

# 不管市场“拐”不“拐”

## 责任是树品牌 求发展关键

江苏华门投资集团有限公司 营销总监 安盛



“江苏华门一直强调并注重企业的社会责任和信誉。”她以山水华门别墅项目为例，华门集团在南京这个项目一直以“精细化、零缺陷、无渗漏”为切入点，打造一流精品工程。山水华门专门成立了客户服务中心，在最短的时间内，将处理意见反馈给业主。她还举例，最初，山水华门项目红线以外的将军山有一面山体因为历史原因有所破损，为给小区的业主营造良好的生态环境，他们主动自筹数百万元修复这块破损山体。“这些看似不属于我们企业必须承担的工作，我们怀着对业主的责任、对环境的责任、对社会的责任主动承担下来，这是作为一个负责任的开发商应尽义务。” 快报记者 刘果

## 住宅产业化也是一种责任

南京万科置业有限公司办公室主任 王培

王培说，“事实上，作为行业的万科，为实现未来的发展一直在努力推荐住宅的产业化。万科愿意作出探索和实践，提前就行业未来趋势作一些探索。为何会选择住宅产业化的大胆尝试？王培就此问题进行了了解析，“面对这样的市场这样的群体，从生产方式上一定会面临很多像原材料不断上涨、劳动力成本不断上升，在这样的趋势下，必定在生产

方式上做一些调整，适应规模化的生产需要。这在西方是得到认证的方式。但每个企业选择不一样，并不是说所有的企业将来都是选择这种模式，这还是要结合各个企业的情况和自身发展需要。”王石曾说，2009年是万科对外发力的一年，对万科而言，真正大面积工业化铺开就是从那时候开始的，南京万科也会在不久将来的时间内开始做产业化的尝试，

## 踏踏实实地做好每一件事

南京万达房地产开发有限公司副总经理 陈云

作为企业，万达的责任体现在多方面，从成立之初在各个地方都做了很多动作，包括向企业捐赠超过了八亿元，包括万达集团也是荣获了2007年央视的最佳雇主以及慈善总会颁布的光彩人物，还有在2007年首创的农民工基金。陈云分析说，“目前市场的现状是，从2005年开始的宏观调控累计效应开始显现，客户观望情绪还是很重。”这样的市场环境对于开发商来说机会几何呢？他旗

帜鲜明地认为，“作为企业来说，我们目前在这个环境下只有踏踏实实做好每一件事。当初2006年南京在奥体板块也是经历过市场波折，那不是没有一家企业或者楼盘卖不好呢？当时开盘的中海塞纳丽舍就卖得很不错。这说明在宏观调控的背景下，企业如何把产品做到极致，同时做好市场定位后就可以打开一片天地，这也是我们正在琢磨的事情，如何在宏观调控或者说在波动期把我们的产品做扎实，

# 履行责任 是根本

## 3·15提责任地产很贴切

下关城市建设开发(集团)有限公司副总经理 汤建华



金陵蓝湾中就会有一些这样的尝试。”快报记者 费婕

汤建华说：“在3·15这一天提开发商责任，很贴切。”他认为，无论市场是上“拐”还是下“拐”，把品牌、质量和售后服务做好，让老百姓买到放心的房子，都是开发商始终如一的责任。他介绍，下关城镇是一家立足于下关区，为本地老百姓开发的老公司，至今开发了数百万平方米的住宅，基本销售一空，如果不是诚信为本，房子不会长期卖得好。因此，基于企业长期发展的目标，开发商必须将责任



意识和品牌意识高度融合，这也是下关城镇自身发展的经验总结。快报记者 刘欣

## 房地产行业也是良心行业

亚东建安集团南京润创置业投资顾问有限公司营销总监 邱卫东



把我们的产品销售出去，这是所有的总经理正在研究的事情。”快报记者 费婕

“我们的董事长曾经说过，房地产行业是良心行业，所以从2007年开始，亚东就在品牌建设上，投入了大量精力。”邱总继续说道，亚东为此专门成立了两个委员会，一个是品牌的委员会，第二个是产品委员会。亚东地产在2007年，2008年，在社会公益上成绩斐然，企业2007年成为南京市十大慈善之星。“同时我们不仅在南京，在镇江，在广西等地，都从事了这样的一些公益事



