



□文案 徐艳 秦明明



旭辉地产

用心构筑美好生活



效果合成图

立足以上海为中心的“长三角区域”和以北京为核心的“环渤海湾区域”，充分发挥公司在中高端精品住宅开发方面积累的专业优势。

——《旭辉集团战略》

■评论

加速度，决胜力

——快速制胜

加速度，产生决胜千里的巨大能量。

众所周知，在经历了10年的创业期后，目前中国房地产正处于城市化进程最快速时期。未来10年，行业大企业格局已经初步形成，群雄逐鹿，优胜劣汰，要么做大做强，要么被淘汰出局。

旭辉有备而来。将“诚信守法、稳健发展、以人为本、永续经营”的经营理念提升到一个战略的高度，并形成了包括定位阶段的快速决策、设计阶段的快速筛选、报批阶段的快速流转等成熟的操作流程和规则。

经过房地产集团化催生的企业近年层出不穷，旭辉便是其中之一。其引人注目的原因在于其“一年更比一年强”的发展速率。据了解，旭辉今年的销售额几乎是去年的三倍。万科们、碧桂园们的稳定和持久，让我们看到中国房地产业的支撑，但是从新兴的旭辉身上，我们更能看到一个行业乃至一个国家的生生不息。

布局增势

全国格局，决胜千里

留守还是走出去？这是大多数房地产企业发展中都会面临的问题。

起初，旭辉刚刚完成资本积累，厦门市场也已趋于饱和，只有走出去才有可能延续发展并不断前行。勇敢走出去！但是走到哪里去？是决战一线城市，还是游走二类、三类城市？

决胜千里，蓄势待发！在这次选择上，旭辉的发展雄心一表无疑。静水流深，旭辉人认为，如果能抢占竞争激烈的一线城市并站稳脚跟，整合这两地资源，会更有利旭辉全国性战略布局的开展。

于是旭辉一路北上，上海、北京。现在，更是发力全国。至此，旭辉迈开了快速发展的新步伐！

上海发力，锻造品牌

对于上海，旭辉充满尊敬与期待。

上海的发展前景和其在整个行业中的地位，深深吸引了旭辉，最终旭辉“迁都”上海，将其作为集团管理的中心。旭辉踏踏实实地落地“用心构筑美好生活”的品牌理念，运用生态理念打造健康社区，其在上海经营的多个项目均被贴上了“生态标签”。尤其是，2006年推出的旭辉·新构想项目，将22项生态技术应用于社区，一时轰动整个上海市场。

难怪来自法国的设计师，在对旭辉·依云湾地块考察之后，让他拥有了更多的想象力。成片的绿地，规划中的大型开放式公园，纯朴热情的民风，体贴的生活配套都让他联想到法国的依云小镇。

取得依云湾的土地并非当下，早在多年前，旭辉就看好这片城市的发展方向，如今看来，上海城市的发展轨迹与旭辉的发展不谋而合。

3年成势，对于勤修内功的旭辉而言，北上海发力在即。

2+X 战略，蓄势待发

君子欲讷于言，而敏于行，一场鏖战已经蓄势待发。

旭辉对于将来的发展战略却早已成竹在胸，即“2+X”发展战略。所谓“2+X”发展战略是指，在着力发展上海、北京为中心的同时，拓展具有成长潜力的二、三线城市。

“进入房地产行业第一方阵”是旭辉发展的目标。旭辉认为，必须在以上海、北京两个城市为中心的战略领域中扎稳脚跟，巩固和发掘其周边具有成长潜力的二、三线城市，在此基础上不断纵向延伸和拓展。从而，逐步完善和充实旭辉的全国性战略布局，带动旭辉集团的发展和壮大。

目前，旭辉集团集结旗下18家全资子公司，已经开始着力以上海、北京为中心，启动了向全国发展潜力大的二三线城市辐射的异地拓展之旅。