

凝聚建築、銷售整合力量 本會全力推薦黃焯輝競選代銷公會龍頭

• 本會總幹事 林佩樺 專訪

建築與代銷為房地產業的骨與肉，沒有建商優質的商品開發，代銷業者就沒有創意行銷的舞台，沒有無堅不摧的銷售團隊，建商的产品亦求售無門，兩者唇齒相依，血脈同源。

江城建設董事長黃焯輝，身兼巴巴事業負責人，橫跨建築與代銷兩業，且在兩業中各擁一片天，在大高雄論規模論業績皆具十足代表性。深切體會兩業競合才能為大高雄房地產市場塑造契機，黃焯輝表示，何以高雄地區房屋單價漲幅與台北地區不成比率，甚至遠遠不及桃竹及台中地區，除政府政策重北輕南，其關鍵在於行銷體系出了問題，也就是代銷業與房地業主間的溝通有了斷層。身兼本會理事與代銷公會常務監事的黃焯輝願以一己之力為兩業充當溝通的橋樑，促進建築業與代銷



業達到雙贏的局面。

高雄代銷公會約有72家會員，會員代表73人，皆為代銷業之菁英分子，黃焯輝已表示競選高雄市不動產代銷公會第三屆理事長，本會陳武聰理事長公開表示全力支持黃焯輝競選代銷公會龍頭，黃焯輝承諾，當選後將給予會員更實質、更貼切的服務，有鑒於長期公會無定期刊物，使會員間相互溝通，互通有無，如當選後將創辦會刊，給予會員最新市場資訊，會務活動推展情形及會員同業動態，房地產交易



法令宣導。同時，與建築開發公會密切合作，藉各種活動交流，熱絡兩業間之情誼，並與平面及電子各媒體建立良好互動，定期舉行記者會，房地產發佈利多消息，健全房屋市場調查機制，定期公佈市場資訊，以利同業擬訂經營方針；另加強與銷售息息相關的地政處、公平會等主管機關溝通協調，並邀請政府官員蒞會座談，反應業界心聲與建議。而最令代銷煩心的海報、看板張貼設置問題，黃焜輝認為應廣邀主管機關舉行座談，讓執行單位明白業者行銷之困境，以特定的時間、空間管控讓業者有張貼文宣的專有平台。

英雄不怕出身低，不諱言自己出身豐原貧苦農家，雖然事業有成，但家中二老仍然從事農務，過著樸實的農村生活。沒有傲人的學歷，沒有豐富的資金，73年11月退伍，74年初即北上發展，加入運通廣

告，76年該公司包銷寶成企業大樓，因銷售業績太好，寶成建設回購數次，造成同一個案三度完全銷售奇蹟，此後寶成建設只給代銷，而不願給人包銷。77年成立江廈廣告，行銷遍布台北、台中、雲嘉南，82年至高雄成立分公司，首接家安建設公司東港個案，再接鼎宇建設「劍橋」、遠境建設「遠近馳名」，每個個案均創造傲人銷售佳績。88年轉入建築業成立「江城建設」，以「名人巷」創業個案，打響江城建設名號，90年揮軍西進，探索大陸市場，成立上海巴巴江陽辛巴達房地產諮詢公司，行銷地點遍及上海、蘇州、揚州、南京、大連、青島等地，在上海虹口特區「居易虹口」一案，創下4小時800戶23億台幣銷售一空之驚人業績。94年創設巴巴開發，95年江城建設、巴巴開發榮獲台灣誠信建商認證，同時所推之個案「戀戀英



國」、「巴巴大富」、「巴巴大貴」、「大復興」等個案均榮獲施工品質優質類金質獎、金獅獎等獎項，目前熱銷中之「戀愛情海」獲得最佳規劃設計類優質獎，除銷售成績傲人，其全案規劃特色：

- 三百多年來高雄舊城開發史第一次出現景觀高層住宅
- 六十年來海軍禁區秘境開放
- 海軍高階將領官邸旁
- 360度全景域景觀建築
- 正臨「新臺十七線公路」計劃實施
- 高雄近年來最重要景觀建築
- 海景、山景、樹海、校園、潭景、市區夜景山....一一收納眼底
- 全棟空調主機定位設計，永保建築立面清淨
- 坐臥立皆賞景建築規劃
- 穿透式景觀陽台賞景必備
- 降板式景觀陽台休閒逸趣空間
- 主臥景觀角窗設計
- 海天景致衛浴規劃
- 低臺度景觀窗設計
- 全區平面車位
- 戶戶配備機車位
- 愛琴海主題會館廿大公共設施
- 公共垃圾冷藏室永保社區衛生清潔

• 特設資源回收室環保社區典範

成功絕非偶然，除了黃焜輝所謙稱的好運相隨，同業也見識了他源源不盡投入事業的無窮精力，更難能可貴的是無人可及肆意揮灑的創意行銷點子及鉅細靡遺的細膩度，在巴巴的每一個案場，通常都會發現令人讚嘆的行銷新頁，利用最特殊的包裝凸顯每件商品的建築訴求，以鬼斧神工的技巧為行銷房地產價值感加持，還有堪比精密雷達的敏銳度，總是比別人先預知市場動向，可謂是稱霸港都的行銷奇才。20多年前的農村小伙子，今日的房地產鉅子，感念大高雄這片讓他成長茁壯的沃土，今天他的成功，將以此盡心回饋這片土地。

