

18年18城
建业在倾听



18年·18城 建业在倾听

“建业百日倾听计划”解读

2007年至今的四年时间中，中国的房地产行业经历了过山车般的跌宕起伏——世界经济面临着二战以来最严峻的考验，而中国房地产行业在城市化和人口红利两个巨轮的推动下，又屡屡面临宏观调控的考验。2010年4月17日，被学术界称为“史上最严厉”的地产新政出台，加剧了市场的不确定性。

恰逢建业集团成立十八年，始于2002年启动的建业省域化发展战略已深度开发于河南的十八个城市。宏观环境的莫测，以及“18年”与“18城”之间的某种契合，为建业人提供了反思、倾听、变革、颠覆的机缘。企业的每一步前行并非易事——如果2008年建业的“琢玉行动计划”是一个自检自省的做法，今天，建业人需要专注地倾听来自外部的声音，用百日时间，找到差距，不断改进，以期在获得发展的同时继续领跑河南房地产行业。倾听这个时代最真诚的声音，因为你、我、他，已然构成一个进取社会的缩影。

一、建业已逐步彰显独特的文化优势，但能否始终保持“卓越”意识，警醒“优越”心态，我们需要倾听。

十八年坚守一个市场、一个行业，“河南建业”业已成为“河南地产”的形象代言人。

为什么选择河南，回答这个追问的同时也将表明建业的文化和根基。建业人察悟了社会之于企业如同大地之于树木的道理，提出了“适应、利用、改善”的生存观——在适应中生存，在利用中发展，在改善中回报。扎根于河南，发展于河南，回报于河南。

“根植中原，造福百姓”的企业核心价值观与“让河南人民都住上好房子”的不懈追求，不仅在企业内深植员工心中，在社会上也已形成广泛影响。“只有文化的，才是经典的”，“追求卓越，坚韧团结”的企业理念，激励着建业人在河南大地上创造着一个又一个的成功。

对于在区域中领先长达十五年的企业，持续保持对生存环境的忧患意识实为不易。但是我们必须认识到，外部环境在发生着剧烈的变化，一线城市的地产业掘金之势迅猛，而随着房地产开发的“梯次转移”，优秀的外地企业大举进军河南。建业人站在了一个全国竞争的舞台，那些不易觉察的“优越”意识将成为我们赢得市场的掣肘。

二、全面推进的建业省域化发展战略，加快了河南的城市化进程，全面提升了河南的人居水平，建业已将企业的命运和河南融为一体。这个过程中，建业是否为各方高度认同，我们需要倾听。

战略推进至今，历经九年峥嵘岁月，建业人在河南大地上播种耕耘，努力为河南的经济、政治、文化、社会、生态带来影响和贡献。“五个认同”即政府认同、专家认同、同行认同、客户认同、员工认同，为建业树立了目标和标准。每到一个城市，建业都郑重承诺：为这个城市打造一张新的名片；为当地老百姓创造一种新型生活方式；与当地开发商一起提高这个城市的建设水平；为当地政府上缴更多税收；融入城市，当好这个城市的宣传员。建业同时要求员工站在“战略与城市的高度”回答“我们为什么要来到这个城市，我们能为这个城市带来什么”的问题，怀揣高度的使命感融入当地。经济效益和社会效益、物质追求和精神追求、企业利益和员工利益、战略目标和执行过程的高度统一的局面成为建业人的不懈追求。

一个优秀的企业需要为使命而坚忍不息。我们热切地期待倾听来自社会各界的声音，盼望我们所付出的和您所感受的高度契合。

三、建业以独有的“建业标准”，打造了享誉全省的多个产品系列，达到了国内一线城市的开发建设水平。但建业是否全面做到规划没有遗憾、产品建造没有瑕疵，我们需要倾听。

建筑，既是物质的，也是精神的。建业提供的产品，在尊重人、尊重城市、传承文化的基础上，始终围绕一种新的生活方式和深厚的文化内涵而不断探索。

在这一理念指引下，建业的系列产品绿色家园、森林半岛、联盟新城、壹号城邦等不仅获得了市场的认同，也具备了不同时期的市场产品标准的制定资格，引领着行业的产品创新潮流，成为高品质的代名词。

在产品规划设计方面，建业苦练内功：编制了《建业集团施工图设计指导书》等企业标准、规范性文件，其具体标准和

要求大部分均高于国家标准；以客户需求为导向，深入研究各个家庭成员的具体需求，进行产品模型与设计标准研究



究；进行产品的系列化研究及部品部件的标准化研究；设立《规划设计案例库》；涉足住宅产业化及绿色低碳建筑的研究等。

而在产品建造质量控制环节，建业进行了有益的探索：与中建七局、中天建设集团等知名建筑企业实现了工程战略合作；对工程关键工序、重要部位设置了质量必检点，加大了监控力度；编制了《建业住宅集团工程防开裂体系》和《建业住宅集团工程防渗漏体系》，对裂缝、渗漏等行业质量通病进行有效的控制；编制了《建业住宅集团交房标准图例手册》，统一和提高了各项交房标准。

