

建业首次全景披露新蓝海战略转型成绩单

地产领跑 建业“幸福生态体系”成型



最近,建业战略转型的话题再次刷爆了朋友圈。从9月7日开始,关于建业新蓝海战略转型践行报告的内容开始在朋友圈和部分新媒体流传。在这份报告里,首次全景披露了这家地产大佬两年来的转型成绩单。

相关内容显示,在保持房地产主业继续上升的同时,建业正在迅速构建起丰富的“建业+”大商业生态格局和幸福生态系统,战略转型取得突破性进展。

地产板块继续引领,销售金额和销售面积夺“双料冠军”

在“建业+”战略推进过程中,地产板块发展和本土房企的“一哥”地位是否会受到影响,历来为外界关注。此次流传出的新蓝海战略转型践行报告显示,在构建“建业+”大商业生态格局同时,建业房地产板块花开更盛。

截至2017年6月30日,建业地产今年销售金额138.8亿元(不含轻资产),同比增长47.5%;销售楼盘数量192个,在建项目51个,土地储备2412万平方米,在建总建筑面积696万平方米。建业今年上半年销售金额和销售面积夺“双料冠军”。

来自第三方机构的测评,也对此予以佐证。7月31日,在亿翰智库发布的2017年1~7月中国典型房企销售业绩TOP200中,建业地产以172.8亿元的销售金额和281.1万平方米的销售面积,延续了2017上半年河南房企“双料冠军”的地位。

近年来,建业“轻”动作不断。此转型实践报告显示,从2015年11月25日宣布首个轻资产项目签约落地至今,建业已经完成了在洛阳、漯河、驻马店、商丘等多个城市52个轻资产项目的签约部署,累计完成29亿元销售额,新签土地面积达455万平方米。

事实上,无论从建业此次转型实践发布,还是建业内部传来的消息,建业+地产依然是重中之重。建业集团称,始终心怀“让河南人民都住上好房子”的朴素愿望,以“建筑幸福人居,营建美好城市”为初衷,以敬畏之心,打造人性化、品质化、绿色化人居产品,承载家庭梦想,建筑美好城市。



2015年6月,建业正式开启由“房地产开发商”向“新型生活方式服务商”转型

多点布局成果显现 “资源端+用户端”初步发酵

外界除了关注建业的房地产板块外,更为关注建业两年来多点布局的成果是否达到预期。

前不久,关于建业的两则消息一度引人注目。9月2日,鸡公山管理区与建业集团、天明集团在信阳市举行文化旅游投资会暨签约仪式。建业集团在未来3年内将投资不低于10个亿,同时设立百亿元专项发展基金,用于鸡公山287平方公里的开发。建业集团董事长胡葆森表示,鸡公山项目将是其今后几年关注的五件大事之一。

9月3日,郑州金融岛建设发展有限公司股东会、董事会首次现场会议在郑州举行,包括胡葆森在内的三方股东代表会见了新组建的经营管理团队,讨论了项目的整体开发计划。

这两则消息,折射出建业在文旅和金融板块上的推进节点。这两个领域也是外界最为关注的。随着越来越多的企业涉足金融领域,以及金融豫军近两年的崛起,建业如何切入金融备受关注;同时,在国内地产商涉足文旅模式尚不成熟的背景下,建业文旅板块成效亦备受考量。

此次新蓝海转型实践报告显示,定位于“讲述河南的文旅故事”的文旅板块已初见成效,建业华谊兄弟电影小镇投资额45亿元,规模600亩,预计2018年开业;建业艾美1895,店面数3家,受众人数620万,目前已有19万观影人次,会员数7233名。在金融板块上,嵩山科创基金如今拥有约100亿元规模,嵩岳资产管理基金规模已近29亿元。

除了文旅和金融,建业更多方面的

新蓝海转型成绩也进入公众视线。比如,建业+商业目前已交付项目8个,自持运营商业面积26万平方米,年客流量4000万;作为地产服务品质的重要保障,建业+物业在2016中国物业服务百强榜单中排名第16位;再比如,建业+教育已经布局10个省(市),80所高品质的国际化校园,拥有3000余名优秀教师;建业+足球总投资额30亿元,球迷300万,俱乐部会员15万。

在酒店方面,已完成总投资额41亿元,总面积30.7万平方米。建业+科技,建业一家APP用户数逾20万人,服务人数2.5亿人次。近100家一家社区服务站已经在全省18地市落地,建业足球APP用户数逾30万人,服务人数近1亿人次。

在建业+农业上,除了投资9.45亿元、占地5000亩的一号鄢陵绿色基地已经投入使用外,此次传出二号鹤壁绿色基地、三号周口绿色基地、伊川绿色基地正在建设的消息,以及洽谈布局中的信阳、商丘基地等。

