

房地产调控让上下游行业不再坐等生意上门

# 关联企业以创新模式对接房企

□文 / 张潇博

众所周知，房地产业与20多个产业有直接关系，共涉及上下游50多个行业。由于这几年，房地产行业调控和限购的持续，无论是身处房地产业上游的钢铁、建材业、设计公司，还是位于下游的装修家电业、物业管理、资产管理等，这些上下游行业的生存现状或多或少受到影响。

既然背靠繁荣房地产市场坐等生意上门的时代一去不复返，关联企业为了求生存，纷纷尝试以创新模式对接房企。例如一些创新型物管企业推出开放式托管服务，从而解决购房者异地购房增值保值后顾之忧，对开发商在楼盘销售阶段产生正面的刺激作用；而一些房地产行业相关设计公司，也转变观念频频从幕后走到前台展示系列作品，希望唤起购房者对设计理念共鸣，让设计价值成为推动销售的正能量；此外，原本在交房后才会逐渐进入角色的会所管理团队等，也开始前置介入销售阶段营造体验式环境。对此，业内人士指出，这些与房地产有着天然紧密联系的行业，并不愿意被动等待开发商召唤，而是抓住一个共性的切入点，主动参与到销售阶段提供更多增值服务，一举在对接房企时占得了先机。

## 抢占物业延伸服务领域先机

近年来，随着我国休闲度假旅游的崛起，国内的短租服务也正炙手可热。仲量联行数据统计，上海第2季度外籍员工需求推动高端住宅租金上涨，2季度服务式公寓空置率下降到8.8%。一方面，这些热衷自助游的旅游人、国内外学生人群、短期出差的商务团队以及会议人员，对住宿环境和条件有一定要求，又较看重性价比，传统的酒店已经无法满足他们的需求，从而形成了短租的细分市场；另一方面，随着房产市场调控的持续，相当比例的中高端公寓由售转租，而一些以投资为目的的小业主也希望能省心对接这部分租赁需求。

因此，“住宅管家”产业介入了这一传统的物业管理服务领域的空白，以创新模式整合市场房源包装成租客喜好的产品，再附加贴心、省心、及时的服务，被誉为“国际级物业管家”的优帕克(Yopark)就是目前国内这一模式的先驱者。

“在上海，我们服务于世茂滨江花园等高档住宅和酒店式公寓，持有经营1100多套高档物业，经营面积超过12万平方米，并提供24小时的多语种呼叫中心和物业管家服务，为业主和租客配备优帕克标准家具和班车服务，让租客体验超越家的感受。”上海优帕克酒店管理有限公司执行董事全勇介绍，“而且Yopark制定了短租服务(3天-1个月)、中短租服务(1个月-6个月)和长租服务(6个月以上)等不同的服务套餐满足不同人群的需求，租客可能只用当地三星级酒店的费用享受到了五星级的服务，何乐而不为呢？”

除了引入商旅住宅式公寓服务运营商，同样能提供物业延伸服务的酒店品牌也成为开发战略合作的主要对象。由瑞安建业与四季酒店集团联手打造的上海首个顶级酒店品牌寓所“四季汇”日前正式亮相小陆家嘴，即将开业的全新浦东四季酒店为“四季汇”提供全程管理和运营，半个多世纪以来，四季酒店作为业内“最好品质”与“顶级服务”的代名词，舒适安全与尊贵优雅的象征，专属的服务团队将为酒店品牌寓所“四季汇”73位尊贵业主提供周全服务。与此同时，众多奢侈品牌、顶级酒店御用的国际殿堂级室内设计大师Yabu-Pushelberg也受邀来沪，为“四季汇”量身定制灵动生活场景，业内人士坦言，引入国际知名的“住宅管家”显然让项目更受到高端客户的关注。

可能正是嗅到了这股短租热潮之风，近期世茂股份便与Yopark签订框架协议，双方携手共同推出开放式托管服务，为世茂股份的准业主提供附加的增值服务选择，旗下适合的房地产项目均试水该模式，这也让Yopark



针对房地产行业的调控，使得上下游行业开始尝试用创新模式直面挑战。

有了在全国拓展业务的机会。

“此次战略合作进一步推动了世茂股份在房地产业的升级和物业管理的创新，与Yopark的合作会为小业主的物业资产管理提供新的选择，与此同时，世茂商业物业的服务品质也将得到升级。”世茂股份物业公司总经理郝庆涛表示，而世茂股份营销副总监王华兵也表示：“目前，世茂股份的济南世茂国际广场项目已经率先于8月24日启动与Yopark的合作，而随后厦门、青岛、沈阳项目也将试水该模式。四城联动相信对世茂股份的整体房地产销售都有促进作用。”以济南世茂国际广场为例，针对该项目的“茂悦荟”高端私产酒店部分，Yopark为其量身定制了不动产管家服务、不动产分享体验的会员制服务、包租和独家代理服务业务这三种服务。

## 设计公司欲建立品牌话语权

随着房地产市场低迷及投资开发资金的紧张，同属于房地产关联企业的建筑设计公司也受到了一定的冲击，导致不少企业今年的业务量有所下降，但也有些建筑设计公司通过系统的作品展示，唤起购房者对设计灵感的共鸣而产生购买、入住、体验等欲望，让设计价值成为房企推出项目时的亮点所在。这种一举两得的办法，让AAI、中建国际等一批国际建筑师事务所在设计市场占据了一席之地，并收获口碑和业务量的双重成果。