尽管如此，我们的产品并没有做到非常完美，而我们百分之百的失误，对客户而言，则意味着辜负了客户百分之百的信赖。

四、搭建了全国领先的、独特的客户服务平台，并不断完善覆盖全省十八个地级城市的客户服务体系，让客户尊享中原。但在这个平台上，建业的资源是否整合到位，客户是否能够完全分享和体验，我们需要倾听。

在十八年的历程中，建业人践行着“谁拥有了客户，谁就拥有了未来”的客户理念。1994年，率先成立了全省首家专业化的“建业物业管理公司”；2001年，全省第一家客户俱乐部“建业会”正式成立，立志为客户创造全新的生活方式。开启于2008年的9617777呼叫中心，是对2006年启动的客服热线的全面升级，为建业客户提供了更为便捷的服务渠道。2009年8月8日建业至尊卡的推出，使业主和建业的独特资源（建业足球、教育、红酒会所、建业农庄等）及整合的社会资源互动起来，建业在为全省客户提供时间、区域、内容“无盲点”的全省网络化社区服务体系探索道路上迈出了重要的一步。

十八年的发展，使建业拥有了多达十万人的客户规模、近千家的联盟商家资源。我们衷心地希望建业的业主共同分享建业独有的战略价值。

由于客户群庞大，建业独有的资源相对分散，我们精心构建的服务体系或许并未使得每一位业主都能够深度分享和体验，这不能不说是一种遗憾。

五、建业不断调高服务标准，实行星级服务，提升服务水平。

六、但建业的的服务能否每时、每地都保持一流，我们需要倾听。

建业物业成立于1994年，是省内首家注册成立的专业物业管理企业，首家导入ISO9001质量管理体系，通过了ISO14001环境管理体系认证，拥有国家一级资质。

建业物业跟随建业的省域化发展战略，经过6年的运作，已全面进入河南省内的18个城市，管理面积达300万平方米。每到一个城市，建业物业管理的小区服务规范、运作成熟，提升了当地的物业管理水平，迅速成为当地物业管理行业的一面旗帜，给当地居民带来了“尊贵、和谐、健康、成长、开放”的生活方式。

建业物业崇尚“标准化、专业化、信息化”，在做好传统的保安、保洁、绿化、维修等四大基础服务的前提下，重点实现以人为本的以健康、生活、教育为主题的3M星级服务，以满足不同业主的需求。

在丰硕的成绩面前，我们还是需要倾听那些居住在建业的业主的声音：我们的服务，有没有比别人更细致体贴？我们的微笑，有没有更加发自内心？我们有没有考虑到您的其他的需求？您的投诉我们处理的是否迅速和得当，令您满意？

六、始终，作为河南地产的领跑者，建业致力于经营管理水平的提升，并深刻地影响着河南房地产行业。但是建业距离一些国内榜样企业还有多大差距？我们需要倾听。

建业在企业管理和运营方面一直强调均好性，并致力于提升系统控制能力。面对省域化发展战略带来的管理跨度以及面对人才、资金等资源需求迅猛增长的挑战，建业不断变革，创建了战略执行保障体系。

但是，与国内各有所长的优秀地产企业相比，如万科、龙湖，我们在项目发展上，是否充分考虑到了市场可能的风险？我们是否做到了尽可能精打细算，最合理地分配成本、控制费用，以实现股东利益的最大化？我们是否还在竭尽全力分析市场、寻找最有效的销售渠道和方式？我们是否从那些优秀的同行身上不断挖掘值得我们学习的特长并不断改进？我们耗费精力制定的制度，是否完全严格执行？

在本世纪一零年代的中国企业发展史上，建业模式已成为一个具有探索意义的印记，为众多的专家、学者、媒体、政府人士、同行、业主等所谈及、所关注。

在那些充满睿智的审视和充满关切的注视中，我们感受到某种期盼和力量。而这些，将成为我们运行和奋进的动力所在。持续领跑河南是建业的定位，在未来，无论是品牌美誉度、市场占有率，还是规模，建业有能力也必须保持河南第一的领先地位。

再次向您致以衷心的感谢。

自今日起，我们在建业总部、河南十八个城市建业的在售项目的售楼中心、建业网、大河楼市网、新浪乐居河南、商都房产网、建业24小时客服热线9617777均开通了意见征询直通车，倾听您的意见及建议。

建业网网址：<http://www.centralchina.com>