

复地·御西郊,续写西郊传奇

——专访复地集团副总裁、上海总部总经理蒋建军

地产评论员 李韶萌

由虹桥路为起点的西郊板块一直是上海身份属性的代表。过往岁月沉淀出来的骄矜和遗世独立的清高,使西郊从骨子里透着贵族气。这个上世纪三十年代名门望族的栖息之所,上世纪六十年代国宾文化的根植之地,上世纪九十年代中国富人的聚集区近日迎来了虹桥西郊首个大平层项目——复地·御西郊,成就了国宾界最后一个拥有的可能。

目前西郊板块内的别墅群落已基本占据了所有的土地,他们或只租不售,或早已售罄,有价无市。因此,也造就了西郊宾馆三公里划分界内,弹丸之地已有四年未有土地供应。西郊片区内已不再拥有再造居住区的土地批复计划,使得西郊居住更是可望不可及。

国宾之地、贵胄气韵、人文积淀……复地集团,是否会为这片神奇的土地演绎一个新传奇?复地·御西郊背后又藏着多少跌宕与起伏?带着这个疑问,2012年6月12日,《新民楼市》独家采访了复地上海总部的掌舵者蒋建军。

和绝大部分复地人一样,复地集团上海总部总经理蒋建军同样显得非常低调,但讲起复地·御西郊,蒋建军躊躇满志。

倾力打造 演绎西郊新传奇

关键词:传承 创新 养生 适用

对于西郊故事,蒋建军可谓如数家珍。采访之初他便对笔者饶有兴趣地谈起这块土地的传奇:“老上海人都知道西郊这块地方是一个贵胄之地,且是隐贵而非显贵。三十年代,见证了上海的望族生活;六十年代,依托国宾馆,许多政要、外宾及大人物在此出没;到了二十一世纪,西郊也成为上海的门户性标志。”

复地开发房地产一直秉承着一个理念,那便是传承,让项目本身传承这里的历史、传承这里的文化、传承这里的精神。作为“低调且有腔调”的本土老牌房企,本着对上海这座城市文化传承的使命感及责任感,倾力打造复地·御西郊,寄予了这块土地深情与厚谊。

蒋建军说道:“我们也希望通过复地的精心细作,不辱西郊核心之地,传承西郊价值,开启复地未来之门。”

在蒋建军看来,无论是居住还是休闲,居于西郊,就应当是享受居住的过程。

相较于市面上的其他豪宅,除了区位优势和历史人文的积淀之外,复地·御西郊可以说是得天独厚地坐落于一片绿色森林之中,它的生态宜居完成了许多都市人摆脱钢筋水泥之林的梦想。

“大多数豪宅都为高层,阻隔了人们亲近自然的意愿,复地·御西郊创新性地提出了‘多层豪宅’的概念,这在上海是绝无仅有的。它的便利性、易达性不可比拟。即便你身处家中,也可被鸟语花香环绕。”蒋建军对“多层豪宅”这一创新性举措充满信心。这也是对西郊这块传奇土壤的最佳献礼,而且因为是“多层”,复地·御西郊的得房率要达到90%以上,远高于其它高层豪宅。“相当于打个八折呢!”蒋建军幽默地说道。

为成功人士独家定制的太极会所也是该项目中的一大亮点,旨在倡导健康养生的易太极养生馆成就了复地·御西郊会所的与众不同及特立独行。

据蒋建军介绍:“我们从选材、设计到施工都精益求精,并不是哗众取宠,而是要追求健康、安全的居住环境与温馨和谐的人居关系。”作为城市核心区域内难得的低密度生活样本,复地·御西郊的精装大平层公寓继承了复地一



贯的优越品质,以及人文关怀。项目主要的建材都是高端国际品牌,细节之处秉承了复地“以人为本”的理念。

“在选择建材品牌时,我们第一所考虑的是安全性,第二是实用性,第三是舒适性。只有这样的品牌,我们才会选择。”蒋建军如是说。

张弛有度 坚韧不拔的精神不懈努力

关键词:和谐 稳健 平衡

“以人为蓝图”才能造出最完美的建筑。蒋建军认为,“以人为蓝图”的品牌理念让复地的产品和复地这个企业都更有“家”的感觉。在这个“家”,追求的是简单沟通,高效做事,只要你有能力,愿意学习,这个“家”就会为你提供一个相对应的施展平台。在复地,有很多员工为公司服务超过10年,蒋建军不无自豪的表示:“估计复地在行业内员工的忠诚度、归属感是最高的。”