业。我们企业还有一句话，创造持续的美好生活。”快报记者 许延正

[场外声音]

## 责任感成就最受尊敬的房企

南京栖霞建设股份有限公司营销总监 张冰

张冰认为，一个企业对待责任的态度直接关系到其品牌形象和社会影响力。他表示，公司在过去25年里不仅设立了慈善基金和奖励基金，积极参与政府组织的扶贫、救灾、防汛等公益活动，还为经济落后地区的24所学校免费维修宿舍。在南京开发的1000万平方米住宅中，有200万平方米属于响应和配合政府号召所建设的保障性住宅。为此，在中国社会工作协会企业公民委员会今年发布的优秀企业公民报告

中对栖霞给予了这样的评价：栖霞建设重视资源节约和环境保护，也重视自主创新、职工权益和社会公益，遵循依法经营、诚实守信的文化信条，是一家全面而深刻履行企业社会责任，自觉而持久地争当优秀企业公民的房地产企业。“我们的愿景是做一个最受尊敬的房地产企业，这也要求我们在今后工作的方方面面以责任为考虑基点，追求社会效益、环境效益、经济效益的同步增长。” 快报记者 刘果

## 责任要与企业实际行动挂钩

南京利源集团副总经理 单群利

单群利认为，“责任地产”概念的提出，有助于企业集体责任心在房地产行业这个大环境中的成功树立。在他看来，诚信是现代市场的命脉。作为一个开发商，担当起社会责任，自然要把住房的质量抓好。同时，在销售过程中，也应该遵循各项政策；宣传中，不做虚假浮夸的广告；完工后，严格审核检验房

屋质量。最后，还要积极参与社会各项慈善活动。“作为一个成立16年的本土开发商，我们曾多次举办慈善活动捐款。比如2003年的非典捐助活动，以及最近的江宁扶助特困家庭的捐款活动，都是企业强烈责任感的体现。”他表示，开发企业的社会责任要落到实处；快报记者 刘果

■连线苏锡常

# 无锡开发商共话责任地产

3月7日，在由快报《金楼市》在无锡主办的“2008现代快报无锡责任地产论坛”上，又上演了一场观点的交锋、思想的碰撞，令在场的很多人豁然开朗：责任就是政府的作为，就是开发商的作为，就是媒体的作为，就是老百姓的作为。



无锡论坛现场

## 未来的竞争是责任的竞争

“当前乃至未来，房地产开发企业的竞争除了是自己品质的竞争外，也是责任的竞争，责任地产将是房地产企业管理中一个永恒的主题。开发商自身发展的一个助推器。开发商要长久健康地发展，不讲究责任是肯定不行的。开发企业要平衡好经济效益和社会效益，除了承担法律责任、经济责任外，还要承担起更多的产品责任和社会责任。”

——无锡市房管局局长 吕清

## 责任来自全社会一致行动

“谈到房地产行业的责任，大家似乎习惯把目光聚集在开发商身上，其实责任是全社会一致行动。比如对消费者来说也应该自觉地承担起自己的责任。在购买房子时，有些消费者明明是三口之家偏偏要买4个房间的房子。而开发商要对消费者、社会和未来发展负责。阳光集团2002年进入无锡以来都在梁

国家法律法规的规定和要求。其次，诚信经营也是开发商作为市场经营主体首先要有的社会责任。保证产品的质量也是开发商不能忽视的一方面责任。工程质量是最起码的，小区环境和售后服务也是房屋品质的构成要素。”

——无锡市房管局局长 吕清

## 后期经营比做产品更重要

“商业地产开发企业所担负的更大的责任在于后期经营。新世界国际的开发不是以短期的回报为目的。我们的责任是扶持这个市场，为市场创造更大的效益，通过产业的发展带动自身的发展，由自身的发展推动区域的发展。”

