

以长跑者姿态打造地产业的百年老店

——访中赫集团有限公司董事长周金辉



企业家语录

销售型物业与自持型物业最大的区别在于,前者是为业主盖房子,后者却是为未来盖房子,需要扎扎实实地做运营。任何一个商业自持项目,都要有成为百年老店的雄心。昂首而立,愿《中国企业报》成为中国企业家精神的守望者和弘扬者。

——周金辉

本报记者 楚贵峰

党的十九大报告提出,要激发和保护企业家精神,鼓励更多社会主体投身创新创业。对此,中赫集团有限公司董事长周金辉深有感触。在他看来,“激发和保护企业家精神”、“弘扬劳模精神和工匠精神”、“支持民营企业发展,激发各类市场主体活力”等表述,是对企业家群体一份沉甸甸的激励。

近年来,中赫集团已由“高端住宅开发商”向“高端物业开发和持有运营商”转型,并成为北京中赫国安足球俱乐部第一大股东。周金辉对《中国企业报》记者表示,“中赫的企业精神可以分为两个层面,在产品层面用心致极、孜孜以求,在战略层面胸怀远大、敢于担当,由此,才奠定了企业‘品质生活运营商’定位的根基。”

百年老店的雄心

中赫集团是一家多元化企业,业务涉及地产开发、商业运营和体育文化三大领域。其已在北京开发了钓鱼台七号院、万柳书院等项目,产品涵盖高端住

宅、别墅、商业、写字楼等物业类型。

周金辉说,党的十九大报告指出,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。“我特别关注‘美好’这两个字。从‘物质文化需要’到‘美好生活需要’,核心在于我们该如何理解‘美好’的内涵。”

在他看来,这意味着品质升级。“既包括社会发展阶段的升级、生活品质的升级、需求的升级,也有随之而来的消费升级。”

时下,随着房地产行业从黄金时代进入白银时代,商业地产的自持运营已成为业界共识。

以往常见的散售模式虽可快速回笼资金,但却导致商铺“散、乱、差”,不仅伤及业主利益,也难以保证商业物业的持续运营,不利于保值增值。而在持有运营企业看来,“回笼资金慢”并非浪费时间,而是在为将来节约资金。房企在前期调研、设计和定位阶段,虽然花费了更多的时间和精力,而长远来看却是降低了运营成本,相当于提前锁定了将来的利润。

“销售型物业与自持型物业最

大的区别在于,前者是为业主盖房子,后者却是为未来盖房子,需要扎扎实实地做运营。”周金辉的观点是,“任何一个商业自持项目,都要有成为百年老店的雄心。”

“足球梦”为谁奉献?

作为中赫集团的掌门人,周金辉的心里还有一个足球梦。2014年10月,《国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见》,激发了企业家参与体育产业投资、运营的激情。

2016年年底,中赫集团布局体育产业,对北京国安足球俱乐部增资35.5亿元,获得64%股权,成为该俱乐部第一大股东。2017年1月,北京国安足球俱乐部更名为北京中赫国安足球俱乐部。

据前瞻产业研究院分析,当下全球足球产业的市场规模已超过5000亿美元,在体育产值中的比重超过40%。然而,周金辉看重的,绝不仅仅是体育产业的商机,在他的思维逻辑中,足球对于人类社会有着特殊意义。

“有人说足球是游戏,有人说足球是生意。”周金辉说,“足球俱乐部的责任绝不止于在绿茵场上

赢得佳绩,还在于它能为所在的城市带来什么,为这座城市的人们带来什么,为这座城市的孩子带来什么。”

2017年12月18日,北京中赫国安足球俱乐部与北京市教委签署战略合作备忘录,一举推出十大举措,助力北京建立并完善系统化、科学化的校园足球教学、训练、竞赛、活动、文化及后备人才选拔与培养等体系。

在过去一年中,中赫集团给予北京中赫国安足球俱乐部的青训体系前所未有的巨大支持和投入:建设了全新的顺义训练基地,从欧洲引进先进手段、外籍教练和训练装备,让孩子们得到奥运级别的吃、住、练服务,还与多支青训俱乐部合作成立校园足球基地。周金辉认为,“作为生于北京,成长于北京的企业,中赫集团理所应当为这座城市承担起更多的社会责任。”

“我们正在加大对体育产业的投入,以长跑者的姿态参与足球事业。”周金辉说,着眼于优化经济结构、转换增长动力的新时代要求,中赫集团将以更高品质的产品和服务,提高自身竞争力,以满足新的社会需求。

