



2007地产上海评论

主语地产盛典专题报道之 名家

统筹:陈隽岭 严旭兵 刘扬 李孟珂

有一种共识叫创造



林中
旭辉集团股份有限公司
董事长、总裁

用心构筑 美好生活

通过多年的探索与发展,旭辉集团股份有限公司已成为房地产市场上的品牌企业之一。在“2007中国房地产百强企业研究成果发布会暨第四届中国房地产百强企业家峰会”上再次成功入围“中国房地产百强企业”。旭辉集团的品牌价值已超过5亿元。目前旭辉集团通过推行2+X战略,以上海、北京为2个中心,向数量众多、市场风险小、具有成长潜力的二、三线城市辐射推进产业链的整体发展思路,以熟地开发为主,凭借丰富的融资渠道、人才济济的管理队伍、深厚的社会资源和多项目开发的操作能力等竞争力优势,形成了“多点、多项目、快速、同步”的开发特点,逐步成为有着强大资源整合能力的新锐房地产开发集团。

如何为城市居民提供一个安全、舒适、和谐的居住环境是旭辉不断思考与探索的问题。旭辉积极参与城市生态居住区建设,建造生态型社区。如旭辉·新构想运用了22项生态节能技术。曾获得第四届“上海市优秀住宅?规划建筑奖”、“上海市优秀住宅?住宅创新奖”、中国21世纪绿色生态健康住宅创新示范区及上海“四新”成果示范小区等荣誉,成为浦东第一个科技生态项目,受到客户的青睐。

旭辉集团在快速发展的同时不忘作为一个企业公民所应承担的社会责任。一方面,积极响应政府提出的70/90号召,在建造集约型户型同时在设计上注重空间的拓展与集约型使用;另一方面,热切关注与支持社会的公益慈善事业回馈社会,多年来旭辉集团向多所学校捐款用于重建改善校园,设立奖励基金、激励优秀师生,帮助贫困学生,支持教育事业。让“用心构筑美好生活”不仅成为旭辉的品牌口号,而是贯彻在企业运营的全过程。为使旭辉集团成为一个优秀的企业公民和受人尊敬的房地产企业而不懈努力。



芮永祥
中鹰置业
董事长

把房子造好 对城市负责

人们需要健康的地球,健康的住宅、健康的身体和心灵。我在建筑科技比较先进的德国和瑞士考察期间,深深地感受到了这一点。德国专家告诉我:“健康,才是世界豪宅终极向往”。目前,中国房地产市场以风格奢华为导向的楼盘太多,缺乏真正人性关怀。房子应该以“舒适”、“健康”、“节能”作为终极导向,真正为业主负责,为地球家园负责。

目前,我们建设中的中鹰·黑森林,利用12万平方森林绿地的天然优势,严格采用德国绿色环保材料、工艺。引入18项整体健康科技,其中包括领先世界的“毛细管传导科技系统”和“置换新风系统”。不用传统空调,居室内四季如春;不开窗,空气清新健康。实现“温度、湿度、空气新鲜度”三重平衡,告别空调暖气已经不再是梦想。房子的热环境、声环境、空气环境、舒适度大大提高。不少客户,第一次体验健康住宅后非常感叹:“中国还有这样舒服的房子?”这给了我们最大的激励。

节能、环保、生态、科技,这是德国住宅科技最显著的特点,我们把这些引入到项目中,就是为了体现保护城市、热爱生命的品牌价值观念。我始终认为,房子内在的品质比外在的风格更重要。什么叫好房子?就是剥离了软装等外在的东西,剩下房子本身的科技和理念再来比较。我们把房子做好,也是对城市负责。根据《上海市城市总体规划》,真如板块作为上海市4个城市商业副中心之一,功能定位为承担市级CBD的部分功能。在城市副中心区内,享有良好的自然资源、配套资源,城市发展要求我们把房子做到国际一流水平。中鹰·黑森林作为“上海汉堡生态建筑展”的示范标杆,已经成为上海楼盘的标杆。



陈经纬
经纬集团董事局
主席

打造房地产行业 诚信“软环境”

企业的社会责任,是指企业在创造利润、对股东利益负责的同时,还要承担对员工、对消费者、对社区和环境的社会责任,包括遵守商业道德、确保安全生产、保护环境、保护劳动者的合法权益和支持公益慈善事业等。

我认为,企业的社会责任是企业存在的必要条件,是企业发展的内在要求。企业作为社会的细胞,除了经济实体的角色之外,还有一个重要身份是社会的公民,它存在于社会,在社会中成长。民营企业发展到今天应该对自身提出更高的标准和要求,应该在中国的文化、道德和价值体系的建设中,在构建社会主义和谐社会的进程中,主动承担更多的社会责任:遵守法律和规则,维护道德和诚信,争取公平和公正,特别要尊重和保障职工各项合法权益,按照国家有关规定为职工办理养老、失业、医疗、工伤、生育等社会保障。另外,企业在有条件情况下应主动回馈社会,热心公益事业,帮助困难弱势群体,支持社会事业,为社会和谐发展尽自己一份责任。企业只有和员工、和消费者、和整个社会共存共荣、和谐相处,才是可持续发展的根本之道。

在整个经纬城市绿洲的开发过程中,我们不仅坚守对消费者做出的承诺,承担企业责任,更在于打造一个房地产行业诚信的“软环境”,承担一个社会责任。过去,人们往往比较关注的是法律、规范等“硬环境”发挥的作用,用硬性的“规范”去要求房产企业“诚信”,而很少注意道德、舆论和价值观等“软环境”方面的主导作用。而对我们来说,消费者的信任可能是任何一种推广方式都无法比拟的。

