

建业式过冬：一场返璞归真的“阳谋”

就在房地产企业苦寻“过冬”良方之时，建业的“琢玉行动”赫然启动，这场立足“品质与服务”的强化企业内功之举刚出台，立即引来业界热议，种种猜测充斥楼市，是深层次含义的传递？还是一如既往的执著？从“建业模式”到“建业式过冬”，一场返璞归真的“阳谋”正在酝酿。

晚报记者 王磊



事件 建业“琢玉行动” 昭然天下

启动“琢玉行动”，建业要用最苛刻的眼光，细致入微地全面挑剔现有“产品和服务”

12月12日，18家省内报纸和5家地产网站同时在显著位置刊发了“建业掀起671百日风暴”的公告，这标志着建业在全省范围内拉开了“琢玉行动”的序幕，广告甫一发布，便引起了社会各界的广泛关注，行业内纷纷热议“建业式过冬”，河南楼市充斥着各种猜测。

在房地产市场遭遇严寒的当下，当行业内普遍采取“降价促销”、“裁员降薪”、“缩减开工量”、“冻结投资计划”等措施来抵御这场历史罕见的“暴风雪”时，建业地产再一次以非凡的气度昭示天下，建业要用最苛刻的眼光，细致入微地全面挑剔现有“产品和服务”。

今年9月28日，建业地产股份有限公司董事局主席胡葆森在《致辞全体建业人》中，号召全体员工立即行动起来，以“必须向客户提供没有瑕疵的产品和一流的服务”为宗旨，与客户一道共同挑剔自身的产品与服务，在企业内部正式启动“琢玉行动”。全体建业人怀着对客户真诚和责任，针对过去16年已经交付使用和正在建设的42个社区项目，历时73天，共收集了671个问题和意见。

12月5日，建业地产股份有限公司迅即成立了以胡葆森为总指挥的特别行动指挥部，针对671个问题，制订百日突击解决方案，严令各分支机构在明年3月31日前将大部分问题予以解决，企业内部称其为“671百日风暴”。

“建业‘琢玉行动’旨在对现有‘产品和服务’进行精雕细琢，以达琢‘玉’成‘器’之目的。”胡葆森如是说。

“琢玉成器”这个风雅味十足的名词，其实是建业强化内功以期“过冬”的美丽注解，这究竟是心血来潮，还是源于对产品和服务的一贯苛求？

胡葆森直言，如何在严峻的市场形势下趟出一套“过冬”的方式是他一直思考的问题。“琢玉行动”的启动并非心血来潮，而是建业基于产品与服务方面的一贯主张。

这其实源于一种开发理念，当企业扩张速度放缓，开发节奏放慢的时候，企业经营管理的着力点应该放在何处？

他认为，“企业要深刻地认识到，产品与服务就像体操中的规定动作，无论市场好坏，都始终应该放在第一位来抓，此次建业的‘琢玉行动’就是希望在市场低迷时将产品和服务拔高到一个新的高度，从而引起全行业的重视。如果仅仅将其当作营销行为，那么你的企业永远办不好。”

质疑 “问题”建业引发行业热议

在目前的市场环境下，“671个问题”将建业推向风口浪尖

综观建业16年发展之路，无论1993年发起“十年还本”的承诺，还是2000年“建业反思日”的倡议，抑或是将郑州老大位置“拱手让人”致力于省域化发展战略，建业总是在备受业界热议后令人心悦诚服，而此次素有“建业式过冬”的“琢玉行动”则再度引发行业争议。

而其中议论最多的是，建业作为上市企业，如此不顾及自身形象，将671个问题昭然天下，这个数字一经公布，难道就不怕在社会上产生负面影响？而建业的问题这么多，又何谈性价比呢？

面对质疑，胡葆森淡然一笑说，“我倒不觉着这671个问题公布之后，会让老百姓对我们的性价比产生怀疑，即使怀疑也是应该的，因为你不得不怀疑他就不怀疑了吗？当他家的房子漏水时，你没有公布，他不是照样产生怀疑。”

