

2014年12月25日 星期四 编辑:梁冰 美编:张妍 校对:姜军

康桥模式解读

特别报道 之二

## 看模式 郑州地产凸显康桥“真功夫”!



悦岛园林景观中心景区特写效果图

康桥地产成立12载,实现了品质住宅、墅类产品、甲级写字楼、五星级商务会馆的综合开发与运营,累计开发面积超过600万㎡,屡创中原地产史上的销售奇迹,塑造了多个区域标杆楼盘,实现了6万余名业主的品质居家梦想。从2013到2014年,康桥地产多盘争鸣、全面开花,林溪湾、康桥金域上郡、康桥溪山御府、康桥九溪郡、康桥溪月等项目均实现了优秀的开发业绩及良好的市场口碑,成就郑州地产品牌的“真功夫”! 郑州晚报记者 范建春

### 康桥模式解读之三: 专业化能力——服务梦工厂

随着房地产市场日趋理性,购房者在进行房源选择时,大都明白住宅品质为建筑之本,高品质的房产应当是以安全、耐久、环保性能等为基础,同时还要追求人与自然、人与人的和谐统一。此外,优质的物业服务也是消费者观察一家房地产企业品牌度的重要途径。于是,物业服务正在成为许多房地产企业的核心竞争力。

深谙此道的康桥地产,对物业服务的关注度非同一般。河南太平世家物业服务有限公司是经郑州市工商行政管理局批准成立的专业物业服务公司,具有独立法人资格,是国家物业服务一级资质企业,郑州物业与房地产协会常务理事单位。太平世家物业自成立以来,一直以客户的居住感受为出发点,构建科学的架构体系,导入行业内先进的服务理念,力争让业主能够拥有轻松愉悦的社区生活。

康桥人认为,房地产开发商奉献给消费者的,不应当仅是一座房子,更应该是一种生活方式,业主美好生活的创造,这主要来源于物业后期的服务。良好的品牌效应和高标准的物业服务,会提高物业的附加值,确保物业投资者的未来效益。

目前,康桥地产旗下的每一个项目都有太平世家物业进行深度服务,他们从细节着手,为业主提供贴心、热心、尽心、专心的服务,不仅已成为物业服务行业的标杆,也受到国家领导的肯定及业内同行的赞誉。

为了给业主提供优质的服务,康桥地产在交房以后,并不是一走了之,而是与物业紧密配合,从商业和教育的配套上,从业主的生活习惯上,积极为业主营造完美、纯净的生活空间。

“康桥产品的高品质和太平世家的人性化服务总让我们津津乐道,对康桥项目的未来价值前景也非常有信心。”作为康桥地产项目的老业主,林亮常常把自己的居住感受给朋友、家人讲述,已经有3位朋友准备在康桥金域上郡项目置业。

物业服务的日趋完善,为康桥地产向前迈进提供了关键的支持力量。他们以客户需求为导向,持续改进客户体验,锻造一流的客户服务文化。最终,康桥地产以其专业化的服务,成为其跑赢市场的利器。

### 康桥模式解读之一:专业化能力——管理梦工厂

地产行业是一个为人民建造房子的行业,本身担负着人民安居的重任。因此,房地产企业也就是一个肩负着相当责任的法人。从这个角度来看,每一个高品质的产品背后,都有一套极具管理竞争力的方法。

“如果说产品是一个房地产开发企业的根的话,那么,管理和服务就是这个企业的枝和叶,三者具备,这个企业才能枝繁叶茂,而这三者正是康桥人差异化竞争的法宝。”康桥地产负责人说。

据了解,跟一些小型地产公司只有寥寥几十人规模所不同的是,康桥地产有数百人在为其产品的品质梦想而兢兢业业地工作着。康桥有自己的市场研究部,通过对流程设计的管理,康桥人将市场、研发等思想最终变为切实可行的落地作品。比如,康桥金

