

创新成就品牌

INNOVATION AND BRAND SUCCESS

安居房产品牌巡礼 创新梦想安居情怀

题记:

泰安市安居房地产有限公司,注册资金3000万元,二级开发资质,现有员工60余人;下辖康居物业管理有限公司、金凤凰新型建材有限公司两个子公司。自成立以来,安居房产品牌,在“品质第一,品牌至上”的企业追求下,秉承“品质创造乐居生活”的开发理念,奋发图强,通过自身的不断完善,先后开发建设了锦绣一方、紫薇馨苑、颐和名居、安居·上上城、安居·幸福里等十个住宅小区,逐渐形成了具有特色的本地房产品牌。公司先后被授予“市级文明单位”、“经济工作先进单位”、“精神文明建设先进单位”、“党风廉政建设先进单位”、“泰山区双十强单位”、“山东省消费者满意单位”、“工会文明星单位”等荣誉称号。

埋头苦干 追求完美

地产界是个人名企频出的圈子,安居房产却是一个异常低调的企业。人们几乎很少在媒体上看到董事长的身影以及铺天盖地的宣传炒作,但就是在这种低调中,安居房产的多个创新对泰城的房地产市场发展起了推动性的作用。

凭借着对建筑的悉心钻研、对产品的精细打造以及为业主考虑等多方面的努力发展,安居房产在泰安早已根深蒂固。其开发建设的楼盘也都十分被人看好,在单纯的引人注目的销售数字之后,跃入人们眼中的,是安居房产各个项目鲜明的个性特点:金都景苑—泰城首个地暖采暖的住宅小区,颐和名居—庭院退台式花园洋房的设计,安居·上上城—泰城首个倡导“装修概念”的住宅项目,安居·幸福里—传承百年的Art-deco风格建筑,安居·金城缙香—泰城唯一的高层南北通透户型设计……每个项目的成功除了卓越的品质外,与同类产品相比,安居房产做到了规划、审美、空间、居住理念四大方面的创新,也透露出了安居房产对符合市场需求产品类型定位的把握以及引领居住新概念的超前意识。

没有天马行空的高谈阔论,没有不切实际的纸上谈兵,安居房产一直以来的作风就是默默无闻,一步一个脚印,脚踏实地的埋头苦干,沉默是金,他的名声却在内敛之中不经意张扬。可以说,安居房产近年来良好的规模发展、精确的项目定位以及在开发区域性选择上的合理把握,使得公司在泰城南、东、西、中部遍地开花,安居品牌深入人心。



安居·上上城实景照片

勤于学习, 结合实践, 培养自己的专业团队

安居是一个勤于学习的企业。有人说,安居之所以不断壮大,开发的项目也一个比一个夺目,这是安居不断学习,不断进步的结果。

诚然如此,多年来安居房产一直坚持“走出去,引进来”的路子。每定下一个项目,他们第一件事就是外出学习,公司员工分期分批,全国各地,大江南北乐此不疲,他们学万科、学龙湖,不断寻找自己的差距,不断开拓自己的眼界,不断提高自己的标准。学习不是模仿,他们坚信,有最大的企业,未必有最好的产品,产品品质的追求永无止境。因此,每次学习回来总是取其精华,不断完善自己产品的设计,吸取其教训,避免自己产品的瑕疵。近期即将推出的安居房产升级力作——位于温泉路上的安居·金城缙香项目,是安居房产近两年,历经全国几十余城,近百个项目深度调研,户型设计10易其稿,对全国和泰城的多个产品反复分析,并积累了大量的客户调研数据,最终打造的泰城唯一高层南北通透的经典户型。



安居·幸福里项目效果图

很多人都羡慕安居的员工经常奔走于全国各地浏览美景,其实不然,每次外出来到一个新的城市,他们没有时间去欣赏美景,关注更多的是这个城市的建设如何,楼盘外立面的色彩及材料使用,园林景观的植被搭配及造景,户型的进深及布局等等内容;而且每次外出都是带着问题去学习,一般是到了一个城市后,下车看楼盘,上车之后就针对问题进行讨论,白天看楼盘则晚上进行总结,在学习过程中把问题加以取得更好的效果。

