

建业集团：三年再谱郑州新蓝图

建业集团副总裁、郑州公司总经理陈剑接受本报专访



1 争回郑州市场份额 建业有信心、有条件

2002年,建业在濮阳启动省域化战略的第一站,并郑重承诺,建业每到一个城市都要做到“5个承诺”:“为这个城市打造一张新的名片;为当地百姓创造一种新型生活方式;与当地开发商一起提高这个城市的建设水平;为当地政府对上缴更多税收;融入城市,当好这个城市的宣传员”。

过去10年,是中国房地产行业风起云涌的时代。时光凝固为历史,建业兑现了战略启动初期的承诺,不仅圆满完成最初的战略设想,而且超出原有预期,更博得中国地产界“全国化发展学万科,区域化发展学建业”的美誉。

建业在河南市场不断向下发展的同时,一线地产企业逐渐进入郑州市场,本土地产企业不断发展壮大,建业在郑州市场所在份额渐渐缩小,不禁让人对此感到惋惜。

2011年、2013年,中原经济区、中原航空港区先后上升为国家战略,郑州的城市地位随之提升。在将要或正在进行的新型城镇化建设中,房地产发展契机巨大。

一线房企纷纷涌入,争抢郑州这块巨型蛋糕。“少了建业的身影,郑州将会失色很多。”有人如此评价建业“缺席”郑州的后果。

时间、机遇、命运,将建业再一次推到了历史的风口浪尖。今年两会后,从北京归来的建业集团董事长胡葆森,面对省会有媒体郑重宣布:建业将“重返”郑州市场,在3年内夺回昔日“第一”的位置。

事实上,建业对此早已作好了准备。在对建业集团副总裁、郑州公司总经理陈剑的采访中,他向记者透露,建业近两年来在郑州新区、高新区、二七区、惠济区、金水区等区域已有超过1500万平方米建筑面积的土地储备。

“我们其实是在配合郑州的城镇化发展步伐。郑州市提出组团式发展,进行‘两环十七放射’道路建设,实施大规模城中村改造和合村并城,城镇化建设如火如荼。而建业所进行的一系列动作都是与政府投资建设郑州的步调相吻合的。所以我们有能力、有信心,也有条件争回郑州的市场份额。”陈剑表示。

2 村民安置好、产业配置好 实现可持续发展

由于城市中心土地越来越少,房地产建设都在向市区周边延伸。作为根植中原的企业,建业在城中村改造、合村并城项目开发中,始终重视改造后社区的可持续发展。“只有将村民安置好,区位的产业配置好,才有可能实现可持续发展。通过建业的专业化介入,以高起点的城市规划和产业规划为先导,加之对集体经济的股份制改造,将村民的积极性调动起来,把他们未来的生活和生计安排好,保证改造区域的长期可持续发展,这是建业的理念。”陈剑表示。

他详细说到,众所周知,目前国内的房地

产市场受政策影响较大,但由于郑州的购房者绝大多数为刚性需求者,而国五条对刚需的影响不大,所以郑州楼市一直还保持着活跃的态势。但是,也需要看到,经过系列调控后,房地产市场将会越来越向大企业倾斜,大企业收购、兼并小企业的现象会越来越普遍。

同时,企业间的合作也会越来越频繁。目前,建业已与多个本土大型房企在不同地市都有合作,通过合作,可以快速、有效地获取资源,有步骤地进驻各级房地产市场。

陈剑表示,郑州市所辖的几个县,如新政、新密、巩义、登封、荥阳等的经济总量大、

房地产发展运行良好,也是建业的潜在市场。

在经营模式、团队水平等方面,建业有着一线开发商不可比拟的优势。“我们拥有大量本土化的优秀人才和长期三四线城市的开发经验”。

此外,在产品研发方面,集“绿色、科技、现代、精装”为一体的建业第四代也将于年内,在郑州推出,是河南省目前住宅市场更新换代的一个产品,引领河南住宅市场新时尚,与国际水平接轨。“科技绿色住宅”将使建业在产品品质方面继续保持领先优势,经受市场的检验。”陈剑表示。

3 首创“大服务体系”为客户创造更大价值

就在4月24日记者对陈剑进行专访期间,建业集团董事长胡葆森转换身份,成为“首席客服”,亲自接听客服热线。建业、老胡对客户服务的重视,可见一斑。

陈剑说,这是全体建业人为了实现“无瑕疵的产品”和“一流的服务”而努力的一个缩影。其实,早在2011年8月6日上街雅乐轩酒店开业之时,建业的“大服务体系”就初露端倪。而在此消息正式发布前,建业已准备了3年。

当时,据老胡介绍,支撑建业“大服务体系”的有6支“特种部队”分别为物业管理、教育、足球、商业地产、酒店投资管理以及社区商业投资管理。这其中,物业、教育、足球起步较早,也是建业集团在房地产市场上得以成名的重要支撑。

比如,其物业公司如今有2600多人,为省内最大物业管理公司,具备国家物业管

理一级资质;建业小哈佛双语幼儿园等一系列的教育品牌省内知名,如今已遍及全省建业开发的小区;而从1994年接手,此后一直未换过东家的建业足球,更是河南的一张名片。

真正让“大服务体系”能够称得上“大”,并引起业内广泛关注的,还在于商业地产、酒店投管等业务的纳入与整合。酒店一块自不必再提,单就商业地产而言,建业几年间已布局了相当规模。“比如,2007年开建的建业置地广场,位于郑汴路上的商业综合体‘建业五栋大楼’、洛阳的‘建业凯旋广场’,以及位于驻马店、平顶山、商丘等地的‘建业十八城’等。”陈剑介绍道。

此外,2008年,在梳理原有小区商业物业和配套服务商业等基础上,成立专做社区商业的建业至尊服务公司。建业服务载体之一的“建业至尊卡”,即以其命名。

“随着建业省域化布局的完成,目前仅至尊卡客户就有4万多名,未来会更多。如何服务好这些客户,为他们创造更大价值,建业依托省内已建成的社区,通过呼叫平台9617777和建业至尊卡两条热线,将物业、教育、足球、至尊服务、商业和酒店等6大服务资源串联起来,进而形成全省业主提供时间、内容、地域皆无盲点具有建业特色的服务平台。”陈剑说道。

“通过‘大服务体系’,建业客户无论是购物、看球,还是子女教育,以及省内外旅行住宿,均可享受建业便利、优质和实惠的服务。”陈剑表示。

而从另一个角度来看,建业“大服务体系”在为客户创造更大价值的同时,所呼应的不仅是其省域化战略与房地产主业,更在于为服务本身的“独立”创造价值。

从2002年开始,与众多进入一线城市淘金的房地产企业不同,建业始终坚持根植在河南这块“盐碱地”。在省域化发展战略的指引下,从省会郑州到省内18个地级城市,再到18个县级市场,两个镇级市场,建业在河南不断向下持续发展,省域化战略硕果斐然。

随着中原经济区、郑州航空港先后上升为国家战略,郑州散发出巨大的吸引力。此时的建业已经按照既定战略顺势而发,重新发力郑州市场,并计划在3年内重回郑州“王座”地位。

郑州晚报记者 梁冰