

“我们不仅要做法地产的理想主义者,同时是有行为和能力的现实主义者。”

——绿城集团董事长 宋卫平

宋卫平 品质理想

□本报地产评论员 韩冬 杨洁慧

绿城集团以天价竞得新江湾城不到 6 万平方米的 D1 地块后,业内出现了两种声音,惊愕者认为,虽然 D1 地块的位置优于 C2,但在短短半年内楼板价翻番,还是突破了所有人的想象空间;看好者则认为,地价如此高,对于产品的要求就更高,能成功运作该项目的可能也就只有绿城等为数不多的几家品质地产商了。

在拍卖会之后

面对两种声音,绿城集团董事长宋卫平的回答引得现场一片愕然,“现在 D1 地块的楼板价已接近周围楼盘的售价了,我们的基本目标是尽量争取不亏本,建造上海最好的公寓才是我们的终极目标。”把不亏本作为自己的底线,拿下这块炙手可热的土地,将他人眼中高利润土地变成绿城集团在上海研发顶级产品的试验场。宋卫平又一次在上海插下了品质地产的大旗。

在房地产高速迈进的今天,还有开发商可以拥有这样的心态吗?

面对这样的质疑,宋卫平坦然地笑笑:有两种开发商,一种开发商不惜一切代价,可以赚到 100 亿,另一种开发商赚得不多,但房子盖得好,老百姓很满意。走在街上,他们会和我打招呼,老宋,最近怎么样呀,球队还行吧?与前一种像葛朗台一样围着钱转的生活相比,我当然享受后者这种其乐融融的状态。

在宋卫平看来,能为更多的人造品质卓越的房子是他人生最大的骄傲,他进一步解释,“绿城的房子有每平方米 2 万元以上的,也有每平方米 2000-3000 元的,但没有一栋房子是随随便造的,我们在青岛、杭州,给农民造房,利润只有两三个点,青岛的房子售价只有 2000 多元/平方米,那种品质放在杭州就能翻 10 倍。在杭州,农民向政府点名要绿城为他们造房子,对于一个开发商,这些难道不是最值得骄傲的吗?说句心里话,我希望全天下的经济适用房都由绿城来造。”

对此,宋卫平还有句总结:“绿城是为所有人造房子,无论是工薪阶层,还是中产阶层。我们做的‘高端’,并非价格的指标,而是品质指标。”

为“绿城迷”解惑

近 50 万平方米的上海绿城销售接近尾声,位于闵行旗忠的顶级别墅绿城玫瑰园还未开盘,绿城集团的“上海攻略”似乎正在放缓,这让“绿城迷”们焦急不已。直到 6 月 21 日,绿城豪取新江湾城 D1 地块,绿城迷们才放下心来。

事实上,近年来绿城在向全国扩张的同时,从未放松过在上海的土地储备事宜。6 月 21 日,在宋卫平进竞标现场前,就向笔者表示,无论

拿不拿到 D1 地块,绿城对上海的态度都是“尽可能多地拿地”。竞标成功后,他更是进一步表示了对上海的厚爱,过去一年中通过资本市场融资的 100 亿元,三分之一将用于在上海购地。

宋卫平有这样一个观点:历史来看,中国的城市快有 100 年没好好建设了,我们需要补上 100 年的课程。因此,中国的城市目前正面临一个突飞猛进的城市化过程。城市扩张、城市品质提升,就是房地产业发展的空间。

今年 1 号土地公告后,宋卫平专程来上海实地考察,一眼就看中了新江湾城 D1 地块,新江湾城地处城市中心、规划成熟、毗邻五角场,离人民广场十多公里,拥有稀缺的景观,其土地价值并不比浦东滨江差。“新江湾城才刚刚起步,现在介入的时机最好。”他预见,未来三年内,新江湾城肯定会超过上海绿城所在的高档住宅区。