为培养一支适应市场竞争要求的员工队伍,安居房产注重优化人才结构,强化管理人才培养,通过“引进来”、“走出去”等多种形式加强员工队伍建设,“引进来”即定期邀请专家学者来讲课,提高管理人员的专业知识和业务水平;“走出去”即选派管理人员、技术人员到知名院校培训,学习专业技能和先进管理理念。安居房产要求员工每年至少参加两次全国性的专业培训和两次精品楼盘考察;每年都派遣团队对国内一线房企的发展进行跟踪式的学习;近期还邀请了清华大学实战派的精装修专业讲师胡志明教授来到企业进行专业培训及提升。

近几年,安居房产连续开展校园招聘活动,活动在10多所重点高校陆续展开,主要招聘对象是应届毕业生、硕士生及本科生;职能包括工程、造价、营销、财务等多个领域,已有20多人通过这种方式加入了安居,光荣的成为这个大家庭中的一员。安居房产有种奇妙的凝聚力,员工一进来主动辞职的非常罕见,公司也通过开展各方面、各层次的专业培训,提升员工的综合素质,培养自己的专业团队。

不断创新 赢在成功的起跑线上

在开发建设的过程中,安居房产始终以进步的心态,超前的视野应对挑战,以“创新”的精神贯穿始终。当很多房地产大亨不断强化产品标准化的时候,安居在研究产品创新、客户需求的个性化;当很多开发商不断追求产品销量和利益最大化时,安居在探讨品质塑造、客户满意度;当别人在为营销、卖点煞费苦心的时候,他们在追求产品的融合性、企业价值观和使命感……

捕捉市场趋势创造性提出花园洋房的产品形态,向全国卓越企业学习构建自己的营销团队,打造了泰城首个提出“装修”概念的住宅项目……安居房产创立至今,在泰城地产界掀起了诸多“创新”浪潮。而正是这种一贯的创新精神,成就了安居房产和安居各大项目今天在地产界的品牌地位。

2008年初,安居房产在文化轴线上的项目——颐和名居,从外立面色彩搭配和布局,到其退台式的洋房户型,都将安居一直所坚持的创新的观念,彻底渗透到了产品上。与同类产品相比,成功的创新在于颠覆了人们对传统意义上对建筑产品的理解,其花园洋房的户型有多达3个露台、一个阳台,充分考虑到当地客户个性化的品质生活需求,受到了置业者的认可。

2010年6月,安居房产推出泰城首个“装修”概念的楼盘——安居·上上城。项目从一期的精装修过渡到二期的精装修,许多购买了房子的客户纷纷介绍朋友前来购买,受到客户如此关注,吸引消费者的亮点在哪里呢?其创新体现在带给了客户一种全新的生活理念。在安居房产的开发理念中,毛坯房只能是半成品,不能真正体现房屋的价值,只有通过设计、建造、装修、使用后,产品的价值才能逐渐体现。对于一直领跑泰城房地产市场的安居来说,推出自己的装修产品,并非简单的顺应行业发展潮流,而是通过对居民日常生活的洞悉,打造人性化的理想家居空间,通过生活系统的营造,联合国内一线战略联盟品牌,共同为业主打造装修产品,带来居家的最大效益。

2011年10月份,安居房产进入南部高新区的首个项目——安居·幸福里,继续以其卓越的创新精神成为南部高新区品质住宅的标杆作品;从恢弘大气的营销中心到传承百年经典的Art-deco建筑风格外立面,再到品牌装修房,又一次被置业人群关注;唯美的景观园林示范区,创新也体现得非常突出,造房先造景,借助于原有的高大乔木—柿子树,搭配银杏树阵、错落有致的五重景观、蜿蜒曲折的花洞小径、光彩夺目的花卉,悦动的跌水喷泉让人驻足神往的别样风情赢得了周边客户群和泰城市场的认可和青睐。