作为民营企业,企业发展任重而道远,我们将会继续努力,做出更好的作品回馈消费者和社会。



陈宁
大华集团
副总裁

和谐社会从 和谐社区起步

大华作为一家有着近二十年历史的房地产开发企业,更多地从建设一个和谐的环境、和谐的社区着手。我们的社区开发项目都注意贯彻总体规划、成片开发的原则,不断提升居住质量、配套质量、生活质量,使这些新开发区域的城市价值不断得到提升。目前,已经有约20万人生活在我们大华开发建设的各个社区里,分享到新型社区、和谐社区的成果。

社会责任感是企业理念的重要组成部分。我们认为,企业的社会责任感是应该落在实处,重在实践。20年来,我们不仅建设了500万平方米左右的商品房,还积极响应政府号召,建设了一大批配套项目。同时结合实际,发挥我们社区规模开发的特长,主动投资建设了以大华行知公园为代表的社区公园和大量的体育、文化设施。并且在社区贡献方面,重点抓住“帮困、教育、慈善、市政”等方面,狠抓落实,突出实事工程。近年来,大华先后参与了向希望工程捐赠,建设希望小学,创立支援贫困地区教育的蒲公英行动(爱心教育行动)。坚持每年向当地民政系统、红十字会等捐赠善款,积极创立了大华——复地百万助学基金。

大华还积极参加上海市和宝山区旧城改造与市政配套工程,参与了民心项目、重点实事工程等,连续多年被评为上海市重大工程配套优秀单位和先进单位、上海市文明单位。

企业的价值在于稳定之中的创新,在于可持续性的发展。“全心全意为人服务”是我们的宗旨,为业主创造价值是我们的重要追求。而我们关注的,不仅是近期的价值创造,更多的是在保持一个稳定发展的前提下的,长期的、可持续的价值积累的过程。相关统计表明,很多大华社区的客户介绍购买率超过了50%。



陈穗建
上海奥林匹克花园
总裁

复合地产体现 社会责任

复合地产的重要内涵其实是社会责任。

上海奥林匹克花园在项目开发之初,先投资亿元建造了一座一万平方米的运动会。毫不夸张地说,我们的运动会,目前还是全世界最大的社区运动会。我们为什么要这么做?因为,我们肩负着一种社会责任。

响应政府“全民健身”的号召,倡导和坚持体育和地产结合的复合地产理念,我们利用房地产开发的行业特点,为人们搭建一个人与人沟通的平台,营造一种“科学运动,健康生活”的生活方式。

实践证明,我们倡导的这种复合地产,有强大的生命力。2001年开盘以来的多年“热销”,也已经创造了巨大的经济效益和社会效益。

我们还提出了“把生活变成节日”的口号,在上海奥林匹克花园,人们确实每天都生活在节日里。除了中华民族的传统节日如春节、元旦、五一、中秋、十一,在上海奥林匹克花园还有健康生活节、邻里节、植树节、老年节、儿童节,此外还有兴趣班、培训班、特长班,以及各种单项运动项目协会,有奥龙会会员活动,有各类艺术团等等。

在产品创新以及行业贡献方面,我们一直专注精装修。建设部2002年提出要精装修房,而我们2000年就开始做精装修房了,在市场还不十分规范、成熟的情况下,我们就采用新理念开始了成品房建设,并率先在节能环保材料的使用,污水、垃圾的生化处理等新技术,新材料、新工艺方面进行实践,在行业内起到了引领作用,由于我们为产业成品房装修和产业发展所做的探索和贡献,我们被建设部评为“国家康居示范工程”,被上海市住宅发展局授予“装修示范单位”称号。



陈凯
华润置地上海公司
总经理

以优质产品 肩负社会责任

在华润置地看来,开发商的社会责任,首先应该体现在对土地价值的尊重上,只有尊重了土地,才可以做出好的产品,从而把最好的建筑呈现给大众,并以最优秀的结果呈现,来体现一个企业公民的价值。

就上海滩花园项目而言,历经5年的打磨,在开发初期,华润置地就广泛收集地块的风情世故,将老上海精致、优雅、追求品味的理念贯穿于项目开发中。为了追求细节的完美,上海滩花园在半年里曾更换了5次“外衣”,力求使建筑外立面既能体现国际时尚感,又能与上海滩的气质相吻合,“精致了无痕”的理念被实践到了项目开发的每一个细节。在此期间,华润置地为了保留董家渡这片有浓郁文化气息的土地,还精心策划出版了《风情上海滩》和《董家渡地区石库门民居测绘图集》两册书籍,不仅很好地留存了这片土地过往的记忆,也在历史文化保护领域做出了开发商的切实努力。

同样,在橡树湾项目上,新江湾城自然资源的稀缺优势以及华润置地打造产品的精神,已经决定了橡树湾将成为华润置地在上海的又一标杆性作品,但与上海滩花园项目不同的是,面对这片上海最后也是最好自然资源,华润置地更感责任重大。这样的自然环境,需要的是开发企业在珍惜自然及周边环境保护上投入上更多的责任心。目前,华润置地除了在整个橡树湾建设都将自然的概念融入其中,并且将在之后项目推进过程中,实施与健康居住有关的一系列生态技术和其他实际举措。

肩负责任,又充满了浓郁的人文关怀。数年来,华润置地不断丰富其品牌的内涵与外延,始终从开发商的根本出发,尊重土地,尊重文化,尊重自然,用自己创造的优质产品来作为一个企业公民最为优秀的表现。

(以上人物排名不分先后)