



2013年12月12日，清晨。当记者如约来到杨斌的办公室，这位重汽地产的掌门人特意穿上了西服外套。他的办公桌上也整整齐齐，一丝不苟。

对话开始，他对重汽地产如数家珍，依然波澜不惊，豁达坦诚。不管市场如何变化，这位重汽地产掌舵人的淡定从容绝无二致。

“生活中我会丢三落四，但是工作上的事情我会记得很清楚。”杨斌说。

从2011年1月至今，杨斌入主中国重汽房地产整整三年。这是重汽房地产健康发展、稳步前行的三年，不管市场持续低迷或者高歌猛进，重汽地产从年销售额5亿左右，到目前稳定在20亿；在战略布局上，除了历下尚无涉及，其它各区都有项目开发或者土地储备。

在杨斌的眼中，有国企背景的重汽有着自己的鲜明原则，不因政策调控而止步，不因市场爆发而疯狂。

不管音乐如何变化，重汽地产的舞步不曾凌乱。

责任重汽：大象之舞

——中国重汽集团房地产开发公司董事长杨斌专访

内因>外因

2013年12月3日，当齐鲁房地产三名评审团抵达位于盛井片区的莱蒙湖项目时，山东财经大学山东省房地产发展研究中心副主任孙大海连连惊呼：超乎想象！从项目的设计到空间的感觉，从售楼处的氛围到样板间的体验，都让他对这个本土房企的开发水平刮目相看。

在他看来，重汽的外部变化，一定与内部管理有关。

在杨斌看来，重汽的变化有外因触动：一线房企的进入让竞争加剧，同时也让重汽地产更加成熟。杨斌将这种关系称之为“良性互动”，即使在公共场合，他也丝毫不回避外来房企带来的先进理念，但他自信本土企业对于本土文化、需求和百姓居住需求更了解，“不同的企业提供不同的产品，这让购房者的选择更加多样化”。

更多的变化来自于内因，2011年，杨斌履新后便遭遇漫长的房地产冬季，企业生存和发展的压力不言而喻。市场困难的时候，重汽苦练内功，以质量提升和效率提升为主线，优化施工工艺，严控施工质量，强化现场监督，加强部门协调、提升后台服务。调控最严厉的三年成为重汽不断发展的三年，重汽对政策适应性不断加强，实现了多盘联动和全市布局。

2013年的效率提升让重汽地产这个系统管理产生了本质变化，显而易见的是，部门

与部门之间的衔接、服务和交流能力都有了明显的增强，每个部门不单单以部门为中心，其服务的对象、标准、目标和方向都是以企业的发展为中心。“眼界一变，角度一变，工作的标准就发生了变化。”杨斌说。更值得称道的是，重汽的人才储备和队伍建设，“每年我们都培养10到20名大学生，作为后备力量来培养和补充，而非像其他企业一样四处挖人。虽然重汽的薪酬在业内而言并非最好，但重汽的人才队伍很稳定。”

创新>复制

虽然重汽集团主业为汽车，杨斌并未将工业化的生产方式延伸至地产，“不希望整个城市的楼盘看上去像森林一样，分不出彼此”。

他坦言，房子是一生的需求，是城市凝固的艺术，如果简单的复制，就会变成城市垃圾。在重汽的产品系中，不管是翡翠清河的“现代慢生活”还是翡翠外滩的“海派格调”，抑或翡翠东郡的“时尚年轻”和莱蒙湖的“英伦别墅”，都兼顾当地风土人情，带着明显的区域基因。

在一个急剧扩张的年代，也许复制更能够增加企业的资金周转速度，提升利润率。杨斌表示，并非不想，作为国有企业，重汽最终没有“浮躁”。“作为一个真正的企业，还是要有自己内在的管理特点、文化特点，根据不同的城市、区域、文化来造就更多精品，这是一个企业的追求，

也是市场的需求。一个负责任的公司，不仅仅考虑自身利益，还要社会利益、消费者利益，更重要的是对城市负责，对环境负责。”他谈到。

很多时候，重汽是第一个吃螃蟹的人。在圣井，翡翠东郡的开发带动了片区土地的升温，近日，其奥体项目重汽1956开始动工，明年下半年，孙村项目亦会面市，这个初步命名为翡翠美郡的项目将成为济南、山东乃至全国唯一一家真正落地的两代居产品。这种创新的产品将引领一种新的市场需求。曾经有人劝杨斌，常规产品更加稳定，而创新的两代居从设计难度、施工难度等而言都比较耗费精力，以两个新项目为例，1956不到半年的时间从设计、规划到报规、施工就基本完成，但是翡翠美郡却用了一年半的时间，方案才基本定型。“房地产这些年有坎坷，但总体趋势是旺盛的需求，没有人愿意静下心来研究新的产品，老百姓真正需要的产品，大家更注重‘更大、更美、更全、配套更好、品质更好、环境更美’上，大家把注意力集中在‘更’上，而非真正设身处地地去挖掘住宅本身的品质和居住功能，目前翡翠美郡已经除了第三轮设计，创新一定会有风险，但我们愿意承担这种风险。”杨斌说。

看不见的>看得见的

有人说，装修时，越是看不到的地方越要花大钱。而在重汽，看不到的地方之投入超过了看得见的成本。

在莱蒙湖，有购房者提出这样的问题，为什么重汽要做地下的部分？地下的成本远比地上成本高，如果地上成本是2500，地下的成本则需3500，但是售价却正好相反。杨斌坦陈，不能因为成本需要而降低品质，他做了一个形象的比喻，大米的生长周期越长，口感越好，这和建筑的施工有着相似之处，在重汽的项目，施工周期长、施工难度大，但是重汽并没有避难趋易，而是扎实地做好每一个产品。别墅区的人车分流，让居住的私密性、尊贵感和安全性更强，而这种优势只有在入住或者长期居住后才能体现。

“重汽的风格给人的感觉朴实无华，这是国企特有的气质。虽然我们也吸收了很多房企景观园林的打造，但我们并不仅仅注重表面的东西，而是由内而外的服务延伸。”杨斌说。

“责任地产、卓越重汽”。通过引入国际一流的设计思想，将最完美的元素与每一个项目融合，从生活方式、建筑品质到物业管理，为消费者打造适宜一生的人居环境。而作为民生地产，重汽地产低价入市的方式赢得了广大业主的口碑，让更多的泉城百姓选择重汽、信任重汽。

大象无形。对于每一个济南人而言，重汽是低调沉稳的，也是精品和可信赖的。作为重汽的掌舵人，杨斌的理想和企业的发展密不可分，那就是在圆百姓住房梦的同时，实现重汽地产的企业梦。

(楼市记者 娟娟)

