龙湖 与城市共生共荣 兑现美好生活承诺

作为美好人居建设的重要参与者和推动者，重庆房地产行业今年以来积极行动，深入落实相关指示部署和要求，在推动经济高质量发展、城市更新和提升人居品质等方面有了更多思考和行动。

龙湖地产深耕重庆二十六载，在见证城市发展的同时，也创造了一个个城市经典建筑。在过去的半年里，龙湖践行与兑现了今年年初提出的城市“全要素中心聚集”的思路，打造“中心化城市生活圈”的承诺，与城市同生共荣。

龙湖时代天街

销售额、市场占有率名列前茅 持续领跑重庆楼市

回顾上半年的重庆楼市，整体受疫情影响，重庆房企中仅一家销售破百亿元。尽管市场复苏仍需时间，但上半年洋房市场表现却十分活跃。克而瑞统计数据显示，今年上半年，洋房在重庆住宅市场占比为27.45%。而在2019年之前，洋房的市场占比不足两成，可见今年洋房算得上是市场主流。有专家指出，在政府严控容积率的背景下，真正在洋房领域做深、做透、做出影响力的开发商才能赢得未来。这也意味着，在重庆，“得洋房者才能得市场”。

值得一提的是，根据克而瑞数据显示，2020年上半年，龙湖洋房销售金额约28.35亿元（权益金额），在主城各房企洋房销售金额中排第一。在上半年洋房市场中，龙湖市场占有率最高，达到12.15%，销售额、市场占有率均名列前茅。

龙湖研发中心工作人员表示，近年来，洋房逐渐成为市场主流产品，首先与土地供应相关。从2018年前后起，重庆供应的土地都对容积率有严格限制，大部分都在2.0以下，更适合做洋房等改善产品。其次，龙湖通过市场需求调研发现，重庆市场产生了更多的改善型需求，而对于洋房、别墅、大平层这几类改善型住宅产品来说，购房者对洋房的接受度更高。因此，在2020年上半年，龙湖主打洋房、大平层等改善性产品，并受到了市场的认可，取得了良好的业绩。其中，洋房产品为龙湖上半年业绩贡献了37.46%的份额。

得益于在洋房市场的不俗表现，在2020上半年，龙湖依旧跑在重庆房地产市场的领先阵营。克而瑞数据显示，龙湖在重庆主城的销售流量金额达到83.42亿元，位列2020年中重庆房企销售金额榜第二，在重庆本土房企中排名第一。

业内人士表示，在竞争日趋白热化的重庆房地产市场中，龙湖能实现持续领跑，首先归功于龙湖对于城市的深刻理解，能够踩准城市发展的脉络，提前布局城市热点、潜力板块，打造了多个人气盘。其次是在产品打造上，龙湖注重客户需求变化，不断升级优化产品，获得市场较高认可。

物业人员为业主晒被子

客流和消费热度不断创新高 持续营造核心商圈

随着疫情趋缓，人们压抑已久的消费需求得到释放，以购物中心为代表的实体商业更是受到了不少消费者的青睐。

从4月起到6月，龙湖重庆五大天街发起了“天街粉丝节”和“66天街欢抢节”两档独创IP活动，先后取得了总营业额6396万元、环比提升20%，以及3天销售1.6亿元、同比提升106%的佳绩。紧接着，夜经济、户外经济、暑假经济等热点接踵而至，消费者的需求持续发生着变化。龙湖重庆五大天街趁势发力，接连举行了IP主题展、音乐节、网红集市等丰富活动，开创了客流与消费纪录的新高。

与此同时，随着暑期来临，消费客群又迎来了新的需求。在这一背景下，龙湖重庆五大天街紧扣各自主流客群的特点与需求，展开了多元化的主题活动。

暑假期间，龙湖重庆北城天街将继续举办Molly主题展，持续吸引年轻客群的关注。

7月4日起，U城天街举行了“漫U天空”主题展，带来了重庆独家首座“航天火箭乐园展”。7月11日起，龙湖重庆西城天街举行了“熊出没”西南首展。同样在7月11日，龙湖重庆源著天街举行了“极宠游乐园——第二届萌宠节”。

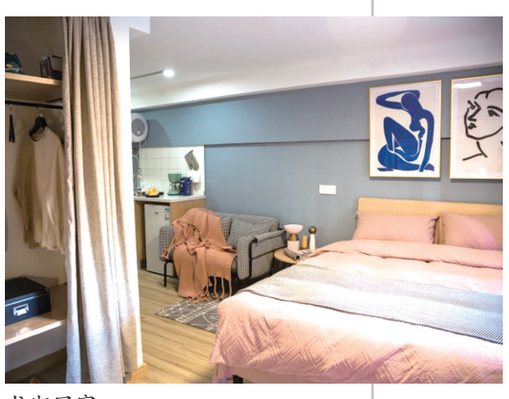
而从7月18日起，龙湖重庆时代天街举行了“赛罗奥特曼10周年庆纪念展”，为去年“宇宙英雄奥特曼主题展”的全新升级。此次活动带来了手办展览、对战舞台剧、主题游戏机、周边纪念商品等玩法，受到了亲子家庭和动漫爱好者广泛欢迎。开展首日，客流突破38万人次，较去年同比增长10.6%，当日销售突破1923万元、同比增长46%，呈现出了极高的客流和消费热度。

