



3月16日，融信中国品牌发布暨集团总部乔迁仪式正式举行。从2013年进入上海，开启全国化战略，到如今将总部迁至上海，融信只用了不到3年时间。2016年，无疑是融信的上海元年，其战略布局也将全面升级。

□地产评论员 傅骁潇



总部落地上海 深谋“全国化”

2013年4月至2014年1月，融信在上海耗资86.2亿元拿地，以一种决绝的态度进入上海，布局华东。

“融信在福建本土做到第一，才走出来做大做强融信品牌。”在融信官网上有这样的阐述——成立13年来，融信集团深耕海峡西岸经济区，在福建省拥有领先的市场地位。连续多年在核心城市福州、厦门获得总销量及单项目销售冠军；按已开发量计算，位列“2015中国房地产开发企业福建省20强”第一位。

融信在福建本土发展壮大之后，走出福建成为几乎唯一的选择。对于“只选择一线城市和二线中心城市”的融信而言，上海成为其走出福建的第一站，华东区域成为其全国化布局的第一个区域。

如果说2013年融信进入上海，由此开启了其全国化之路，那么2016年总部落地上海则意味着融信全国化战略的全面升级。这样的升级背后是融信实力的升级。

2016年1月13日，融信成功登陆港交所主板，这使其融资成本和企业环境得到了进一步改善。而在上市过程中，融信的企业架构、内控体系也得以规范，“具备了再往前发展的条件”。

与此同时，目前融信已稳步进军长三角，业务覆盖上海、杭州、福州、厦门、漳州等核心城市，在全国拥有34个处于不同开发阶段的项目，更在相关业绩排行榜中位列中国房企销售榜29强。

业内人士表示，“融信选择上海作为总部，首先因为上海本身房地产发展的空间很大，而且融信未来的‘主战场’将放在长三角区域，上海无疑是核心。另外，融信要想成为全国性企业，选择上海这样的国际经济核心城市作为总部是一种必然。”

目前，融信主要部署有三大区域，福建本土分为两个区域，一个是大本营福州区域，另一个是以厦门、漳州等城市为主的闽南区域，还有就是华东区域。融信方面表示，2016年，融信集团总部迁至上海，在全面升级的战略布局中，融信将继续立足高品质的房地产开发，在强化精耕已布局的两大经济区的同时，探索“长三角、环渤海、珠三角”等国内核心城市群，并强化企业多元化的投资功能。

坚持冷静扩张 “这只是个开始”

与将总部迁至上海同样引人注目的是，2016年初融信拿地频频。

2月3日，融信以1.765亿元竞得福建省福州平潭县一住宅加商用用地。

2月17日和23日，融信分别以9.12亿元和13.9亿元拿下杭州余杭区良渚新城一商住用地和杭州萧山市一住宅地块。这也是融信继两年前拿下杭州公馆后再度重回杭州拿地。

2月25日，融信以9.8亿元摘得青浦区盈浦街道盈浦路北侧49-04地块，这个地块也成为融信总部搬迁至上海后的第一幅收获。

从融信的拿地可以看出其正在加快实践地产布局，事实上，融信的积极拿地与其充裕的资金关系密切。不仅可以上市融资，随着企业信

用等级的上调，融信自我发债的成本也比较低。短短两个月，融信融资动作不断。

纵观融信近几年的发展轨迹，从2013年拿青浦赵巷地块首入上海，三年来，融信以福州、上海、杭州、厦门等核心城市为立足点，深耕其中，成绩斐然。随着2016年1月，融信荣获资本市场认可，成功登陆港交所主板；2月，融信在华东连拓3幅优质地块，并将总部迁入上海，融信的高速增长以及在土地市场的频频亮相，更使其2016开年即当红不让。而对融信来说，这只是刚刚开始。

做大做强品牌 除了产品，还要做好服务

跨越式发展的背后，离不开融信对产品品质的追求。作为上海首作的融信·铂湾，始终坚持品质理念，打造的是区域标杆；在杭州，为做好融信杭州公馆，融信在前期花了一年的时间做地块调研……

“打造符合当地市场需求的标杆产品，坚持以高品质产品影响城市，在提升产品品质的同时，更注重产品的文化品位，精耕城市、遵守城市文化肌理，打造高端、生态、宜居、人文的复合型房产品”，成为融信坚守的宗旨。

在不断深化的全国布局中，融信正以自己鲜明独特的重文化、高品质的产品，运营着每一座布局的

城市、板块，打造属于城市、根植土地的文化标签。凭借在福建省内取得的成绩及经验，融信每下一城总能迅速重新定义区域价值，以至上的品质成为区域热销标杆。

上海市场两大在售项目，高端住宅系产品融信·铂湾2015年在别墅市场表现突出，Artdeco稀缺商办产品融信·绿地国际则成为企业总部人主大虹桥的上选。

此外，目前融信在上海还有法兰西世家（合作项目）、万科有山（合作项目）、虹桥世界中心（合作项目）等项目；在杭州则有融信·杭州公馆、融信·蓝孔雀、融信·学院府三个项目。今年初，融信又分别在上海青浦和杭州萧山、良渚各拿地一块，2016年，融信在华东区域蓄势待发。

尽管融信进入的城市并不多，但其对于所进入的城市均采取深耕策略。成立13年来，融信始终强调品质，同时对于服务、邻里文化，融信也一直走在行业前沿。从连续举办十一届的融信邻里文化节中，融信对邻里文化的关注与坚持可见一斑。十几年来，融信还坚持自己做物业服务，有时甚至不惜亏钱做服务，这也使融信获得了好的业主口碑和品牌价值。

对于坚守品质和服务的融信而言，2016年将总部搬迁至上海，标志着融信全国战略的再升级，这是一个新的开始，融信也将按照自己的步伐向着全国性房企的目标迈进。