推崇骆驼精神,住宅与商业双轮驱动

——访新城控股集团高级副总裁欧阳捷

本报记者 楚贵峰

“忍辱负重,坚韧不拔的骆驼精神,是我们最为推崇的。”12月20日,坐在冬日窗前的暖阳里,新城控股集团高级副总裁欧阳捷打开了话匣子。

党的十九大报告提出,弘扬工匠精神,营造精益求精的敬业风气。在欧阳捷看来,骆驼精神非常符合公司的企业文化。“驮铃一响,驼队一起向前出发,无论遇到多大的风沙,都不会放弃。”

克而瑞数据显示,2017年1—11月,新城控股完成销售额1052亿元,跻身中国百强房企第13位。千亿之后再出发,欧阳捷说,公司“1+3”的战略布局和双轮驱动模式不会变,但未来也将探索多元化发展,拓展一些相关产业,比如特色小镇、长租公寓、养老地产等。

一年翻一番的加速度

目前,新城控股的业务涉及房产开发投资、商业管理等多个板块,并于2015年在A股上市。截至2017年11月底,公司已开发住宅小区100余个,自持的商业品牌吾悦广场已开业22家。

2015年新城控股的销售额为319亿元,2016年是650亿元,2017年突破千亿元,几乎增长100%。一年翻一番的节奏,新城控股是如何做到的?

“这里面有企业加速奔跑的决心。”欧阳捷对《中国企业报》记者表示,早在2015年时,公司就有一个判断,企业要有规模才会有江湖地位。“就10万亿元的房地产市场规模来看,目前百强房企所占份额已达50%以上。”

因此,新城控股给自己定下的目标是,在市场格局尚未完全定型前,一定要加速奔跑。

“比较而言,大型房企可获得更多的资源倾斜。”欧阳捷举例说,一家银行的高管曾告诉他,这家银行目前只做百强房企的贷款业务,对于其他房企则只收不贷。“所以说在同等条件下,大型企业的品牌价值非常重要。”

新城控股的开发模式,可归结为住宅地产与商业地产双轮驱动,即以住宅开发为主,并选取优质地块进行商业综合体开发运营。其“1+3”战略布局是,以上海为中枢、长三角为核心,向珠三角、环渤海和中西部地区扩张。

当前,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之

间的矛盾。对于地产行业的优化升级、品质提升,欧阳捷介绍说,现在许多房企都在做绿色建筑、装配式建筑、精装修等,这本身就是对住宅品质的一种提升。

自2016年9月30日新一轮调控以来,在“限价令”之下,全国房地产市场整体处于平稳状态。欧阳捷建议,应对一些不同类型的住宅产品实施分类调控。“特别是对于国家鼓励的绿色建筑、装配式建筑,由于其造价较高,所以应允许其有一定的加价空间,而不是采取一刀切的限价。”

建特色小镇 房地产有担当

2016年7月,住建部、财政部、发改委联合发布《关于开展特色小镇培育工作的通知》称,到2020年,培育1000个左右各具特色、富有活力的休闲旅游、商贸物流、现代制造、教育科技、传统文化、美丽宜居等特色小镇。此后,特色小镇建设在各地积极展开。

对于特色小镇建设,欧阳捷认为,第一是打造独特优势,第二要有颜值,第三要有产业链整合能力。

“‘特’应当是独一无二。”欧阳捷说,“你在北方是独一无二,或在南方是独一无二,或在全中

国独一无二,或在全球独一无二,总之,特色小镇要有一个独一无二的产业。但不能说我只有一个县里面独一无二,那没有意义。”

“色是指颜值。”欧阳捷举例说,浙江省出台的政策里有一项,要求特色小镇必须有3A级景区标准。有的自然环境较好,甚至达到了5A级。“这会带动很多的旅游人口过来,旅游人口则会产生无烟工业。特色产业再加上无烟工业,这个特色小镇自然实至名归。”

至于产业链整合能力,更是建设特色小镇的一门必修课。欧阳捷认为,特色小镇的产业,自然会有上下游,进而形成一个产业链。比如说浙江的一个宠物小镇,它除了出售宠物,还销售宠物食品、宠物服饰、宠物玩具,还有兽医,甚至还有教宠物训练的体操教练。“所以说,只有具备产业链整合能力,这样的特色小镇才会有更大的价值。”

对于未来5年的房地产市场走向,欧阳捷认为总体相对平稳。“政策层面讲得很清楚,既要抑制资产泡沫,又要防止大起大落。”欧阳捷说,“预计未来5年的调控将在不突破上限(大涨),不穿透下限(大跌)之间寻求平衡,但对于微幅的调整,则是允许的。”



企业家语录

应对一些不同类型的住宅产品实施分类调控。特别是对于国家鼓励的绿色建筑、装配式建筑,由于其造价较高,所以应允许其有一定的加价空间,而不是采取一刀切的限价。

三十而立,不忘初心,卓越平台,再创辉煌。祝贺《中国企业报》创刊30周年!

——欧阳捷