



康桥社区实景图

在经济“新常态”的背景下,房地产行业也将迎来一个换挡期,如何在波浪式震荡上升的过程中抢到一个好位置?如康桥地产这样实现逆势增长的企业领军者给出了一个很好的解答,那就是深掘市场机遇,在品质提升的路上永不倦怠。 郑州晚报记者 王亚平

坚守品质,实力房企频发“宣言”

在成交量下滑、库存量居高不下的客观事实面前,业内专家普遍认为,相对于其他方面,强大的产品实力是更适合成为房企长治久安并不断进化的基石。

在58同城房产频道负责人看来,对于诸多房企来说,回归消费者正成为他们转型的一个本质方向。“品质”这个最要真功夫的市场卖点在大浪淘沙之后,成为楼市市场中永恒的主题。

万科日前鲜明地提出了“回归”的概念,一个是从传统的营销向技术科研上的转型,另一个便是从建房卖房转到服务型转型。而无论从技术上还是服务上,转型都一定以消费者为导向。万科集团总裁郁亮对此强调,政府加大住房保障力度,更重视居住功能是清晰的政策信号,房企要和发展势头过快、有暴利可图的时代告别,要依靠性价比等赢得市场机会。

远洋地产总裁李明同时也认为,今后的竞争将重回产品力的比拼:“经历了行业的兴盛与动荡,如今在投资需求受到抑制、产品功能需求再次回归第一顺位的背景下,‘让住宅回归生活本质’将是行业发展的一条必由之路。”

早在2013年,龙湖集团董事长吴亚军就在龙湖内部论坛上发表了一篇近6000字的文章

《坚定战略假以时日》,表态适度放弃规模,坚守品质,重申不并购、不合作开发。

在白银时代,过多的存货,将不是财富而是负担;鲁莽的投资,将不是机会而是风险。兰德咨询总裁宋延庆认为,会有越来越多的房企将规模速度型转为质量效益型。

放眼中原市场,拥有敏锐的市场感知,不断强化品质的实力房企也呈增多之势。

比如不久前,某以量取胜的本土房企就展开了一场声势浩大的品质鉴定活动,让大家身临其境,眼见为实,亲身领略其品质的巨大改观和提升;也有房企坚守精细开发路线,执行标准化和流程化的精细化战略,取得良好的市场反响。

实现业绩稳步增长的康桥地产就是品质取胜的最佳范本。

作为植根中原的本土房地产企业,康桥地产对拿到的每一块地,都会深研其历史价值、文化掌故,深度解读其在城市历史过程中扮演的角色与担负的责任,甚至未来几十年的价值走向。康桥地产以品质产品筑就品质之家,让物质的建筑赋予精神的追求,彰显家庭的生活品味。始终抱着尊重土地与历史,对业主负责、对城市负责,更对城市建筑史负责的沉重使命感,倾力打造每一个作品。

楼市换挡期 品质提升成房企发展新引擎

着力研发,向价值链高地转型

品质是企业赖以生存和发展的根本、命脉、基石,是企业存在的理由。一个不注重品质的企业,是无源之水,无本之木,注定没有未来。

其实,作为本土品牌房地产企业,康桥地产的应变之路从10年前就已经开始了。

据介绍,早在2003年的时候,康桥地产就成立了自己的产品研发中心。这是河南本土房企中成立最早的产品研发中心,在当时的郑州地产界是不多见的。

为增强产品研发能力,康桥地产每年定期展开大量的客户需求访谈,深入研究客户需求变化趋势。同时在项目立项之初设计人才、营销人才、物管人才共同介入,并贯穿产品从定位到建筑全程,这在本土房地产企业中也属于第一家。这样做的好处就是,从项目设立之初就从客户需求、物业管理等多个角度进行考虑,使得产品更加人性化,更加符合消费者需求。

经过12年的摸索实践,康桥地产锻造出了本土房地产企业中最专业化的研发设计团队。至今,康桥地产已申请并实施20多项房地产开发专利,并采纳10多项新科技应用,仅林溪湾项目的设计亮点

就达数十个。

市府中央的康桥溪山御府,以倡导、复兴世家文化为立意,集合政治、交通、教育、医疗等顶级城市资源,2010年开盘即创造西区楼市神话,售价每平方高于周边一两千元,成就“康桥溪山御府现象”。

康桥金域上郡,以一环御园大平层礼遇层峰人生,并在技术创新与新科技应用上,不计成本引用全球最顶尖科技产品,采用全球领先的“24小时新风系统”、国内超前的直饮水系统,营造“会呼吸的家”。

定制级原墅、西班牙殿堂级瑰宝林溪湾开启了南龙湖的人居未来,不仅将100%原生态资源的墅品生活搬入郑州,更是将康桥地产“品质生活倡导者”的声望推上顶峰;康桥九溪郡作为康桥低密度系列的又一重要产品,联手知名设计机构,采用浪漫的法式风格为主调,建筑中适当融入当代中国元素,市场口碑极好;康桥原溪里在融合系列产品诸多优点之上仍然保持着产品创新和丰富的居所智能配套设施应用。

而新作品康桥悦岛可以说是一诞生就坐享之前所有的新科技成果,展现豪宅真本色,也因此在前几日首次开盘时,遭遇极速抢购,热度惊人。

极致主义,领创中原格调生活

有专家认为,康桥产品的热销以及销售业绩的稳步攀升,在于其为广大业主提供了一种更适于居住的生活方式。在立足品质的基础上,康桥人更明白服务品质是其发展之源。

康桥地产营销总监余合表示,康桥地产的核心竞争力就是专业化能力,这集中体现在独特的用户价值和卓越的团队执行力上。其中,独特的用户价值,不仅是指过硬的建筑质量,还需要康桥人十足的用心。就是要读懂客户内心情感发出的声音,满足客户内心深层次需求,让客户拥有幸福生活的体验。

在他看来,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。

康桥下辖的河南太平世家物业服务公司是中原首家加入“金钥匙联盟”成员企业,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求为业主营造温馨的社区生活。

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。

“从内部户型设计到社区内的景观构建,康桥产品传递出一种尊贵优雅的生活品位,太平世家的人性化服务更提升着我们的居住感受。”家住康桥溪山御府的业主李浩这样说,很多来到这里的都想购置一套康桥的房子。

更值得业内关注的是,为了确保品质和服务的提升,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,如举办企业的内外训、BOSS堂论坛、名家论坛等,而已成功举办42届的康桥论坛早已成为康桥地产的一张名片。

通过研发、管理、物业等多个团队的通力协作,保证了产品的完美呈现,为康桥地产向前迈进提供源源不断的力量支撑。