这一系列亮眼成绩的背后，不仅是龙湖天街对消费潮流的精准把握，也是重庆这座城市强劲消费复苏力的体现。回顾2020年上半年，重庆龙湖天街从未停下发展的脚步，而是不断突破与创新，为助力城市复苏按下了“加速键”。

“通过这些丰富多彩的活动，龙湖重庆五大天街将消费者与线下场景紧紧联系在了一起，进一步激发人们的买逛热情。”业内人士表示，面对新形势下的种种挑战，重庆龙湖天街把握住了城市复苏这一契机，在活动玩法上不断打出“创新牌”，不仅成为城市复苏的见证者，更是助力消费回暖的参与者，以实际行动与城市共同走向繁荣。

龙湖昱湖壹号

抢抓发展机遇 赋能长租公寓发展



龙湖冠寓

2018年开始，龙湖集团开始在地产开发、商业运营、长租公寓和智慧服务四大主航道协同发展。其中，龙湖冠寓作为集中式长租公寓头部企业，截至目前，已布局全国30余个一、二线重点城市，累计开业房量约7.5万间，发展持续向好。

今年1月，中央提出加快建设成渝地区双城经济圈。上半年，川渝两地开展人才协同发展合作，陆续启动一批引领性、标志性合作项目，把重庆、成都打造成双城经济圈集聚人才的桥头堡，做大人才蓄水池。

在此背景下，做好针对各层次人才短期交流、长期居住的相关服务配套，为年轻人这一城市中坚力量创造更加优质的生活体验，是盘活人才资源、激发城市活力、优化城市基因的重要一环。

龙湖冠寓相关负责人表示，龙湖冠寓坚定龙湖集团“空间即服务”战略，积极配合城市与地区的人才引进与安居政策，让更多的年轻人享受到符合当下消费升级市场形态的租住产品。

在冠寓，智能化无处不在。安全方面，门店设置人脸识别、智能门锁等配套产品系统和龙湖智慧服务自研发的RBA智能联动安全报警系统，确保租户安全；服务方面，龙湖搭建智能平台，全面实现“用户线上化”“业务数据化”“员工线上化”，科技赋能一线运营管理工作。

今年4月，国家明确提出，新基建是以新发展理念为引领，以技术创新为驱动，以信息网络为基础，面向高质量发展需要，提供数字转型、智能升级、融合创新等服务的基础设施体系，具体涵盖5G网络建设、工业互联网、人工智能、大数据、智能交通基础设施、智慧能源基础设施等。未来智慧公寓和智慧租赁社区，将成为长租公寓行业发展的新方向。

作为走在智慧化发展水平前列的长租公寓项目，龙湖冠寓将进一步发挥优势，投入到新基建大潮中，拥抱未来，通过数字化革新，锻造自身能力，更深入地参与到城市建设发展中，为经济社会发展贡献出更多力量。

张婷婷

图片由龙湖集团提供

服务品质全面优化 关注城市更关注人

龙湖关注城市，更关注人。在物业服务方面，无疑是龙湖给业主带来的最大“福利”，也最为外界所称道。

2020年初，新冠疫情打乱了不少人的生活。物业服务作为小区的第一道防线，关系到每一位业主的生命安全。龙湖物业人迎难而上，冲锋一线，筑起一道道安全屏障。

疫情期间，为了保障龙湖业主的日常生活需求，龙湖集团与永辉超市共同推出“社区保障计划”，通过线上购买蔬果生鲜、肉蛋家禽、米面粮油、日常用品，货品配送到龙湖社区。贴心服务不止于此，龙湖物业还推出送菜上门、送火锅上门、上门理发等专属服务。

在业主满意度方面，根据第三方机构调查，龙湖业主连续11年满意度超过90%。而龙湖一年一度的“善居计划”，今年已迈入第九个年头。

“善居计划”包括爱家焕颜和社区冻龄两个板块。前者旨在提升业主的户内设施和居家环境，包括清洁保养、排查检修等服务；后者为了优化园区环境，对社区进行翻新和养护。通过精心呵护，为龙湖业主居住环境达成“内外兼修”的效果，也是龙湖园区实现保值增值的长效手段。9年来，重庆龙湖在善居计划上的累积投入已近亿元。

值得一提的是，今年5月开展的“爱家焕颜”行动，覆盖了重庆龙湖近3.5万户业主，“社区冻龄”则影响了16个园区5万余户业主，预计有10万以上的“龙民”在此次善居计划中受惠。

23年来，龙湖智慧物业与城市共生，与时代共进，与20万户业主相伴。物业服务面积位列重庆房产界第一，物业服务质量连续两年位列中国指数研究院重庆排名第一……亮眼成绩的背后，是龙湖智慧物业不断的蜕变、颠覆、创新，但唯一不变的是龙湖对业主“善待你一生”虔诚理念的笃定坚守。