

# 拓展康桥

## “梦工场”助威康桥发展

2015年8月13日,郑州经开区拍出了2块土地,康桥地产最终拿下了经开区滨河国际新城的地王。作为一家本土企业,既没有上市企业的财大气粗,也没有全国性企业的广种丰收,在越来越高的入市门槛面前,康桥地产积极寻找和拓展自己的生存空间,并把自己的触角拓展到了南龙湖、经开区甚至郑州以外的市场,在逆境中实现了从新生力量到市场大佬的身份转变。

郑州晚报记者 范建春

### 拓展之路

#### 从康桥花园到康桥悦城

康桥地产的开山之作,是位于郑汴路与货站北街的康桥花园小区。2006年,伴随着中原城市群快速发展,康桥地产由专注住宅开发,逐步向多元化物业开发进行战略转型。康桥华城应运而生,康桥华城是集商业、公寓、写字楼、高层住宅为一体的大型城市建筑综合体,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,康桥打造的上城项目采用了地中海风格的社区,联手知名机构设计,内部水系、喷泉、栈道、凉亭、广场等地中海特色风格的设计,较为创新性的风格,获得了市场的一致认同。

在康桥地产的理念中,一家城市的本土开发企业应该顺应城市的发展脉络,体现城市的传统文化,依照城市的整体格调去做出好的产品。基于此,康桥地产在2009年推出的两大升级力作康桥金域上郡和康桥溪山御府,都成为区域的经济、交通、商业中心。

在高端地产领域,康桥地产2010年在南龙湖地区开发建设的西班牙殿堂级瑰宝林溪湾,可谓是深谙西班牙建筑精髓,以纯粹的巨匠手笔,打磨赤金双拼、天阔联排、退台洋房等高端产品线,塑造了中原地区低密度住宅多元化的生活场景。

而同样在南龙湖,2012年康桥地产开发的九溪郡项目作为康桥低密度系列的又一重要产品,联手知名设计机构,建筑中适当融入当代中国元素,又采用浪漫的法式风格为主调,赢得了极好的市场口碑。随后的康桥溪桂园、康桥原溪里、康桥悦岛、康桥溪棠、康桥朗城等项目,可谓一步一个脚印,向市场验证着康桥地产的品质如一。

2015年,康桥地产布局金水区的康桥朗城项目,在智能化住宅方面,将智慧人居方式的理念带入了房地产市场,康桥也顺势提出了建设中原智慧家居生活典范的目标。这一步标志着,康桥地产在智慧社区方面再一次走在了市场前列。

从康桥花园到康桥悦城,十余年间,康桥地产16个项目是稳步拓展,稳健提升,也因此而屡创中原地产史上的销售奇迹,塑造了多个区域性的样板标杆。



康桥朗城是康桥地产布局北区的首盘,项目主打智慧社区

### 拓展之魂

#### “客户价值”提升品牌力度

康桥地产的每一个项目,从立项之初就谋求“社区”和“人”的共同发展。从规划设计到景观设计,从工程质量把控到产品的舒适体验,一切都围绕着“客户价值”的思想,践行着一个地产新锐的时代担当。

十余年间,市场验证了康桥地产的品质。康桥曾荣获CIHAF中国名企50强,康桥花园摘得建设部“人居经典”规划、环境双金奖;康桥花园、康桥华城以及康桥金域上郡于2004年、2005年和2010年先后荣获CIHAF中国名盘100强;康桥华城目前已建设成为社区文化和考察学习的二七区示范社区;康桥林溪湾已成为中原豪宅地产的价值标杆;康桥金域上郡荣获2010年最佳居住环境奖;康桥地产则荣获2011年度河南地产杰出贡献企业奖、2014年度“鼎筑中原企业”、优秀房地产开发企业,等等,成为河南本土房企综合实力排名第二。

十余年间,康桥地产一贯秉承“专注、客户、高效、分享、责任、诚信”的价值观,

始终确信对企业尽心、尽力、尽职、尽责的员工是企业最宝贵的财富;尊重、肯定并充分发挥每个员工的才能是企业义不容辞的责任。

十余年间,在品质地产的营造中,康桥地产“让最专业的人去做最专业的事”的理念完美化解了人才问题,以开放化平台整合出了最优秀的团队。这是康桥的品质之道,也是康桥人博大胸怀的彰显。

十余年间,康桥人坚信,如果没有对建筑品质的精工追求,良好的居住体验终将沦为无本之木、无源之水。因此在每个环节,他们都追求“细节至上”。诚如一所房屋,也是一个产品,它的智慧和精妙就表现在一块砖、一个台阶、一扇窗户。每一个细微之处,都注入了康桥人对人居习惯的深入洞察,让居住者能够在入住的过程中,全方位拥抱更美好的居住体验。

为居者创造价值,为城市制造精彩。这就是康桥,一个开发商的品牌之魂。

### 拓展之道

#### “梦工场”助威康桥发展

如果说产品是一个房地产开发企业之根的话,那么,管理和服就是企业的枝和叶,三者具备,这个企业才能枝繁叶茂。而康桥人所津津乐道的“产品、管理、服务”三大梦工场正是这样的法宝。“我们一直致力于打造研发、管理、服务三大梦工场,以实现合适成本下的产品差异化竞争。”康桥地产负责人说。

康桥品质之梦之所以梦想成真,就是因为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。康桥地产有着自己的前期市场研究部,主要观测人口数据及居住需求的一线数据;拥有自己的产品研发部,针对调研数据收集整理后,落地实施为可以实现的户型、配比等居住感受。通过流程管理,康桥不断地将一线调研数据反馈至产品研发中心,以达到快速地迎合市场变化。比如,在康桥朗城和康桥悦城的户型设计上,就经历了6次客户座谈和20多次设计改稿,产品的背后,是精雕细琢、锱铢必较的优化,最后能够得到客户的青睐和追随,就不是偶然而是必然。

除此之外,康桥地产还拥有提升管理水平的自我反馈体制,即通过不断地请进来一线房企的管理人员,强化管理理念;通过现场讲课的方式不断对项目进行可行性的论证。同时,康桥地产还经常进行自我学习与自我反省活动,通过论坛、企业的内外培训、boss堂论坛、名家论坛、培训和考察学习等,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都做到全部落地执行,以保证产品的完美呈现。

在企业文化上,康桥地产更是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、企业文化的层面进行延展。最广为人知的例子,莫过于从2007年6月开始,康桥主办了以“健康、财富、人文”为宗旨的康桥论坛系列公益活动,致力于携手国内外专家、名流共同打造高端交流平台,实践“让我们住得更好”的人居理想。

正是靠着这样的前瞻性和努力,康桥地产自最初涉足商业地产至今已先后投资开发15个项目,在项目发展和土地储备、经营业绩、品牌塑造、资源整合等方面成效显著,建立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。

这就是康桥,从一花一木、一山一水间细细琢磨,到利用智慧家居、绿色建筑、节能建筑等技术创新,再到提炼出“品质5+”的全新理念,从研发、建工、景观、物业、体验5个要素的品质构建出发,目的,就是回馈给客户真正有价值的房子。