

单伟豹:世博是路劲地产品牌的开端



7月19日,路劲地产品牌日暨路劲世博日媒体见面会,在世博园中国民企馆举行。路劲集团董事局主席单伟豹、联席董事刁露等一行,接受了记者的采访。

单伟豹表示,路劲地产会把上海世博会当做企业品牌发展的一个开端。同时也会把路劲作为港企的经验,分享给内地的民企,这是一件很“值得”的事。

晚报记者 梁冰

华中地区最好 郑州公司很不错

路劲集团从16年前做公路建设的基建公司开始,到2004年投身国内房地产,6年多时间,已经在国内9个城市开发了27个房地产项目。

在“用心筑造品质生活”这一理念的指引下,路劲的产品设计先进、施工精良,其项目在国内所到之处建立了良好口碑。这次“路劲世博日”,是路劲地产抓住世博机遇,加大品牌宣传的一个契机,也是其扩大房地产市场影响力的一大举措。作为一家全国性企业,在跨地域的发展中,有哪些独特的优势?郑州公司的发展状况怎样?

单伟豹表示,目前,应该说路劲地产是一个港资与内资相融合的企业,最大的优势,在于把两者的优点进行结合,把缺点屏蔽掉。

单伟豹说,在2006年收购顺驰的时候,路劲做过充分的调研。发现在华东、华北、华中几个区域中,华中地区是做得最好的,而其他区域基本处于亏损状态。“尤其是郑州公司,做得很不错,业绩骄人”。

今年下半年全面拿地 不拿地王

单伟豹认为,由于旺盛的刚性需求,房地产业的发展至少还可以维持20年。特别是二三线城市楼市机会将更多,空间也会更大。

“2010年下半年,路劲将开始全面拿地,为企业的后续发展做准备。”不过,单伟豹说,他们不会去拿地王。

“2009年,市场大火热,路劲举了9次牌,没有一次拿到地。现在市场趋于理性,正是拿地的好时候。”

只要坚持在房价上涨时卖房,在房价下跌时买地的原则,做房地产几乎是只赚不赔的生意。”单伟豹表示,尤其是内地的房地产业,几乎是唯一没有应收账款的行业。

“当然,这里有运气的成分,因为谁也不知道,宏观调控什么时候开始,什么时候结束。”单伟豹说,但是,过去几年,路劲企业一直非常能够把握时机,加上中国的房地产市场,最困难的时候已经过去。

“所以现在,大家都很清楚,就是寻找一个合理的价格点,把企业的存量慢慢地放出来。在这个基础上,发展自己的企业。”单伟豹表示。

从设计到施工 注重低碳环保节能

低碳、节能、环保是社会热点话题,也是上海世博会的主题之一。路劲地产在进行房地产开发的过程中,也将这些理念融入其中。

单伟豹表示,主要有两个方面。

一是从设计环节创造低碳生活。“实际上,对于这个环节,我们的认识是比较早的。”单伟豹介绍,在国家真正开始倡导低碳生活之前,路劲就做了这个方面的探讨。

如节能环保和未来的低消耗能源产品的选用,包括外墙保温、门窗的保温,到节能设备设施的选择,以及到绿化景观方面的设计以及实施,除了达到政府规定的基本要求外,实际上还做了更多。

另外,就是整个工程施工环节的把控。包括怎样在管理过程当中避免浪费,避免返工。因为这些浪费和返工,是对社会整体资源的一种浪费。

“当然,此外还有一些我们努力的方向,比如让整个小区降耗的水平更低,让社区在低能耗的情况下,给业主提供一种健康、舒适、有品位的生活。”单伟豹说道。

调控会持续 房价“不可能降到很低”

对于房地产近阶段的走势,单伟豹认为,整个调控很可能会持续到今年年底,或明年上半年。

“目前的政策调控,无论从我们实际操作的层面,还是与客户的交流来看,刚性需求依然存在。”单伟豹坦言。

在单伟豹看来,一线城市的房价的确很高,本来就该降下来。但是郑州等二三线城市,泡沫相对较小,供应量也有限,所以在经过二季度的调整后,还会维持现有的水平,不会有大的波动。

那么,作为开发商,应怎样突破政策上的制约,寻求发展呢?

