感动七年 TOUCHING 7 YEARS 2000-2007

上海奥林匹克花园大型 報告文学 之七

新民晚报
2007年7月5日 星期四
E-mail:xmwbs@sohu.com
广告投放热线:62793666×1062、52921605

感动7年,再燃激情

——陈穗建致员工的公开信(摘要)

亲爱的员工:

"7年,更像漫漫长河"——7年往事,从零起步,从无到有,一幕一幕,真实地烙在中国地产探索史、发展史上。事实证明,我们没有辜负上海这座神奇的城市,没有辜负房地产这个伟大的行业!通过今天的回顾,我们了解到上海奥林匹克花园所在地原来的样子,是一片破旧的厂房,一个脏乱的家禽市场,杂乱的民房和荒地,现在,是我们用自己的双手,把它建成了美轮美奂的花园,现在,已经有2960户10000多人在这里安了家,还有1000多户选择了这里,我们创造了建筑,也创造了历史。同时,我们也把我们的人生的一段光阴留在了这里。在此,我再一次对所有在座的员工表示感谢,同时,我还要对所有曾经加盟过上海奥林匹克花园这个大家庭,曾经在这片热土上流过汗水,用过心力的如今已经离开的员工表示感谢。时间不会风化记忆,历史不会忘记他们。

亲爱的员工,值此上海奥林匹克置业投资有限公司注册七周年,上海奥林匹克花园三期即将盛大开放之际,通过今天再一次重温了那如歌的往事,让历史铭记这一刻,让生命体验这一回,让我们共同"感动七年,再燃激情",开创我们更加光辉璀璨的美好未来!

谢谢大家!

陈穗建

2007年6月12日

上海奥林匹克花园之"品牌连锁"——

49朵,桃李满天下

上海奥林匹克花园:中国地产知名连锁品牌旗舰店

□总策划:程友进
□总撰稿:程友进 郑嫣

中国地产从无到有,从咿呀学步到风华正茂,只用了不到20年的时间。

20年中国地产简史,其实就是一部拓荒史。一群——如万科、如星河湾、如绿城等等——具有西部牛仔精神的地产拓荒者,构成了最动人的风景线。

这同样是一个典型的西部牛仔式传奇。只不过,他们选择了品牌连锁这一领域。

他们就是奥林匹克花园。

2000年他们上天(天津)下海(上海)东征北伐,走过大江南北,跨越了长城内外。

他们用了7年,在全国诞生了49个奥林匹克花园。

一路狂奔

很多同行看不懂:"只要有城市,都有奥林匹克花园",它真的就像雨后春笋?

而更多的同行不可思议:房地产难道真的可以像可口可乐、像肯德基、麦当劳那样?

他们用了7年(中国不少开发商,7年只做一个项目),在北京、在天津、在重庆、在广州、在沈阳、在海南、在青岛、在惠州、在泉州……在全国20个省会、4个直辖市、30多个城市,成功发展了49个上海奥林匹克花园的孪生姊妹。

虽然,在GOOGLE上输入"奥林匹克花园"的查询结果多达436,000项(万科四季花城约有301,000项,北京星河湾约有267,000项),这一切说明了"奥林匹克花园"在中国地产连锁品牌经营上难以撼动的历史地位。

如果把中国地产界描述为一个赛场,那么属于他们的跑道,没有喧嚣的话筒,没有耀眼的镁光灯,但他们后来居上,一路狂奔!疯狂领跑!

生生不息

奥林匹克花园的繁衍能力和生长速度,在中国地产实属罕见。

陈穗建将这种"惊人的生命力"理解为复合地产的"基因理论"。

"像杂交水稻的诞生引起一场农业革命一样,奥林匹克花园正在掀起一场前无古人的房地产产业文化的风暴!正是因为我们拥有了具有优良基因的神奇的种子,无论是在水草丰美的江南,还是严寒干燥的塞北,她都会以顽强的生命力,耐寒耐旱、抗风沙抗倒伏的优良品性,生根、发芽、开花、结果。所以这粒种子现如今才能在上海、北京、天津、常州、沈阳、武汉、泉州……蔓延开来,渐成燎原之势。"