房地产在与城市发展、品质提升中共荣,但宋卫平想的更多的是,房产作为一种艺术如何与城市品质、城市精神相匹配,宋卫平用“优雅、高雅”来提炼上海的城市精神,区别于北京的“高贵”,上海近代花园洋房所蕴涵的丰富营造元素和建筑语汇,仍需今天的我们花很大的功夫去研究,我们在上海要造最好的高品质公寓或者别墅,都需要传承上海的城市精神和建筑文脉。

据了解,为了构思绿城在上海玫瑰园别墅项目的定位,宋卫平花两年跑遍了美国、欧洲及澳大利亚,目的就是要建成西方经典建筑意象与上海二三十年代的老花园洋房文脉契合、风格融通的作品。

就要追求品质 NO.1

追求 NO.1、给业主提供最完美的住所、创造城市的美丽,使得宋卫平对房产品质的要求到了近乎苛刻的地步,拥有学院派思想的老宋认为,房产品是文明和艺术的载体,结晶和创造,房产品是个躯壳,文明是它的灵魂,艺术是它的容貌。

按照这一标准,宋卫平可以说是不计成本。新疆公司在开发一个项目时,前期开发花了不少钱,为了降低成本,在景观上有些潦草,亲临现场的宋卫平大为光火,不仅给予了负责人严厉的处分,并将景观推倒重来,还将各地的相关负责人全部叫到新疆开现场会。宋卫平说,绝



摄影 孙鑫海

大多数客户买房子可能要倾其一生所有,我们有什么理由,有什么权力,忍心让我们的房产品是一个很随便、不够精致的产品?我们宁愿不赚钱也要令客户满意。

宋卫平说,绿城欢迎合作,他们和不少企业都是以 50%对 50%的持股比例合作的,利润不是最重要的,关键是合作伙伴要和绿城具有共同的开发理念,对客户价值、利益,房产品契合城市品质以及员工价值要达成共识。

熟悉宋卫平的人都知道这样一件事,当年他和一家开发商合作开发一个项目,刚开始运作的时候,双方就产生了分歧,对方追求利润最大化,而宋卫平则表示每一个环节都要做得最好,结果,虽然这个项目很有前景,宋卫平还是决定撤资,而为了保证对方正常运作,撤资是过了一段时间后才进行的。

一个有“品质”的人

对于“品质”的理解宋卫平自有一套,对于人同样如此。对于新江湾城项目未来的业主,宋卫平有何期待?答案出人意料,宋卫平没有强调精英阶层的定位,而希望是一批“努力工作学习,对社会、对邻居有责任心的人”。

宋卫平很希望住在绿城住宅中的人,能追寻文化艺术素养,寻求文化之美,他认为这是最理想的客户群,因为最好的居住环境不是楼盘的硬件,而是来自于业主的管理,从而实现人与人、人与自我、人与自然间的和谐共处,这是将绿城的品质地产与业主的品质结合得最完美的惟一途径。

宋卫平并开半玩笑表示采访他的媒体记者就是新江湾城项目最好的业主。“实力不够?”面对众老记的抱怨,宋卫平一脸正色,“一个人的能力是没有极限的,”并以自己的经历为佐证,28 岁在机关工作(在党校做历史老师),住机关宿舍,36 岁的

时候还是租房子,居无定所(时已辞职下海去珠海一家电脑公司工作),现在我不是也拥有很好的生活吗?(37 岁,宋卫平借了 15 万元,回到杭州开始了房地产创业,次年一年宋卫平在杭州开发了丹桂花园、金桂花园、银桂花园、丹桂公寓、月桂花园等项目,初步奠定了绿城在浙江的品牌房产地位。)成功之道?宋卫平分享了他的心得,八个字“认真做事,聪明做事”,绿城和他自己都是将事情做得完美、做得认真的信奉者和实践者,当然也是这种做法的受益者。

“绿城从来没有因为这样的坚持而使得经营、销售受负面影响,只有坚定不移地把产品应有的内容——如使用价值、文化价值、欣赏价值完美地表达出来,把房产品作为生活的基本空间和精神享受的空间都照顾好了,才能抵抗住市场的低迷和调控的影响。”宋卫平说。