

首届中国房企文化建设和品牌创建成果展示交流会在长春市召开

7月23日,由中国房地产业协会主办,吉林省住房和城乡建设厅指导,吉林省房地产业协会、吉林省伟峰实业集团有限公司承办的“首届中国房企文化建设和品牌创建成果展示交流会”在长春市召开。吉林省房地产业协会作为承办方,一直以来积极发挥桥梁纽带作用,紧密联系政府、企业与相关单位,在推动吉林省乃至全国房地产业健康发展进程中成果斐然。其不仅深入研究行业理论与政策,为政府决策提供专业建议,还大力协调行业发展难题,维护会员企业合法权益,为行业规范与自律不遗余力。此次交流会吸引了全国百余家居地产业企业、行业专家以及各地房协代表齐聚一堂,共同探讨房地产行业文化与品牌建设的新路径,为推动高品质住宅建设出谋划策。

在城镇化快速发展进程中,房地产行业对国民经济增长、城市建设以及居住条件改善起到了关键推动作用。众多房企在发展中形成了独特的文化理念和良好的品牌声誉,这些软实力成为企业稳健前行的重要支撑。本次交流会旨在深入挖掘房企文化内涵,扩大品牌影响力,展示房企文化建设和品牌创建成果,进而推动高品质“好房子”的建设。



中国房地产业协会副会长 王惠敏

上午9时许,交流会开始,会议由中国房地产业协会副会长王惠敏主持,吉林省住房和城乡建设厅党组成员、副厅长刘红卫,长春市住房保障和房屋管理局副局长赵洪利分别致辞。



吉林省住房和城乡建设厅党组成员、副厅长 刘红卫

吉林省住房和城乡建设厅党组成员、副厅长刘红卫在会议开场致辞中,强调了房企文化与品牌建设在当前房地产市场环境下的重要性。他指出,房地产企业应通过文化建设提升企业凝聚力,以品牌创建提高市场竞争力,助力房地产行业健康可持续发展。



长春市住房保障和房屋管理局副局长 赵洪利

长春市住房保障和房屋管理局副局长赵洪利在致辞中表示,建设“好房子”是落实国家关于推动住房高质量发展的重要举措,也是广大居民住房需求从“有没有”转向“好不好”的民生之要。此次交流会聚焦房企文化与品牌建设,对于推动行业朝着高品质“好房子”方向发展具有重要意义。



吉林伟峰实业集团董事长 贵庆峰



与会人员合影 本版图片 城市晚报全媒体记者 李杨 摄

本次会议主题为“房企文化与品牌 精益建造与市场”,内容丰富且深入。作为承办单位之一的吉林省伟峰实业集团有限公司,一直以高品质住宅著称。在主题演讲环节,董事长贵庆峰发表了《伟峰对“好房子”的理解》的主题演讲,介绍企业多年来坚持品质至上,从选材、工艺到空间规划,每一个环节都精雕细琢,致力于为客户打造高品质居住体验,同时分享了企业在高品质住宅建设中的经验与思考,引起了与会者的广泛关注。

贵庆峰说,吉林伟峰实业集团是一家长春本土企业,2005年在长春人民大街开发了第一个项目——伟峰国际,后来又开发了四个项目:伟峰·领袖领地、伟峰·东第、伟峰·东樾、伟峰·东域。“好房子”这个概念,在国家层面十分重视,他们企业更重视,不论具体专业技术问题,他从四个方面谈了对“好房子”的理解。

一是人才体系及培养——团队和团队领头人非常重要。团队的核心,项目经理必须是内行,对规划、设计有深刻的理解力,对施工整个过程有执行和监管能力,对成本控制是心里有数的,其个人品德是敬业的,心胸坦荡、敢于承担的。同时,整个团队配置要全面,包括土建、水暖、电气、园林、装修、幕墙等工程技术人员要齐备,实战经验丰富、战斗力强。还有,整个团队要有提高能力的途径,包括请进来的提高,走出去的学习。对于项目团队也应该是宽容的,允许犯错误,但不能吹毛求疵,要允许团队人员犯错误,只有在犯错误中才能进步、成长,同时也更能激发团队人员的积极性、创造力和勇于担当的精神,否则只能沦为一潭死水。

二是施工、技术体系——低造价的好房子是不存在的。比如2017年开工建设的伟峰东域项目,大约100万平方米的总体开发量,屋面、地下室没有漏水现象,这些建造节点大部分是他们技术部和施工企业研发的,这是需要提高成本投入的。而伟峰东域一期D地块,当时成交价也是每平方米12000元左右,现在价格基本稳定,没有下跌,房子的总体规划、单体户型设计有一定原因,但最主要的还是施工质量、材料选择、解决问题的技术能力。