除了基因优势,他还特别强调了三个力:第一是品牌影响力;第二是产品创新力;第三是项目的执行力。

前者,得益于他们对住宅产业的前瞻性思考。一句"我们卖的是生活方式",奥林匹克花园那种博大精深的社区文化、核心内涵立马跃然纸上。

中体产业显然是整合高手。"传出好球,让伙伴得分"这是篮球队员出身的中体产业"掌门人"吴振绵的一贯主张。

七年来,他们不仅充分利用了中体产业特有的品牌资源、运动配套资源,更深挖中体产业的名人资源、明星资源。在全国奥林匹克花园的办公室,随处可见国际奥委会、国家体育部门等名人的照片题词,而在奥林匹克运动城里,不少退役明星是奥林匹克花园业主的私人教练。

他们坚信"既然一个快餐、一瓶可乐,都可以做成全球著名品牌,为何奥林匹克花园不能做成中国社区第一连锁品牌?"

正是在这种信念的支撑下,七年来,他们不断研究全球连锁品牌的组织和理念,并不断在上海奥林匹克花园上实验、与实践。到目前为止,"我们有四大平台,这是全国扩张中的中体奥林匹克花园管理集团的法宝,包括规划设计平台、营销平台、采购平台和融资平台,正是凭借这些统一的平台,才造就了中体奥林匹克花园连锁发展的成就,奠定了7年发展49个项目的基础。"仅以营销平台为例,到今天为止,全国奥林匹克花园大概有30多万的消费群体。

上海范本

2000年3月27日,从广州到上海,这是陈穗建人生最华丽的一次转身。

2000年至今天,从上海到全国,陈穗建说,"这是我人生最成功的轨迹"。但在陈的心灵最深处,"我很感谢上海,感谢上海奥林匹克花园"。

我无从也无意去解读陈的"感谢心声",但49朵奥林匹克花园在全国花开并蒂,离不开上海奥林匹克花园旗舰店的重要示范意义。

——每年至少要接待100多批、1000多个全国奥林匹克花园的同事,要定期为48个奥林匹克项目"传道解惑"。这是上海奥林匹克花园每年的"必修课"。

陈穗建说:"上海奥林匹克花园拥有很多成功而成熟的开发经验,同时每年与时俱进,不断开发新的产品、新的运营理念"。据悉,上海奥林匹克花园三期精装修小户型虽然还没有正式发售,但其图纸已经被6个全国其它奥林匹克花园"借阅"了。

风云再起

2006年,陈穗建站在了中国地产最高的领奖台上。作为"中国房地产十大风云人物"之一,那一刻,他百感交集。

"这是一个伟大的时代,中国人可以有很多机会,可以做很多事情,我格外珍惜。"陈发自肺腑的感言,曾经令在场的许多同行倍受感动。

但奥林匹克花园的连锁之路、全国化战略发展之路并未画上句号。

在未来几年内,奥林匹克花园将保持以平均每年发展5个奥林匹克花园的速度,预计到2008年,实现发展到55个奥林匹克花园的目标。再往后的5到10年内,争取发展到75-100个奥林匹克花园项目。

这是一组神奇的数字,在这充满旺盛生命力的数字背后离不开吴振绵雄才大略的引导和陈穗建妙到巅毫的实操,在短短七年间,奥林匹克花园在刀光剑影、杀机四伏的房地产领域,展转腾挪,剑舞梅花,打拼出一片崭新的地产江湖。

这是一个宏伟的蓝图,奥林匹克花园人的光荣和梦想再一次被激发。

"一个住宅产业王国",再一次清晰地浮现在中国地产的版图之上。

中国地产再一次摒心静息,期待一个新的风云时代!

——它是否已经呼啸而来?