谈及复地·御西郊背后的整个团队,蒋建军表示在项目的推进过程中遇到了前所未有的挑战,但复地这个大家庭却以团结奋进、坚韧不拔的精神不懈努力,使复地·御西郊得以完美呈现。

“在工作中我们的团队时常会上演剑拔弩张的场面,在细节之处反复争论,但大家心里很明白这么做都是为了雕琢出更完美的产品。”蒋建军说道。

多年来,复地持续稳健发展,有序开发项目。就上海而言,复地涉猎甚广,除高端住宅复地·御西郊项目外,还有中高端精装修公寓复地·新都国际、商办项目复地·中环天地、独栋办公别墅复地·申公馆、产业地产项目复地·金石湾等,丰富的产品线保证了复地上海能够稳步地、持续地、全面地发展。

“我们既有着着眼于中长期发展战略的产品,又有适合公司短期运营目标的产品,保证了上海复地经营的稳健性。”蒋建军如是说。

在目前政策调控下,一些前几年过快发展的房企放慢了步伐,而老牌房企复地近年来业绩稳步提升,但似乎一直都“刻意”行事低调,蒋建军对此保持了理性而辩证的认识。

“复地也提倡‘快周转’,但每个企业的情况不一样。对复地而言,平衡发展是指导思想。对于产品,复地永远追求品质第一,力求为每位业主呈现‘精品’,但追求‘精品’并非追求‘贵’,我们在同档次的产品定位下,追求最优异的品质,真正做到品质与价格的平衡。”

深耕多年 泰然自若应多变

关键词:中道 平和 机遇

进入2012年,中央政府坚持房地产调控不动摇,调控目标由“抑制房价上升”向“促进房价合理回归”转变。在持续调控下的低迷的市场上,各家房企可谓心态各异,譬如静观其变(捂盘)、收缩防守(投资紧缩)、战略转移(异地开发)、伺机脱身(降价促销)……作为深耕多年的复地,依然泰然处之。

提及最聪明的房企,蒋建军或深谙太极之

道,“这个市场上没有最聪明的做法。”对于部分房企采取的“以价换量”定价策略,蒋建军亦执中守正:“每个公司的战略和现状都不一样,适合自己的才是最好的。总体来讲,复地是多方面兼顾,我们会适当随行就市,但不会拼价格。”

作为老牌房企,复地笃定安然应对市场的多变。“就像人生,市场起起伏伏很正常,保持一个平和的心态最为重要。”蒋建军如是说。异位思之,蒋建军表示现阶段或是消费者出手时机:“开发商的心态已经放低,我们也看到许多打折促销手段,是因为前几年拿地价格较低,而之后拿地的成本较高,成本核算上来讲价格不会出现下行局面。所以现在的价格相较而言处于低位。”

蒋建军认为,市场虽处于低谷但充满希望,因为每一天都会比前面更好。涨跌起伏是市场规律,没有持久的高潮,但也不会永远是低谷。现在大环境虽然并不好,但他对市场的发展却更有信心,“这个时候,我们处于起跑位置,是机遇也是挑战。”

复地20年以来,每一步都走得坚实,稳健发展是复地的信念。蒋建军说道:“我们的产品线丰富,涉及领域也较为广阔。”所谓“东边不亮西边亮”,“酒香不怕巷子深”,秉承品质为先的复地在这种市场下有着十足的动力和信心。

◎采访后记

感恩 文化 未来

今年是复地20周年,复地集团启动了一系列以“感恩、文化、未来”为主题的活动,包括积极参与“免费午餐计划”,对复地已交付社区实施长效维护机制的“常青藤计划”,并致力于“中国古村落保护公益活动”。作为对上海文化的传承与发展,复地与纪实频道正合作出品《西部传奇》纪录片……

在蒋建军看来,复地的企业核心价值观“修身 齐家 立业 助天下”中已经包含了“感恩”的元素、“文化”的内核和“未来”的责任。“我们始终努力以‘助天下’的情怀去倡导‘两个生态’和‘两个复兴’,即自然生态和商业生态的健康发展、中国经济的复兴和中华文化的复兴。”