



华燕现象解析·价值篇

文案 张滢 鲍晓翔



“

驶入蓝海

高成长企业价值分析报告

1995年，华燕成立，以房地产代理服务为主营业务，十二年来，打造出无数成功案例，业绩斐然。

2007年，华燕完成从单一的房地产营销代理商到以金融服务为核心的房地产流通领域综合服务商的转型，并与上海财经大学合作成立财华金融地产研究院，形成研发、代理、金融三驾齐驱的局面，行业内尚属首例。

以强大品牌价值结合独特模式，华燕驶入蓝海。

品牌价值 4.68 亿

谁是房地产营销代理企业中，最具投资价值的高成长企业？

日前，华燕集团与上海财经大学金融学院联合成立了财华金融地产研究院。根据其创建的规模化、专业化和市场化模式，华燕已经完成其“华丽转身”，从单一的房地产全程策划营销代理蜕变为以金融服务为核心的房地产流通领域综合服务商。

据有关机构评估，2007年，华燕的品牌价值达到4.68亿元。2006年该数值为3.16亿，上升趋势明显。

自华燕成立12年来，累计代理销售面积300万平方米，销售总金额逾

280亿元，让24000户家庭住上新房。近年来，华燕在房地产金融领域的诸多创新举措，进一步提升了华燕的品牌价值，2007年房贷发放量高达60亿元。

创新业务开发

在华燕独有的品牌运营模式上，以专利技术作为核心竞争力，加大研发力量，让知识产权成为其品牌价值的提升因素。

目前，华燕已拥有两大类15个项目的国家注册商标，申报了近十个发明专利，尤其在地产金融的服务项目和产品上已拥有五个发明专利注册号，在规避业内潜在风险的同时，充实了华燕品牌的内涵。

在房贷产品上，华燕先后与汇海担保及多家银行建立合作关系，形成适应不同年龄、不同收入群体需要的贷款品种，建立了一整套完善的地产金融服务流程。除为客户量身定做适合的产品内容，还可通过指定担保公司进行资金监管，作为其交易过程的第三方资金监管，确保了买卖双方的交易资金的安全。

华燕在提供二手房“手拉手”业务、房屋理财、房贷等房地产流通领域金融配套服务的同时，更以独特的见解整合了服务价值链，建立运作模式的标准。胡炯透露，从长远的角度来看，财华金融地产研究院未来将致力于地产金融新产品的开发和知识产权的维护。