

齐鲁楼市·专题

品牌论道 共赢未来

在2012齐鲁地产品牌地产联盟峰会上,80余家品牌房企老总齐聚一堂,畅谈山东楼市,反思既往展望未来,恪守信誉共谋发展。老总们一致认为,在调控背景下,唯有把百姓利益放在首位,内部精耕细作,提升品质,铸就品牌最终才能赢得市场和百姓认可。最后共同冀望齐鲁品牌地产联盟助推山东楼市健康、有序、快速发展。



齐鲁置业有限公司 董事长 马莹
我们共同的希望:房地产市场将会更加平稳健康的快速发展,成为拉动经济的重要引擎。



中国重汽集团房地产开发公司 总经理 杨斌
创立企业的品牌,强化产品的品质,不仅仅是我们行业的责任,更是一个企业发展的命脉。



中铁十局集团房地产开发有限公司 董事长 刘序勇
从黄金时代进入白金时代,品牌的树立和产品的质量都依赖于诚信,不讲诚信,企业将来会很困难。



济南世茂置业有限公司 项目总监 王克鹏
把握差异化,打造价值服务体系与竞争能力。以提升城市生活为己任,推进不断积极向上的价值,打动客户。



绿地集团山东房地产事业部 总经理 侯光军
做政府想做的事情,做老百姓欢迎的事情



山东火炬置业有限公司 董事长 陈岭
打造一个真正的品牌企业,不仅仅在于开发规模和开发质量,重要的还在于在品牌道路的发展上,不断克服困难,培养企业坚毅性格和良好品格。



济南明湖天地房地产开发有限公司 董事长 张大学
以强烈的社会责任感,打造楼盘的综合品质,提供优秀的客户服务,建立企业的良好形象。



山东华创置业有限公司 总经理 宋时九
客户的口碑传播胜过任何形式的炒作。



山东泉利置业有限公司 副总经理 王玉军
产业地产作为一种全新的地产模式,走在开发模式创新的前沿。

■以上排名不分先后



济南高新控股集团有限公司 总经理 刘建民
济南东拓 济高领航,责任国企 立足高新 争创国内一流的资源整合运营商,愿与社会各界共启美好未来!



济南阳光壹佰房地产开发公司 董事长 刘伟
不断把品牌的内容产品化,不断把产品的内容品牌化,走出自己的品牌之路。



济南中海地产有限公司 总经理 庄青峰
慎微笃行,精筑致远。



恒大地产集团山东公司 副总经理 杨剑
理性面对调控,贯彻执行集团许家印主席提出的“民生地产”理念。



济南绿地泉景地产股份有限公司 董事长、总经理 刘民
做实品牌,负好责任



山东鑫苑置业有限公司 总经理 任礼
鑫苑置业将携手齐鲁品牌地产联盟共同创造美好明天



恒生地产有限公司 总裁 黄广文
传播建筑文明,创造品质生活!未来,恒生地产必将扎根济南、深耕泉城,实现企业新的腾飞!



山东师范大学房地产研究中心 主任 程道平
过去房地产业发展粗放,打造品牌需要充分重视企业管理,从组织架构的优化到管理方式全面提升。



中铁十四局集团凯华置业有限公司 执行董事、总经理 马建平
践行“诚信、创新永恒,精品、人品同在”的企业价值观,通过扎实工作让“中国铁建”地产品牌在齐鲁大地生辉!



山东北大资源地产有限公司 董事长 刘刚
把企业的形象和购房者利益放在首位,真诚的对待消费者方能赢得认可与未来。



山东海外置业投资有限公司 董事长 张女英
以品质与责任,塑造企业品牌,筑建品质社区。



鲁商置业股份有限公司 总经理 李彦勇
齐鲁品牌地产联盟助推地产行业健康、有序、快速发展。



山东广宇置业有限公司 董事长 王炯玲
弱势市场背景下苦练内功,优秀产品是品牌的基石。



山东力高房地产开发有限公司 常务副总经理 徐泽峰
精端著造 力创新高



济南海信置业有限公司 常务副总经理 俞恺
不关注客户体验与产品质量就是犯罪



山东省房地产业产业发展研究中心 副主任 孙大海
限购对济南的房地产发展有好的一面,就是这个市场现在更加规范更加健康。

让灵魂跟上脚步

□ 娟娟

省城六月,骄阳似火,而此时的房地产,也多少有点在火炉上炙烤的意味。房地产品牌联盟十五年中,经历了黄金十年。房地产商被认为是“世界上最春风得意的一群人”,他们以四两拨千斤的开发方式在发展初期野蛮生长,十年的积累让房企厚积薄发,2009年上市潮中,一年时间就有14家企业成功IPO或者借壳上市。

房价的上涨也导致了连绵不断的宏观调控。调控初期,谨言慎行的开发商被巴曙松先生戏称为“受惊吓的小孩”。面对不能承受之重,他们手足无措、紧张彷徨。而2008年全球金融危机让房企因祸得福,政府的大规模救市又让行业迎来了新一轮爆发。2011至2012,开发商在漫长的调控政策中再次接受煎熬,市场阴霾之下,27家上市房企中报预告现9家预减9家预亏,面对调控,表现出更多以价换量式的自救和更为淡定自若的态度。有一点不可否认,调控让行业发展速度趋缓。

王石在《让灵魂跟上脚步》一书中表示,停下来,是为了让灵魂跟上脚步。房地产扩张速度如此之快,我们的人才能否跟得上,我们的管理能否跟得上,我们的品质能否跟得上?王石在毒地板事件后再次发声,万科的发展速度不能以产品品质为代价,不能以牺牲品牌为代价,更不能以牺牲消费者的利益为代价。

2012年齐鲁品牌联盟峰会,诚信、品质、品牌等成为提及最多的词语,房企面临资金的压力,销售的压力,没有抱怨,而是释放出更多的正能量。他们更多的思考,如何为购房者带来更好的产品和服务,他们也多了很多坚持,如何坚持自己的价值观、坚持自己的产品方向、坚持自己的产品文化、坚持可持续发展、坚持打造好产品细节。“只要保持质量就有未来。”大道至简,品牌房企在经历了跌宕起伏后溯本归源。