单伟豹表示,路劲目前的策略分两块。

一是保证现有项目健康、稳定地发展。这个健康稳定是立足于路劲在产品的研发与产品的质量方面做到高要求和高标准。

另一方面是通过对整个市场的把握,希望在合适的时机取得进一步的发展。“今年下半年的土地市场应该会有机会的”。

在“路劲世博日”的折射下,通过一天的媒体活动,路劲地产“用心筑造品质生活”的品牌形象得到了更好的传达。作为房地产民营企业,依靠自身的强劲力量,和真心做实事的意愿,相信路劲这一品牌会被越来越多的人认可。

被授予民企馆活力·矩阵银牌
与民企馆、易居中国共同签署《低碳倡议书》

上周日,世博民企馆“路劲日”揭幕

上周日,香港上市公司路劲地产,高调亮相世博会民营企业联合馆,展开“路劲日”活动。民企馆举行了“路劲地产闪耀世博授牌仪式暨品牌发布会”,民企馆馆长向路劲集团授予民企馆活力·矩阵银牌,为民企馆“路劲日”揭开序幕。

借力世博会,路劲地产向来自各地的合作伙伴、主流媒体和公众,展示了品牌形象,并与民企馆、易居中国,共同签署《低碳倡议书》。

晚报记者 梁冰

2010年是路劲地产品牌升级年

路劲集团董事局主席单伟豹在揭幕仪式上表示,加入上海世博会这样的国际盛事,成为中国民企展示阵容中的一员,是路劲地产集团的巨大荣耀,具有不同寻常的意义。因为,2010年是路劲地产品牌升级年。

2010年,路劲提出“成为值得信赖的房地产企业”的愿景,确立了“用心筑造品质生活”的品牌理念,它代表了路劲地产一贯的宗旨和今后的发展方向。

对路劲地产而言,成为值得信赖的房地产企业,实际上包含了很多具体内容:首先,成为值得信赖的房地产企业,符合路劲对产品品质和服务品质的追求。

单伟豹认为,作为房地产企业,打造好每一个项目,提供令客户满意的产品与服务,就是对客户最大的负责。只有这样,才能赢得客户的信赖,形成长期客户群。

未来每年平均销售增幅为20%

“其次,成为值得信赖的房地产企业,符合路劲所追求的持续、稳健的发展模式。”单伟豹表示。

作为一家拥有16年历史的香港上市公司,路劲集团深深了解到市场机遇与风险并存的道理,也明白对企业而言,持续、稳定的增长,更优于大起大落的轨道。

在2010年,路劲地产设定了未来每年平均20%销售增幅的目标。

单伟豹表示,这是并不激进也不保守的目标,只要按照这一目标持续、稳定的发展,就是对股东负责,也是对每一位“路劲人”负责。因为,只有稳健、持续发展的企业,才能长期吸引投资者,才能得到员工的信赖。

超过30万平方米项目都要低碳

“再次,成为值得信赖的房地产企业,也是路劲集团社会责任的体现。”单伟豹说道。

2010年,路劲将建设低碳住区作为公司一项重要举措。凡是总规划建筑面积超过30万平方米的项目,都将按照大型低碳住区的标准来打造。

推广低碳,做低碳的先行者,恰恰体现了路劲地产回报社会,承担社会责任的诉求。

民企馆“路劲日”揭幕仪式后,单伟豹与民企馆馆长以及易居中国董事局主席共同签署了《低碳倡议书》。

相关阅读

民企馆概况

民企馆以细胞作为建筑及创意设计理念,以活力为表现元素,以太极文化为主题内涵。其最大看点,除了在世博会各馆中脱颖而出的“高潮秀”演出以外,更在于它集中呈现了中国民企的核心价值观——创业者让生活更美好。