就目前来看,建业集团资源端已经形成地产、物业、教育、酒店、农业、足球、科技、文旅、金融等多元布局的态势,用户端已经形成业主、球迷、学生及家长、商业用户等庞大的流量,双方正在密切交融,初步发酵。但由于其目前依然处于布局前期,资源端和用户端之间的发酵程度和融合效果尚待观察。

新蓝海战略转型曾引争议 老胡称“耐得住寂寞,熬得住时间,驮得住名利”

建业开启新蓝海战略转型已历时两年。2015年6月,建业在新蓝海战略发

布上称,将用三至五年时间,构建大建业商业生态系统,实现企业从房地产开发商至新生活方式服务商的整体转型。

但对于建业这一重大战略转型,至今依然有人并不理解:单纯从企业盈利角度来说,建业将更多的精力和财力放在拿地卖房子上,财务报表或许会更漂亮。尤其在郑州市场上,建业的销售业绩已被同行超越。

对此,老胡和大多建业人的心态或可从今年6月老胡为《建业》25周年纪念专刊撰写的卷首语上找到答案。老胡在这篇题为《信用的价值》的短文中表示,价值观标志着企业的道德底线,岁月沉淀出企业品牌的成功。成功的路上并不拥挤,因为坚持下来的人不多。不畏苦,安于道,耐得住寂寞,熬得住时间,驮得住名利,在信用的价值支撑下,5年后,30岁的建业强壮可期,辉煌可期。

有熟悉建业的资深观察人士指出,被老胡所坚守和安于的“道”及其充沛的自信,源于对商业规律的认知,源于多年战略与文化坚守下的顺势而为。一方面,在地产下半场,宏观调控形势、市场形势、消费升级趋势的叠加,决定了房企转型的必要性。另一方面,建业一贯的价值观和企业精神,赋予了战略转型的必然性。在2001年,胡葆森就正式提出公司的客户观——谁拥有了客户,谁就拥有了未来,全心全意满足客户需求,是建业始终秉承的发展逻辑。在老胡看来,客户生活需求的不断升级和日益丰富,就是企业战略转型的方向。新蓝海战略转型,是建业集团通过商业大生态的协同发展与融合作用,进而为客户提供个性化、定制化、差异化的美好体验,是对建业产品服务观的再次升级与超越。

不过,从商业逻辑和资源基础上分析,建业新蓝海转型并非无源之水。丰厚的生态布局和资源积累,为建业+的战略实践提供了坚实基础与根基。25载长征之路,建业逐步形成地产、物业、教育、酒店、足球、科技、现代农业、文旅、金融等多面、多线、多点的产业生态格局,这是建业新蓝海战略得以行进的先决条件和必要条件。

庞大的客群基数和优异的用户口碑,是建业转型实践的另一个必要基础。建业拥有50万业主、300万球迷、15万学生及家长、1.3万名员工及家属、1000户合作商家,并且建业品牌在用户心中有着良好的美誉度和情感黏性,用户至上时代,建业转型占据先机。

显然,新蓝海战略的提出与实践,是建业省域化战略的深化与升华,是建业以更为广阔的服务经纬,持续践行自己的初心与情怀。R (赵玉龙)

郑州百荣世贸商城开展教师节慰问活动



在全国第33个教师节即将来临之际,郑州百荣世贸商城心系辛勤的教育工作者,开展“关爱教师,献礼感恩”公益行活动,来到郑州市二七区人和路小学,对在校教师进行慰问,并送上节日祝福。

9月8日上午,在郑州百荣世贸商城副总经理张琦、总经理助理何海的带领下,慰问组一行来到了人和路小学,与人和路小学支部书记李锐和教

师代表进行了亲切交谈。张琦代表公司向人和路小学在校教职工们表示问候,并向教师代表送上了节日祝福和慰问礼品——百荣精美定制月饼礼盒一份。

张琦表示,尊师重教是中华民族的传统美德,郑州百荣世贸商城历来重视教育事业,也曾多次走进学校开展慰问活动,更是把助学助教列入公司的企业文化中,坚持发扬这种优良传

统,同时倡导更多社会人士关注教育事业。今年的教师节恰逢郑州百荣世贸商城第四届月饼展销会举办期间,所以百荣特地定制了一批月饼,赠送给辛勤的园丁。

人和路小学校领导对郑州百荣世贸商城的节日慰问表示感谢,表示将以社会支持为动力,履行好教书育人的天职,努力提高办学质量,加强自身建设,更好地培育人才,服务社会。R