域上郡项目的户型设计,就数次请相关专家进行论证,经历了6次客户座谈和20多次的设计改稿,并实地考察了周边的地形、采光、环境等因素。康桥金域上郡最终能得到客户的青睐和追随,绝不是偶然的。产品的背后,是康桥人精雕细琢、锱铢必较的优化。

同时,康桥也有着先进的管理理念和持续提升管理水平的管理体制,如举办康桥论坛、企业的内外训、BOSS 堂论坛、名家论坛等,通过人力资源专家的整合、培训和考察学习,持续提高团队的管理水平、操作和控制能力,将所有流程中的每个细节全部落地执行,保证了产品的完美呈现。

与此同时,康桥更是开始了从关注产品和业主生活层面向更深层的企业社会责任、企业使命、企业文化层面进行延展。

比如康桥地产在注重自身发展的同时,积极践行企业的社会责任,设立了专项的社会救助资金,力所能及地做了慈善、赈灾救灾等工作;自2007年6月以来,康桥地产先后主办了近40多期以“健康、财富、人文”为宗旨的系列公益活动,致力于携手国内外专家、名流共同打造高端交流平台,以回馈业主,回报社会。目前“康桥论坛”已成为中原地区和“大河财富论坛”、“商报大讲堂”等齐名的精英阶层知产盛宴。

正是靠着这样的前瞻性和努力,康桥地产12年来逐步建立起了适应房地产市场发展需要的优秀团队、资本运作、企业文化、经营机制、品牌建设的运作体系,在市场研究、产品研发、规划设计、成本控制、营销推广、团队建设等方面形成较强的竞争力。

### 康桥模式解读之二:专业化能力——产品梦工厂

一个楼盘,可以兴起一座城。康桥林溪湾引领的龙湖镇房地产市场的低密度住宅革命就是一个例子。

2010年,中国房地产市场开始发生改变:逃离城市,回到近郊。在这种大背景下,一大批近郊大盘陆续登场,而新郑市龙湖镇因得天独厚的地理条件,立刻成为众多房企决战的场地。

郑州地产界曾经流传过这样一句话,龙泊圣地让郑州房地产圈知道南龙湖可以做房地产,而康桥林溪湾让郑州房地产圈知道南龙湖还可以这样做房地产。

康桥地产营销中心总监余合告诉记者,当时康桥地产正好在龙湖镇拿了一块地。在龙湖开始做林溪湾项目后,我们发现这个区域还是很好的。比如生态环境比较好,没有噪声,学校

比较多,绿植覆盖也比较多。林溪湾占地650亩,其中有200亩为原生态沟。交通也方便,距离郑州市不远,只有11公里。

余合说,当林溪湾的规划设计完成后,由于外界对这个片区认识还不够深,我们就想,这么好的产品,还是要先做出来再开放。因此2010年开园时,售楼部、会馆、首期11栋楼的现房、交房区景观等全完成了,受到了客户的欢迎,一开盘销售就比较成功,直到现在都很受追捧。

康桥林溪湾、康桥溪月、康桥九溪郡……康桥地产继续不遗余力地在南龙湖诠释着一种被仰望的生活。现如今,绿树成荫、碧波荡漾,开阔的道路、美丽的建筑,已然让南龙湖受到众多置业者的热捧。

12年12盘,从康桥花园到康桥悦岛,康桥地产以幸福楼盘、品质楼盘、尊享楼盘、温馨楼盘的产品定位,以差异化的客户细分,给业主提供了不仅是生活载体的房子,更是提供了一种内心幸福的生活方式和体验。康桥地产的产品让业主在舒适居住的同时,也让他们在其中寻找到了生活的意义。

这就是康桥地产,每一件作品都是以客户为导向,都要通过大量深入的市场调研,通过了解客户的需求并满足客户需求而进行规划设计的。面对市场竞争,他们加大了产品的研发和产品创新的力度,通过创新,包括户型创新和新材料的运用来提高产品的附加值,目的就是回馈给客户真正有价值的房子。