三是规划、建筑体系——好房子、好项目应该提升区域价值。这些年,伟峰开发项目坚持建筑的原创性,在充分理解本地气候特点基础上做设计;坚持注重城市界面和建筑的第五立面。伟峰的项目用地红线到马路边石,是按高标准完成的边道硬化、绿化。第五立面,也就是鸟瞰的效果,坡屋顶和平屋顶的处理都花了很多心思;坚持做好配套,不能住宅挣钱就只做住宅,要适度做些商业。

四是合作理念——善意的、有道德的合作

相处之道。多年来,给合作伙伴一定的利润空间是伟峰的原则,不能无限挤压材料方、施工方合理收益,伟峰坚持认为一个高品质项目,健康的合作关系是坚实的基础,而过度成本控制,必然带来偷工减料、两败俱伤的恶性循环。伟峰一直坚持低杠杆,好的现金流,很少有债务纠纷,很少给政府添麻烦,而坚持长期合作的伙伴,认可他们的理念以及高质量产品、工艺、施工。

贵庆峰认为,“好房子”就是品质追求到极致,表面上是城市建设中避免无谓的资源浪费、环境恶化,深层次是一种设计哲学和生活理念,愿每个开发商都心存善意地建造“好房子”。

在主题演讲环节,中海发展集团分享了“客户为上、品质保障、价值创造”的中海价值观,强调以客户需求为导向,在品质把控和价值创造方面的坚守与实践;华润置地聚焦“搭建爱意和善意的生态系统——好房子的具象化表达”,阐述如何从社区营造、物业服务等多维度构建美好生活场景,让房子成为承载情感与温暖的空间;绿城(中国)集团围绕“文化为魂,品质为根,品牌为本,做中国好房子”的理念,介绍了如何将文化深度融入品质打造和品牌建设中;越秀地产以实际项目为例,讲述了以好房子共建美好城市的实践与探索。



中国房地产业协会副秘书长 李筱梅

下午的交流会由中国房地产业协会副秘书长李筱梅主持,在主题演讲环节,金地管理强调坚持专注专业、价值共赢的文化底色,铸造“三力”品牌价值,在市场竞争中走出特色发展道路;新东升置业介绍了创新挖掘每寸土地价值,回报消费者的做法与理念。

“生活的真、艺术的美以及家的善,把这些真善美融合在一起,将伟峰给大家提供的产品营造成一种生活方式。”“做别人不敢做的事,做别人做不好的事。”“我们集团一直坚持建品质工程、享美好生活的理念,口碑就是最好的标准”……随后,一场别开生面的房企论坛火热开启,来自全国的百余家居地产业代表分组登台,以抢答形式展开“百企论坛”巅峰对话。核心议题直击行业命脉:用最核心词句亮出企业

精神或理念;产品力或精细化管理的核心口号或铁律是什么?品牌内功如何修炼?列举最具代表性的内部文化/品牌建设举措……这场围绕房企“内核”的脑力激荡,通过快节奏的抢答与碰撞,萃取行业智慧,明晰发展航向。

中国传媒大学政府与公共事务学院教授高萍也带来了专题讲座,从专业角度为房企在文化传播与品牌塑造方面提供了理论指导 and 实践建议,拓宽了参会者的视野。交流会还颁发了第五批次、第六批次“高品质住宅标识项目”证牌。



中国房地产业协会会长 陈宜明

最后,中国房地产业协会会长陈宜明发表了总结讲话,为房地产业的发展指明了方向,他指出,召开此次交流会的目的就是要把房地产企业经过几十年发展所积累形成的企业文化挖掘出来,房地产企业有文化,房地产行业也有文化,而挖掘出来的目的是为了更好地传承和弘扬。房地产企业要有文化,一个没有文化的房企是很难盖出高品质房子的,也很难为广大群众服务。

就当前房地产行业面临的问题,陈宜明谈了三点看法,一是从事房地产行业的决心和信心不能动摇。房地产行业是和人类共存的,只要有人类存在,就有住房的需求,有住房的需求,就要有人盖房子,有人盖房子就会有房地产业;二是在当下行业遇到困难的时候,房地产企业应该冷静下来,很好地分析形势,研判问题,找出企业今后的发展路径,不能盲从;三是不要浮躁。由于房地产行业遇到了一些问题,在市场营销过程中出现了一些不符合实际的炒作概念和炒作说法,这只会扭曲社会对房地产行业的认识。因此,房地产企业要不动摇、不盲从、不浮躁,冷静思考,找出自己的出路。

此次交流会的成功举办,不仅为房企搭建了一个交流与学习的优质平台,促进了企业间的经验共享和资源整合,也对推动房地产行业的文化建设和品牌提升具有重要意义,助力行业朝着高品质发展方向不断迈进。未来,房地产企业有望在文化与品牌的双重引领下,为消费者打造更多高品质的居住产品,为城市建设增添更多活力与魅力。

城市晚报全媒体记者 陆续 朴松莲