

中国现代化住房开发起于改革开放后的大湾区。

1983年，中国第一代商品房的缔造者——越秀地产在广州成立，回应时代，开启了它的奋进史。如今，正值不惑之年的越秀地产，位列中国房企综合实力TOP9，底色稳健，步伐矫健。

越秀地产坚守“成就美好生活”品牌使命，已深度布局中国最具活力的经济带，形成了涵盖粤港澳大湾区、华东、中西部、北方的全国化战略布局。在成都，近两年越秀不仅作为行业优等生逆势上扬跑出了加速度，更以产品力领先、提振焕新城市等亮眼标签成为当之无愧的蓉城楼市“黑马”。

寄语：

于高山之巅，方见大河奔涌
于群峰之上，更觉长风浩荡
三十载风华，一路风雨一路彩虹，一路荆棘一路欢歌
在成都“越来越好”地一路走来
感谢见证、陪伴、记录、同行
新的征程，一同踔厉满志再出发，沐雨栉风破浪行
——越秀地产



越秀·天悦云萃2期

韧性生长的“越秀” 擦亮“国”字号金字招牌

产品力领先突围 破局时代所需

稳健基色国企 奠定在蓉里程碑

作为国务院国企改革“双百企业”和广州市属龙头国企，越秀地产母公司越秀集团总资产超万亿元，旗下6家上市公司覆盖住房、金融、交通、食品等衣食住行多方面，底蕴深厚，实力强劲。在大本营广州，不只住房，杯中的牛奶、碟内的美食、账上的基金、通勤的公路……“越秀牌”几乎无处不在。

越秀地产成都公司总经理肖波先生说：“越秀地产开启新周期产品力突围，以‘好产品、好服务、好品牌、好团队’的四好理念，不断推高产品迭代。”

作为越秀地产成都公司的掌舵者，如何根据集团战略和市场变化，进行产品力和组织结构的调整？如何将战略与城市、与具体项目相结合？2024年成都的年度热盘越秀·天悦云萃为我们打开了窗口。

作为越秀地产入驻成都主城区的首作，天悦云萃引领性提出“以造酒店的手法造楼盘”，以领先的酒店式规划、领先的社区理念、领先的户型等3大产品领先刷新主城改善标杆。生活方式上，天悦云萃提出打造领先且有温度的“熟人社区”，主张让志同道合的人在此交友，通过星级酒店下沉会所/泛会所体系、儿童区IP、高颜值欧泊花园等五重社区配套空间，聚合情感关系新场景。在户型打造上，除了带来当时让全成都眼前一亮的建面约173平方米的全景舱户型，“恋人主卧”“学霸书房”等家庭关系改善的户型IP营造，也广受客户好评。

天悦云萃成为让越秀在成都主城一炮而红的里程碑，2023年10月首批次开盘即罄，2024年上半年，越秀·天悦云萃问鼎成都单盘TOP8，更是从成都市成华区的销冠王走向主城的领先者。高频热销的背后是严谨的产品逻辑，它被业界誉为成都东门产品力的一次跃升，能级前所未有，几乎吸引了全城从业者的参观学习。

“从集团的战略导向，到区域的组织整合，越秀·天悦云萃作为成都公司打板项目，是我们的转折点更是新起点。”肖波说。

“我们坚信不能一招吃遍天下，要不断卷产品，每次要能眼前一亮。”在肖波看来，产品创新是成都楼市持续吸引力的内在动因，长期高频的改善产品力迭新，带来购房者口味拔升和期待值提高，不断对房企提出新要求。说到2024年成都产品力创新的代表项目，越秀·天悦云萃2期是一个绕不开的名字。

2024年6月20日，成都市正式批复同意实施《成都市城市规划管理技术规定(2024)》，8月底亮相的越秀·天悦云萃2期，抢占了成都新规首作的鳌头。新规执行后，住宅板率由15%提升至20%，除了购房者得房率提升的实际利好，越秀更用心思考，这5%的板率提升如何为客户提供前所未见的改善生活新场景。天悦云萃2期最终打造的建面约143平方米的空中花园洋房爆品，以约20平方米的人户空中花园和花园式餐厨空间，及私享度假花园阳台的南北通透套房主卧，实现过去同面积业态下难得一见的别墅级花园生活场景，瞬间



越秀·天悦云萃2期

点燃了市场需求。

“越秀的核心优势之一，是能够持续以领先的产品力实现溢价，同时提升区域价值。天悦云萃2期的洋房产品实现了最高每平方米3.4万元的销售均价，仍供不应求。项目首开至今不到3个月，洋房产品已售罄，全盘也接近收官。”肖波说。

越秀产品力创新背后的持续源动力，来自于以“生活方式规划”为出发原点，通过城市空间、配套空间、社交空

间、家庭空间的营造，为业主实现每一组家庭关系的改善和迭代，这种坚持也在持续收获市场的正向反馈。2024年，越秀成都多盘均收获极高的产品关注度及热销业绩——怡心湖的湖与白，为城南中产打造的城市湖居度假酒店式生活，实现板块总价300万元以上改善项目成交TOP1；望悦作为给主城财智圈层打造“高端第三种选择”的隐奢大宅，也实现了区域标杆价格。

持续深耕成都 与城市价值共生长

作为一家全国化实力国企，越秀地产带着从粤港澳大湾区到中西部区域持续深耕的经验与修为，不断向前。成都作为其全国首要发展的城市之一，自2018年进驻以来，越秀地产始终以先行者的身份持续深耕主城，截至目前已布局12子，打造多个明星项目。

作为“生活方式规划专家”，越秀成都全线产品坚守高端改善阵线，以对生活方式的精研与产品力创新不断破题出圈，获得了市场的认同与热销佳绩，也成为成都专著改善好房子、量价双优的典范。

对于成都市场，肖波感受颇深，“对比其他城市，成都只要一旺起来就有点停不下来。”在他看来，一方面成都城市韧性强劲，持续的人口流入和对周围城市的虹吸效应，奠定了置业需求的稳定；另一方面，成都人消费水平和消费意愿强，只要做出改善的好产品，人们



越秀·曦悦府交付

就愿意为新的生活方式买单。把握成都发展脉搏，秉持“好房子”理念回应市民更多美好生活追求，2025年越秀成都还将继续阔步向前。

据肖波介绍，持续深耕成都主城是目标也是定力。产品端，2024年底越秀·天樾云锦、越秀·曦悦府双盘提前品质交付，交付力、兑现力成绩斐然；新品上，2025年开年最重要的支点将是刚拿地不久的越秀青羊金沙项目，预计将在年后开放示范区。

“你得自己不断迭代和创新。”据肖波透露，作为越秀在青羊首发之作，将以金沙项目为契机，持续精研产品力，为西贵金沙带来全新的生活方式，为城市、社区、家庭维度注入更多想象。他给出了三个关键词：“25亩用地+80亩公园，百亩公园盘一体化打造”“更丰富贵气的生活场景”“将是你没有见过的143平方米”。未来，越秀成都将承担起共建城市价值的使命，做更大规模、更新场景、更丰富业态的界面提升和公园城市探索，令人期待。

万亿级国企的稳健基色，“四好”理念下的产品领先，持续深耕的专业化团队，构成了越秀成都的“三驾马车”，驱动其自我输血和良性循环的可持续。新周期的这个“国”字大品牌势必越来越好、越来越秀。

(文/毛茂沙 图/越秀地产)