——深圳市新世界集团 江苏房地产有限公司总经理 侯伟

经济利益与责任相互平衡。作为我们开发企业来说，首要责任就是创造利润，这是每个企业生存的前提，然后才有能力去为国家和社会作贡献。对上市公司来说我们还有一个责任就是对股东负责。我们面临很多的责任，这些责任捆绑在一起，有的甚至是相互矛盾的，我们需要做的就是在企业的经济利益和社会责任之间寻找平衡，在创造企业经济利益的同时也创造出企业的社会效益，丰富我们企业的内涵。”

——新城房地产开发(无锡)有限公司总经理 陈春兴

## 全心全意做好每一个细节

“开发商对消费者的责任主要体现在两个方面：一是硬性指标，即房屋整体质量；二是软性指标，即对消费者的服务。开发商最重要的责任就是要让购房者住得开心住得愉快。正是基于这种认识，金科一直从充分关怀消费者的角度出发，坚持‘做好每一个细节’。这个细节不仅包括房屋设计和质量，还包括景观、配套以及物业服务等众多与购房者生活相关的每一个细节。”

——无锡金科房地产开发有限公司营销总监 方明富

本版摄影记者 路军



# 一席金铺 足慰三生，铺铺藏金等你抢!

07-08中国最具投资价值商业项目 来即做房东，买即赚40%

低投资/高收益/高增值/现房销售/招商已逾70%

- 20m² 集中商铺 · 100%招商 亲即作高薪房东
- 100m² 三层沿街旺铺 · 招商逾半 一层6米挑高
- 带租约销售
- 年8%固定租金
- 专业公司担保
- 5年后可无理由退房

房号	建筑面积(m²)	单价(元/m²)	总价(元)	五年回报
02-08	209.30	6110	1272030	513.142
10-02	143.21	5736	821735	326.844
10-05	145.16	5539	806281	323.313
12-05	145.24	4590	668656	311.026
10-03	162.35	3596	581833	240.553
04-126	162.38	3586	581271	240.510
01-116	162.38	3580	580442	240.589
12-03	162.31	3738	607151	246.570
01-02	162.31	3716	599222	244.528
14-125	162.24	3700	599304	244.529

## 热销百套献大礼 烟花三月看上城

旭日上城报春送喜，盛惠广大市民。

88-120平米多样户型一口价，300余套特价房一经推出，一周内销售过半。

上城生活，关注价格，更关注品质。

特价房 4500元/m²

【限量特价】特价单位指定房源不论朝向，不论楼层“一口价”4500元/平米，数量有限，先到先得。

【超值购房】总价折扣低至94折，超值优惠，稀缺发售。

【轻松首付】首付低至2成，让您轻松置业。

【免息分期】特定房源可享受特别免息分期付款政策，弹性还款。

【口碑答谢】老业主推荐新客户最高可获赠70年物业费以及1万元的车位冲抵款。

\*\*\*\*\* 2006年度中国名盘 品牌住宅 \*\*\*\*\*

实力品牌：红太阳地产实力筑就，传承“旭日”品质，八载情系礼献南京，完美规划：国际尖端规划理念，建筑布局与园林景观相互共生，相得益彰。

章式风格：建筑形式与园林景观深度融合，凝聚文明，瑰丽典雅，优雅现代。大城北岸，毗邻地铁三号线滨江站，规划中长江隧道，四五桥。

臻善配套：北京东路小学分校、双湾幼儿园、多功能会所等生活配套设施齐备。单盘MALL:55万平方米商业新都会，国际SHOPPING WALL规划，高尚生活平台。

安家热线：025-58496666 58498999 地址：南京市大桥北路和柳州路交汇处西南角

活动时间：2008年3月1日-3月31日

特价单位不享受其他优惠政策

投资方：江苏红太阳集团 开发商：RSUN 红太阳地产 规划设计：美国 HOK 公司 建筑设计：南京金海设计工程有限公司 景观设计：贝尔高林(香港)有限公司 本案网站：www.njuptown.com

中南汽车港 汽配航母 领席旺铺

100亿空港商业城 100平方公里航空城 比邻香港城、金福国际、百万大盘龙头商园

52776777 52771777

025 25222222