之旧貌新景	 144

宁波地产16年

NINGBO DICHAN SHILIU NIAN





回望

HUIWANG SHILIU NIAN JUZHU GAIBIAN SHENGHUO

16年 居住改变生活

改革的春风给中国带来了勃勃生机，在积蓄了几十年的市场需求的催逼下，房地产业悄然兴起，并且以狂风骤雨之势席卷了大半个中国。宁波，也在改革开放春风中，兴起房地产开发热潮。回头看看十多年来走过的路，或许能给我们许多启迪。

第一阶段:

1990年至1994年

属炒买炒卖的卖方市场。

市场特征：需求量大；楼价急速攀升；发展商急速增加，供应量也随着增大。

此时期住宅产品为粗放型开发的第一代住宅。

第一代住宅的主要特征

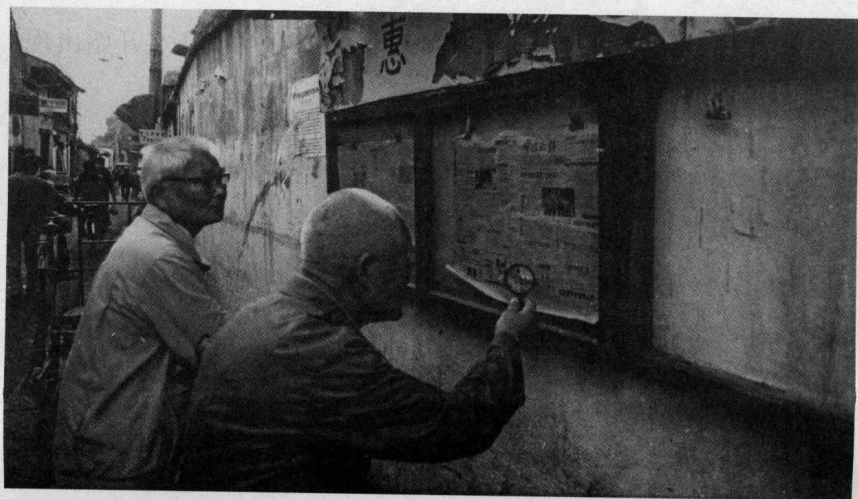
整体规划 多层以行列式布局为主，小高层住宅未露面，高层以点式规划设计为主，注重朝向、采光和通风。

建筑设计 多层以一梯两户为主，兼有一梯三户或四户，注重南北朝向的布局，高层“井”字型，每层四户、六户或八户。

建筑风格 多层以传统的火柴盒设计为主，高层以欧式化的设计风格为主，对风格鉴赏能力较差。

配套设施 没有会所的概念，简单的配套设施，或兼有小游乐项目，不注意配套设施。

景观环境 景观主要体现在小区绿化，树种较少，品相也较



波
地
产
16
年

为低档粗糙，室内设计重于室外设计。

户型设计 二房一厅、三房一厅占主导市场，面积以 60~100 平方米占主导。

外观处理 外墙多用瓷砖、马赛克或国产的低档涂料，色彩单调。

防卫设施 许多小区未进行封闭式管理，多是以防盗门、防盗窗解决安全问题。

细部处理 窗户多数是普通的玻璃、白铝合金窗，入户门以大铁门为主，围墙粗糙，屋顶设计也较为简单。

第二阶段：

1995年至1998年

此时期成为买方市场，消费较为理性，从推销进入营销阶段。

市场特征：楼价回落；高层受阻；以白领工薪阶层的消费抬头；小高层住宅开始出现；产品同质化趋势明显。

此时期住宅产品为精细型开发的第二代住宅。

第二代住宅的主要特征

整体规划 整体规划比以往变得活泼，小高层住宅开始出现，高层不受欢迎，朝向不再是唯一选择。

建筑设计 出现了带电梯的小高层，住房概念进一步发展，如挑高等，开始向往高品位的居住生活。

建筑风格 注重外观设计，出现了仿欧式建筑的坡屋顶，以至于欧陆风格成为这个时期住宅的流行风，小区建筑风格也代表着一种消费时尚，同时能体现消费者尊贵的身份。

配套设计 出现了会所设施，设置了健身房、台球室、美容美发室、文娱室、儿童乐园等，休闲、娱乐性配套开始成为时尚。

景观环境 初步引进了专业景观设计师，注重小区的外部环

境、绿化及硬质环境,户外环境开始慢慢成卖点。

户型设计

出现了带工人房的四室二厅,书房概念开始流行,面积在120~150平方米及200平



平方米左右的大户型复式及错层式单位一度成为消费者追捧的对象,在温饱型消费基础上注重居住的舒适度,满足主人的尊贵享受。

车位布置 车库成为设计必须考虑的对象,车位比例逐渐上升,以车代步的消费理念在逐步形成。

外观处理 比较注重外墙处理,有部分住宅开始采用进口涂料。楼宇外观也是一种风格的体现,是吸引消费者注意力的重要因素。

防卫设施 引进了可视对讲、红外线等较先进的防卫措施,有些小区开始禁装防盗网,变被动为主动防守。

细部处理 出现了突窗和转角窗,玻璃也有了绿玻璃,采用塑钢门窗的小区在增加。

第三阶段:

从1999年起

此时期进入多元消费,供求差距拉大,规模化经营时代到来,从概念营销到品牌营销。

市场特征:产品多元化、规模化时代到来;楼价稳中有升;选择面广泛;环境、科技渐受关注。



波
BO
OCEAN
SHILIU
NIAN
地产
16
年