面对出现的671个问题，胡葆森坦言，任何时期挑出几百个问题都是实实在在的，这不容忽视，如今的671个问题只是阶段性的结果，今后有业主参与后，也许会超过1000个问题。因此，我们必须从现在做起，把这些问题当成头等大事。

这不禁让我们想起，早在2000年10月郑州秋季房展会上，建业就曾经以“建业反思日”为参展主题，借机广泛征求客户对建业产品与服务的意见和建议，销售非但没有受到丝毫影响，还赢得了更多客户的信赖。

一位不愿透露姓名的业内人士这样评价说，“建业‘琢玉行动’要的是一种反面诉求，其实是为了上演一出‘苦肉计’来博得消费者的信赖。”

也有业内人士出来为建业辟谣，国内住

宅产业化率不足20%，房地产开发还比较粗放，建业地产此时勇挑社会责任，推行“琢玉行动”实属难得。如果国内房地产开发能像日本和美国那样，房子都在工厂里采用标准化程序制作的话，开发中出现的问题就会大大减少，如果住宅产业化率能达到50%以上，也许建业出现的问题就会在100个以下。

“我一直遵循规律至上的准则，这次‘琢玉行动’能收获什么？收获什么就是什么。就像‘种瓜得瓜、种豆得豆’的道理一样，你播种了真诚，就会收获信任。”胡葆森坦然的说到，企业与客户之间同样需要用真诚换取真诚，你越真诚，客户就越满意，企业管理者应该明白，客户的怨气往往来自于你对他的漠视，来自于你对他的消极怠慢，如果你拿出真诚的态度，客户大多都是通情达理的。

揭秘 “琢玉行动”为何逆市而出？

建业16载历程，“借势而起、顺势而为、逆势而上”。“琢玉行动”是一种理念的延续和诠释

新占据郑州市场的第一把交椅，从而将会在很长时期保证郑州市场与河南市场的两项第一。而明年建业将进入战略攻坚阶段，所谓攻坚阶段就是巩固市场的地位，从什么地方入手？“产品和服务”。

鬼谷子云：阴谋不可外泄，阳谋不可内藏。从省域化发展战略的“建业模式”到“琢玉行动”，您不难发觉其中微妙的关系，市场好时，建业通过迅速扩张赢得市场份额，当市场处于蛰伏期时，立足产品和服务又可以巩固市场，取得更大的市场份额。

当社会舆论一下子将建业地产及其胡葆森推向风口浪尖时，对此，胡葆森依然是一如既往的风度翩翩，毫不避讳地向记者透露关于“琢玉行动”背后的初衷。

思考 一场返璞归真的阳谋

立足“品质与服务”的建业式过冬，带有着返璞归真的意味，非常实在

16年的不懈努力，让建业迈出的每一步都那么稳健和扎实，“建业模式”早已成为企业间广为称颂的经典案例，具有极强的行业借鉴意义。

河南省房地产业商会秘书长赵进京也丝毫不吝啬对建业的溢美之词，建业“琢玉行动”的启动对与亟待寻求“突围”的企业而言，无疑是个不错的范本。预示着，房地产行业将会愈发趋于理性，而房地产企业要想立得住、活的好、存的久，就必须围绕产品与服务下功夫。建业的苦练内功的做法必将换回市场的相应回报和来自消费者的认知与喝彩。

春夏秋冬，四季更替是一种自然规律，房地产行业的周期性调整同样如此，正如香港恒隆集团老板陈启宗所说，没有经历过两次

调整期，房地产行业是个幼稚的行业，房地产企业也是不成熟的。

胡葆森对此非常赞同，对于房地产企业而言，不必过分关注这种调整，就好比农民种地，你只有掌握了春播、秋种、夏收、冬藏的技术，才会变得心态平和。

胡葆森认为，房地产企业要想顺利过冬，首先应该调整心态，只要心不乱，行为就会比较理性。第二要调整自己的战略和战术，把目标调低一些，把节奏放慢一些，具体就是要把开发规模压缩一些，把销售预期降低一些。第三要调整好发展节奏，就是要将企业的发展周期与国家和国际经济周期相统一，从而妥善的配置企业资源，建立企业发展规划，做到游刃有余。