

2015年12月30日 星期三 编辑:王亚平 美编:王小羽 校对:明镜

稳健康桥

品质筑家 相伴一生



康桥对品质的坚守,让其每一个项目都成为区域标杆

从2002年的康桥花园,到2015年的康桥朗城,康桥地产10余年间坚守的品质之心从未改变,追求建筑和社区的人性化也从未改变。这份稳健,在河南的房地产市场中独树一帜。作为植根于中原的本土房地产企业,康桥地产自成立开始,就对拿到的每一块地,进行历史价值、文化掌故等方面的研究,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。在康桥人看来,康桥地产担负着建造城市、发展城市的历史使命,因此,他们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,倾力打造着每一个产品。 郑州晚报记者 范建春

稳健的背后 || “品质筑家,相伴一生”的理念

康桥地产在10余年间,产品品质的一脉相承曾经引起业内的普遍关注。为什么一个本土房企品牌,在快速成长的前提下,仍能够始终坚持品质的传承?在这份稳健的背后,康桥地产究竟有什么秘诀?

对此,康桥地产负责人表示,其实康桥地产的核心竞争力很简单,那就是尊重专业、敬重品质,这体现在独特的用户价值和卓越的团队执行力上。

据了解,康桥地产的理念是“品质筑家,相伴一生”,可以说非常重视用户的每一份信任,并用产品品质去体现尊重。这就要求康桥必须要建造高品质的房子,而建造高品质的房子,不仅仅是指过硬的建筑质量,还需要康桥人十足的创新用心,即基于客户的角度,用心读懂客户,用心造好房子;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。也就是说,康桥关注的不仅仅是客户在这里住得是不是放心,会进一步关注他们在这里住得是不是舒心。

康桥地产从创立之初,就树立了品质导向,坚信“产品本身就是企业最好的媒体,品质才是品牌的立足点”,树立了

“自主互动无边界,学习创新无止境”的核心价值观,专注于品质产品的开发。从康桥花园、康桥华城,到康桥溪山御府、康桥金域上郡,直至顶尖低密度豪宅林溪湾等,康桥地产始终坚守“品质生活倡导者”的企业文化,聚集行业精英智慧,深入思考地产与城市、生活以及和谐人居之间的关系,将最好的产品奉献给社会。

正是在“品质筑家,相伴一生”理念的支撑下,2002年,康桥推出的首个社区康桥花园,就一举改变了区域的居住面貌,并赢得当时建设部颁发的“人居经典”金奖;2005年,康桥再次推出的康桥华城项目,其中原首席国际人文街区的概念,开启了郑州国际街区时代;2007年,康桥上城品质低调公开,开盘即成交2.4亿元,极致考究的城市作品,掀起了郑州西区的高端置业风潮;2010年,康桥林溪湾在轩辕故里新郑市龙湖镇诞生,1亿元重金打造的4万平方米中央景观区、实景现房入市,震撼了中原地产界,火爆开售不久即成为同行竞相观摩学习的标杆物业。该项目不仅推动了龙湖镇区域价值的迅速飙升,也使得康桥地产一跃成为中原地区的房企一线品牌。

稳健的做法 || 精研发,细建工,深体验

在康桥地产内部有句名言,“1毫米的差距,在你的眼里毫不起眼,但是在工程师的眼里,它值得用1000次去检验”。

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屈指可数。

为增强产品的研发能力,康桥地产每年定期展开大量的客户需求访谈,深入研究客户的需求变化趋势。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,并贯穿项目从定位到建筑的全过程。这在本土房地产企业中,也属于第一家。这样做的好处就是,从项目的设立之初,就从客户需求、物业管理等多个角度进行了分析考证,使得产品更

加人性化,更加符合消费者的需求。

经过10余年的摸索实践,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。仅林溪湾项目实现应用的设计亮点就达数十个。

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,从这个角度来看,每一个高品质的产品背后,都有着一套极具管理竞争力的方法。

为了保证品质的高度与传承,康桥地产梳理出来“康桥五+”体系。在建筑方面,拥有360度供应商履约评估体系,户户房屋质量数据档案;第三

方随机独立材料抽检,18项材料/设备破坏性检测、2次交房后全面房屋体检。在智能化方面,有健康跑道、雾森系统、动态人脸识别、智能终端、社区O2O等。在物业方面,有6项便民服务+6项特色服务、12-12-24-72心服务标准,集团内部进行培训并强制化要求。

这就是康桥地产,每一个项目都是以客户为导向,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。面对市场竞争,他们加大了产品的研发和创新力度,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。

稳健的效果 || 中原最受尊敬的地产企业

在中国的房地产行业里,万科曾以做“减法”而闻名业内。与万科一样,康桥地产的战略思想也是做“减法”,即高度专业化,创造核心竞争力,推动大规模生产,全面提升产品质量与服务。正是这种清晰的公司战略,使康桥地产在做“减法”的同时却完成了稳步增长的乘法。

“康桥的目标是要做中原最受尊敬的地产企业,为了实现这个愿景,就需要我们做到,将追求建筑和社区的人性化放在首位;尊重客户,通过与客户的沟通和互动,不断创造并提高客户价值;吸引业内最出色的人才,为员工搭建一个发展

和实现自我价值的平台;遵循商业行为准则,成为行业发展的风向标和规范制定者;融入社会,回报社会,树立具有时代人文精神的企业形象。”康桥地产负责人说。

据介绍,在2005年以后,随着楼市暴利时代的终结,国内一线房企的大量进入,郑州的房地产市场竞争力进入到白热化阶段,并导致市场格局也发生了转化。一些弱小的地产公司慢慢退出了市场,而以尊重客户、坚持品质见长的本土房企,在经过多年的积累之后迅速发展壮大,并站稳了市场第一阵营。

正是以精品为标准,注重

与客户的沟通,关注客户的切身需求,重视项目在人文关怀方面的营造,使得康桥地产的产品无论在郑州市内的哪个区域,都成为该区域的品质标杆、品位标杆,继而成为区域的样板标杆。

对此,有业内人士解读说,面对新的市场形势,郑州本土的房企出现分化是正常现象。因为在土地价格日渐上涨,开发门槛不断提高的情况下,一些房企的营收能力日显微弱,被市场淘汰已是必然。反观目前处于地产市场第一阵营的本土房企,则基本上都是特色非常明显的品牌企业,这也是行业成熟的标志。