

美好事物的背后必然有其自身的哲学。江苏美好置地有限公司是一家以房地产开发为主的集团化企业，目前总开发面积300万m²，雄踞泰州房地产开发领军地位。这家企业秉持着“不出泰州、不上市”的态度，正致力于引领市民对好房子的追求。近日，现代快报记者专访了“美好”掌门人——江苏美好置地有限公司董事长程汉彬先生，听他讲述“美好”的哲学。

T₁₀

2013年12月27日 星期五
责编：徐鹏 美编：孙月 组版：郝莎莎



江苏美好置地有限公司董事长 程汉彬

江苏美好置地有限公司目前位居中国房企500强第277位、江苏房企50强第30位。与万达、万科、华远等地产大佬相比，这个排名不值一提，但美好置地出身三线城市——泰州，本土生根，本土发芽，本土开花。2012年3月首次跨入中国房企500强时，实属一匹惊艳的黑马。目前，美好置地总开发面积300万平方米，拥有三大高品质楼盘——美好·易居城、美好·上郡、美好·凤城国际，一座金融商务大厦——美好环球大厦，雄踞泰州房地产开发领军地位。



“美好”易居城实景



“美好”慈善



美好·上郡是践行“美好”哲学的范例之一

“美好”置地，造快乐的房子

产品 造房子时考虑谁需要

2005年，美好·凤城国际开创泰州城市中心28万m²复合地产之先河，造就了泰州首家纯高层住宅社区的辉煌。

2008年，美好·上郡又首创了50万m²泰州城市中央豪宅大盘，更于2010年创造单个楼盘年度销售10亿元以上的纪录，引领楼市一路前行。

2011年，泰州城东一块200万m²的超级大盘开始进入泰州人的视野，美好·易居城，这个新人居大盘，响亮地提出了五大承诺：易购物、易教育、易运动、易医疗、易交通。

2013年年底，美好·上郡平层豪宅首次亮相泰州市中心，大胆的突破创新，不仅开创了泰州多个先例，更让不少高端人群一见倾心。

在泰州，美好置地是个引领者的角色；卖房子，程汉彬有着自己的哲学。

“房地产已从销售时代转向营销时代。”程汉彬说，“产品供不应求时，你不需要考虑对方需不需要；现在是供过于求，他买的是自己真正的需求。”

程汉彬说：“只有疲软的产品，没有疲软的市场，你能做出更好的房子，别人会追逐那种房子，他会把原来手头的房子变卖掉、抛弃掉。”

标准 房子能与心灵发生碰撞

望海楼是泰州著名的景点，也是泰州的标志性建筑，位于泰州4A级凤城河风景区内。如今，在美好·上郡平层豪宅，和家人吃着阳光早餐，这一风景就能尽收眼底。

300 m²以上的超大面积、270°的景观阳台、电梯入户、阳台早餐区……近期美好·上郡平层豪宅样板房开放引发千人争睹热潮。

“我把产品做好了，别人就两个字——震撼。”程汉彬说，上郡平层豪宅地处泰州繁华的市中心，同时所有房子都采用顶级装修，新风系统、地暖、中央空调等一步到位，智能坐便器和国际一线建材不吝运用。

“房子是没有标准化的，但只要用心做了，你一定知道老百姓喜欢什么。”程汉彬说，“你造出来的房子要能与老百姓的心灵发生碰撞，你一定要打动老百姓心里那一点点你说不出来的东西。”

品牌 来自业主的“口耳相传”

“美好”在过去成就了每个项目的热销与口碑。从1.0版本的凤城国际，到2.0版本的美好·上郡，再到3.0版本的美好·易居城云庭，而后是4.0版本的美好·易居城香榭，再到如今的上郡大平层，“美好”品牌已成为泰州居住产业发展的风向标。

“什么叫品牌？供不应求的时代，有本事把房子造出来就能卖到钱。当市场产能过剩了，房地产要当文化来做。”程汉彬想得很明白，“现在品牌从哪里来，都是住在里面的业主口耳相传。”

程汉彬算了一笔账：目前凤城国际有1000多户业主、上郡有3000多户业主，易居城今年年底也将有2000多户业主先后入住，全部加起来有6000多户业主。

“6000多户家庭，每一个家庭最少接触10个社会细胞，那我们‘美好’面对的就是六万多个社会细胞，品牌价值肯定会通过别人的口耳相传得到提高。”程汉彬说。

“一个企业做东西，真正做到最后就是做品牌。品牌涵盖了产品，涵盖了服务，涵盖了责任。”程汉彬这样理解品牌的价值。

转型 产品做精也是创新

“什么叫产品转型升级，不是说现在去做一个新产品，产品做精产品做新也叫转型升级，把工艺做到一定程度，也叫创新。”程汉彬把产品转型升级的心思用在了物业上，去年曾花了自己全年三分之一的时间用于提升物业管理。

要业主为服务买单不是一件容易的事情，程汉彬把物业公司拆分为物业总公司和项目公司，“也就是将运动员和裁判员分开。”

“每年总公司按15%至20%的比例给项目公司发年终奖。”程汉彬说，平均能拿到8000元，但必须有个前提，就是要做一件好人好事，没有好人好事一票否决。

“没有这种要求，怎么让被动服务变成主动服务，怎么会让员工天天去找好人好事做呢？只有这样才能真正把服务做到位。”程汉彬说。截至目前，美和物业今年已涌现了116件爱岗敬业的好人好事，都发生在普通的基层工作岗位上，真正践行“用心服务每一天”的理念。

目标 引领别人对好房子的追求

2005年，当泰州还是多层住宅的时代时，美好·凤城国际首个推出了纯高层社区，引领泰州人居步入高层电梯时代！

2010年，美好·上郡二期在泰州首个推出坡地景观……

2012年，美好·易居城云庭在泰州首个将1万m²五星级运动会所建到了小区里。

2013年，美好·易居城香榭推出了首个专为富裕阶层定制的纯高端社区，领袖型别墅！

2013年年底，上郡平层豪宅的推出，意味着美好新一轮的引领与创新将全新启动。

“所有人都有对美的追求，但不知道美是一个什么东西，我只不过把房子的美告诉别人，别人接受了这个美，把我房子买走了。”程汉彬说。

程汉彬认为，中国的房地产还处于初级阶段，有的人可能有几套房子，但没有一套好房子，没有一套居住在里面觉得快乐的房子。

“造房子造到最后就是以人为本。”程汉彬说，房子不是一个简单的静止化的资产，而是代表了人生活的一个圈子，一个家，美好赋予了房子更多内涵。

“房子已经过剩了，现在我在泰州做的是引领别人对好房子的追求，让泰州所有人把手上的差房子抛弃掉。”程汉彬说。

[后记] “沉香”一样的“美好”

沉香，被誉为“植物中的钻石”。一棵乔木植物，受到自然界的伤害，或被雷击，或被风折，或被虫蛀，树皮损坏，大量细菌在损坏处繁殖滋生，植物自我修复过程中，分泌出的油脂受到真菌的感染，日积月累，在自然条件和时间沉淀下形成了沉香。

“美好”犹如“沉香”。程汉彬说，都是天时地利人和等多个因素共同作用的结果，离开了泰州这片土壤，“美好”就不一定是“美好”了。对于上市，程汉彬说，“做企业，我只要做得快乐。我是把‘美好’当事业来做，做了以后要快乐。上市以后不快乐，我为什么要做呢？”

程汉彬更关心的是，2014年1月1日，上郡平层豪宅的闪耀开盘。按照“美好”的哲学，这一产品将会再次被追捧和认可。

现代快报记者 吴文峰 尹有文 文/摄