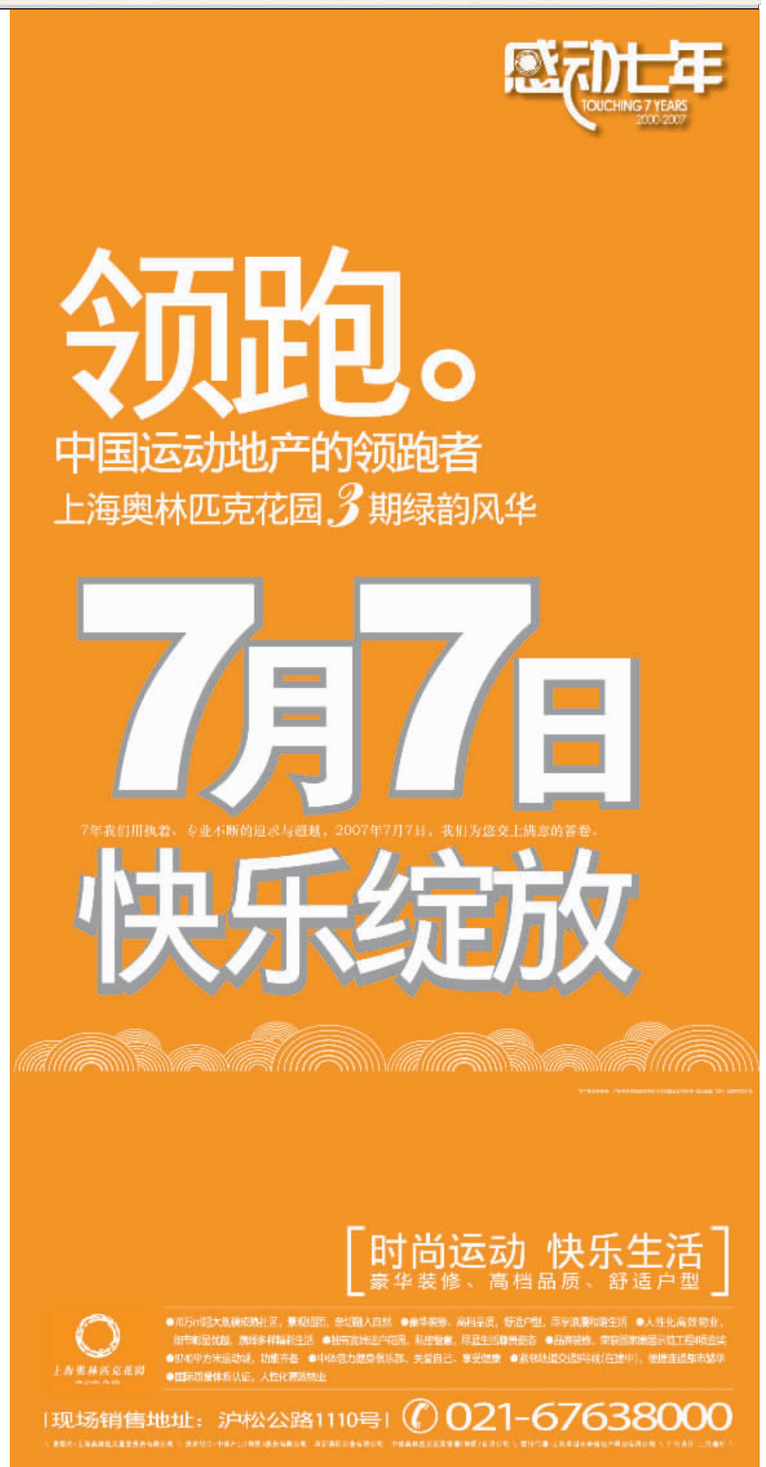
结束。对广大读者的关注和支持表示诚挚的感谢。

《上海奥林匹克花园大型报告文学》系列连载全文

【相关信息】

小户型7月7日正式发售

2007年6月16日,上海奥林匹克花园三期"绿韵风华"正式开放样板房。

三期将分四个组团,主要以建筑面积65平方米一房、85平方米两房为主力户型。作为90/70政策第一批上市的房源,三期已经引起了上海买房者的高度关注。三期同样采取精装修标准,但在一期、二期基础上有诸多创新和改进。

正式开盘时间为7月7日。
咨询热线:67638000