2013年,近两载沉潜精研,行历全国几十余城,近百个项目深度调研,安居房产升级力作,于泰城居住核心区温泉路傲然呈现——安居·金城缙香,以约16万平方米的宜居尺度,天赋优越的绝佳地域,汇聚城市万千繁华;在户型设计方面的创新,可谓是用心之极,通过对全国和泰城多个产品的反复钻研,以及积累的大量客户调研数据,通过建造1:1的实际样板间,安居房产10易其稿,最终打造出泰城唯一高层南北通透的经典户型。其中约99平米的三室两厅户型,客厅及双卧朝阳,南北通透全采光更是被置业人群广为传颂,安居房产在户型的创新上付出的精力,由上可见一斑。

在安居企业内部,可以发现创新不再是一种理念,而是企业员工的日常动作。毫无疑问,不断创新是保障企业生命力的法宝,因此,任何行业的任何企业都在倡导创新。当创新成为一种习惯时,那么这个企业的生命力将是无可估量的。



安居·金城缙香项目效果图

资源整合 发展的核心竞争力

随着人们居住要求的不断提高,越来越多的人买房时,关注的不仅仅是房屋质量、园林景观、户型设计,更多的是建筑立面的色彩与园林景观是否搭配,结构空间后期内部装修上是否合理,哪个建筑单位承建更为细致的问题。2009年开始,安居房产开始了打造“精装修”住宅的开发理念。精装修住宅性能优化的开发是一个系统工程,除选用品牌装修材料之外,更要有资深专家的一体化设计,将建筑结构、户型空间、内部装修、施工建设等方面紧密结合起来,才能打造出最佳居住空间的品质住宅。

设计是地产开发的源头,更是好产品的开端。安居房产高度重视产品设计环节,与山东省建筑设计研究院、广东棕榈景观设计院,以及深圳和胜装饰设计有限公司等国内一线设计单位达成了战略合作伙伴,规划方案设计与园林景观设计,住宅性能优化与精装修结合在一起。无论在建筑设计还是规划,在设计上都做到了高起点、高标准、高性能。

设计前期,安居房产与设计院的技术人员一起,走遍全国十几个城市,学习借鉴全国知名房企万科、保利、万达等房地产企业的精品项目,博采众家之长,结合本地实际,依据项目规划条件明确产品定位,在规划布局上进行多方案比较;确定规划设计方案后,及时与广东棕榈景观设计院、深圳和胜装饰设计有限公司进行园林景观及室内装修的对接。广东棕榈景观设计院根据规划方案、建筑风格、建筑立面、项目定位进行景观设计,结合项目的地块特点因地制宜,将建筑设计与园林景观融为一体,发现存在的问题,提出更有效的可行性方案,做到景观与建筑完美结合。同时与深圳和胜装饰设计工程有限公司展开户型优化设计与室内装修的对接,对每个户型进行优化设计,使得室内空间的利用更加合理化;深圳和胜装饰设计工程有限公司为一家具有甲级资质的装饰公司,长期致力于住宅批量精装修工艺,与万科地产、保利地产等国内知名地产商长期合作,其优秀的装饰设计及精湛的施工工艺一致受到业内外人士的好评。安居房产将规划方案、园林景观、户型优化与室内装修完美结合,“好景观”、“精装修”在安居·上上城项目中充分表现。

安居房产
品质创造乐居生活

在装修材料的品牌选用上,安居房产目前已与东鹏瓷砖、老板电器、华建铝材、华帝厨卫、欧派集团、美心门业、盼盼门业、鸿雁开关等多家全国一线品牌达成战略合作伙伴。采用了公开招标方式,通过反复考察室内装修材料的特性,从价格、性能到售后安装、服务,每一项用材都是在多个品牌材料中比较选取,并多次前往生产厂家进行考察,供应商只有在品牌、质量、价格、售后服务等方面更胜一筹,才能被选中。