以AAI为例，其是一家已在华耕耘十年的国际性设计机构，提供建筑设计、城市设计和区域规划等全方位的服务，事务所持有加拿大、美国、欧洲、亚洲国家的执业建筑师、建筑设计人员以及本地优秀建筑师。其在中国大陆，事务所从事的规划类项目面积累计已达3500公顷，综合性参与完成的项目超过500个。和平饭店修缮与整治、苏州中茵皇冠假日酒店、苏州金鸡湖水巷邻里、浦东曹路新市镇核心区城市设计、上海北竿山国际艺术中心、苏州福朋酒店、苏州山景别墅清山麓谷、上海滩·大宁城等多元化类型项目的设计，都出自AAI手笔，备受业内认可。

“我们希望通过不同的途径，适时宜地的展示每一个项目的特色，增加在公众心目中的份量。”AAI国际建筑师事务所负责人向笔者表示。例如2010年，AAI完成了百年地标建

筑、国家重点文物保护单位一和平饭店的修缮与环境整治工作，AAI在大量调研的基础上，恢复了底层“丰字形”核心流线，并以“修旧如旧”的原则保留了建筑的历史精华，同时完善了作为世界顶级酒店的功能配置；2011年，苏州中茵皇冠假日酒店以豪华邮轮主题获得第六届中国酒店星光奖之“中国最佳主题酒店”，在设计上酒店整体时尚现代的邮轮造型、内部精致艺术的航海元素，且与金鸡湖风景自然和谐的呼应；苏州科技城的清山麓谷别墅则依据山地的不同海拔高度设计不同的户型别墅，在景观环境设计中也契合了现有的自然山地地形，是目前该区内极具特色的宜居所在。

无独有偶，曾成功主持设计了国家游泳中心“水立方”、国家网球中心、上海洛克菲勒外滩源等各类知名项目的中建国际设计顾问有限公司，也希望借助品牌影响力成为开发商合作的首选。截至目前，其共完成项目数3000多个，包括体育、商业办公、文化会展、酒店、住宅、轨道交通站、医疗等建筑形态，完成的设计及工程技术服务项目总面积超过2亿平方米，实现了大量自主创新和绿色环保的科技成果。

## 专业团队助阵体验式营销

面对住宅限购后激烈的市场竞争以及有限的客户资源争夺，越来越多的开发商意识

## [专家观点]

### 房产从开发阶段进入经营时代

盛世太平总经理 陈立民

中国房产经历了10年的快速发展，已经从开发阶段进入到经营时代，租赁市场呈现租赁需求、租金价格、商旅市场持续上涨态势。那么小业主手里的房子要出租，必须解决两个问题，第一，将有效租赁需求集合起来；第二，如何让消费者有信心租你的房子，装修风格能否租客喜欢。目前链家、Yopark模式在住宅限购的当下，得到了蓬勃发展。展望未来，Yopark服务的对象很可能就逐渐从零零散散的小业主，变成这些开发商一个小区，或者是机构投资者的一栋楼。

到，在产品本身的户型、结构、建筑材料等方面越来越规范的今天，要让理性的消费者出手，住宅的外部环境、社区配套环境的差异性，成为了购房者选择的主要判断依据，体验式营销活动也就应运而生，由专业团队配合开发商组织活动，购房者的切身感受与实践社区生活的氛围和理念。

从这个角度来说，开发商也已经越来越重视“软件”的开发，这将对项目的销售产生巨大的推动力。试想一下，如果购房者走进楼盘，首先迎上来的不是售楼人员，而是酒店服务人员递上的一杯茶；走在小区里看房，保安及物业保洁人员都会冲你点头微笑；除了看样板房，小区的会所也早已对外开放，专业的会所服务团队让社区公共空间的私密、融洽氛围一一展现，以上海星河湾为首的一批高端住宅已经让这种体验式营销成为身边的现实。

上海金仕堡体育发展有限公司董事长吴启征，就倡导通过会所前置开发，来实现售楼阶段的体验式营销：“过去有没有会所，房子一样卖。但在今天，地段、环境、样板房成为每个开发商的基本功，此时需要出‘奇兵’留住仍然有意向买房子的客户，例如将会所提前于项目交房期开业，甚至一开始就将售楼处与会所合体，向业主展示未来生活图景，这种专业打造、符合商业逻辑的会所，将让很多意向购房者在踏入会所的那一刻，就认定并拍板了这是他们想要的生活，现实往往比销售说辞更有效。”

### 国内高端房产服务颠覆传统

中国房地产数据研究院院长 陈晨

传统的物业管理只是解决了业主房屋以外的问题，而日常生活中，更多是解决房屋内的问题。对于投资者身份的业主而言，大部分长居海外或是在外地开展业务，无暇花很多时间去面对租客收租、家具选择和房屋维修等“繁琐”问题，Yopark所提供的标准化服务正好满足了他们的需求，填补了国内房产延伸服务的空白，也将为国内的高端物业管理带来全新的理念。