“百年大计,质量为先”,对向来强调出精品安居房产而言,这是一条永恒的原则。在建筑行业,安居房产对楼盘质量要求严格是出了名的,每一个项目都通过招投标找最出色的建筑单位来施工,并且指名要求一些在业内以严谨、负责出名的人担任项目经理。为保证优良的工程质量,安居房产通过招标实际考察、严格筛选,择优选择了实力雄厚的山东泰安建工集团、山东泰山普惠建工等知名建筑施工企业,同时择优选择了管理经验丰富的泰安瑞兴、泰安至信、青岛雍达等几家工程质量监理公司。施工阶段,严格把握施工规范;制定奖惩落实责任,严格把握材料进场验收、交工质量的验收;以人为本精细化管理,深入创建“文明工地”,安居·上上城、安居·幸福里项目多次被评为“省级文明工地示范工地”、“泰山杯工程”、“省住宅工程质量通病专项治理示范工程”等荣誉称号。

房地产行业本身就是一个资源整合的行业,许多的工作不是开发商自己的团队来负责执行,需要协作单位的共同努力。安居房产近几年来,通过自身不断完善和提升,以及相关单位的协作,从整个规划设计、户型优化、园林景观及材料选取上,有效发挥资源整合,使住宅建筑与景观、内部装修完美统一,保证住宅质量,提升了安居的品牌价值,成为企业发展竞争核心的一部分。

安居情怀 坚持自我一路前行

经历了11年的风风雨雨,安居房产已由当年的青葱小树,长成了一棵参天大树。从开始的一无所有,负债累累,发展壮大为同时运营多个项目的泰城重量级品牌开发企业。安居的成功,是对高品质住宅的坚持,不断自我挑战和创新,在发展和实践中创出自己独特的风格,安居房产的产品受到了业界和市场的双重认可。

历年来,安居房产项目的销售成绩都是榜上有名,优异的成绩除了归功于项目本身的高品质之外,还得益于安居房产有一支特别能战斗的超稳定营销团队。不聘用销售代理公司,坚持打造自己的营销团队,从策划到销售,为安居产品销售创造着一次又一次的佳绩,更是在本地品牌中独树一帜的创新。安居房产之所以取得如此优异的销售成绩,更重视客户的终身价值,将每一位客户都当成自己宝贵的财富。无论在哪里,都有一批忠实的业主相随,从锦绣一方到颐和名居,从安居·上上城到安居·幸福里,老业主纷至沓来,给予一次又一次支持。看得见的房子是信任,看不见的感情亦是业主的信赖。他们都一路相随,见证了安居房产的发展壮大,这是安居房产以良好的产品表现力、共同构筑了“安居”这个优秀的品牌。

购房不仅仅是买房子本身,更是买售后服务,物业管理越来越得到业主和消费者的重视。安居房产开发的项目,物业管理全部是由旗下的康居物业担当,成立于2003年的康居物业,10年来始终秉承“人性化的服务理念”,为居者打造美好的居住环境。坚持用自己的物业公司,这也是安居房产区别于其他开发商的不同之处。作为开发商自己的物业公司,在项目规划方案设计之初,物业公司就已开始全程参与,项目入口的设计、消防车道的路线是否更合理;施工过程中管线的铺设、园林植被的养护;后期房屋交接前的验收、电梯的使用等方面,物业公司所提出的意见都有着极强的实用性。康居物业在小区管理中更注重生活的细节,在物业服务方面精益求精,提升服务品质,满足业主需求。通过与业主的沟通互动,不断推出符合业主需求的服务,力争全面呵护每一位业主的生活。

安居走过的路是辉煌的,更是充满荆棘的,颐和名居、安居·上上城、安居·幸福里的成功经验;是对每个产品的精益求精、执着创新。安居,既是企业的名字,也是企业之魂,可以想象的是,坚持创新,坚持自我,继续开来,开创新的重任,安居未来的路将更宽敞,更值得期待,安居房产的品牌也将在不断创新下越走越远。



安居·上上城实景照片