

笃志深耕，与锡城共美好

——专访绿城中国无锡公司总经理朱孝华

绿城，不仅是一个品牌，更是一种对匠心、对品质最真诚的信仰。作为无锡绿城的掌舵者，朱孝华一直在为绿城的产品做加法，一代又一代的进化，让无锡市场不断见证打造美好人居背后的那份绿城心意。近日本报记者专访朱孝华，请他与大家分享绿城的坚持、改变与突破。

聚焦

楼市高质量发展



问：山积而高，泽积而长。多年来，绿城中国（以下简称“绿城”）因其好品质、好服务而成为全国人民心中的白月光，你眼中的美好生活是什么样的？

朱总：回眸无锡绿城13年，美好总是不变的主题：玉兰花园开启美好发端，蠡湖香樟园定鼎美好标杆，绿城风起和鸣遇见美好人居，绿城诚园与美好再相遇……可以说，一段无锡绿城发展史，就是锡城美好人居进化史，一次次将理想中的美好人居照进现实。

我理解的美好生活，和绿城的理想生活观是一致的，既要好房子，也要好服务。砖瓦的叠加构成了房子的基本要素，而情怀构成了房子的温度。美丽建筑，是安放生活的容器，要为城市留下新思想，带来新文明，符合一个时代的趣味和审美；美好生活，要以人为本，老有所依，幼有所养，邻里和谐，守望互助，让自己、让家人感受到安全、舒适、快乐。而绿城对美好的追求也受到了锡城百姓的广泛认可与青睐。克而瑞数据显示，在2019上半年楼盘销量金额排行榜上，绿城风起和鸣以12.85亿的销售成绩成功入榜，位列第八位。

问：无锡近年来经济实力飞速发展，不少房企选择进入或是深耕无锡市场，市场竞争愈发激烈，行业集中度越来越高，在此背景下，绿城最核心的竞争力是什么？

朱总：对绿城来说，品质是穿越周期的法宝。一直以来，绿城都以品质、产品作为立身之本，被业界定义为“特长生”。绿城始终坚持“品质为先，兼顾其他”的发展战略，产品力是绿城的核心竞争力。我们的产品不仅包括硬产品，还包括我们的软产品。

硬产品方面，我们坚持“产品是个躯壳，文明是它的灵魂，艺术是它的容貌，文明和艺术是房产品的价值所在”的自我认知，从设计到施工的每一个环节我们都重重把关、确保品质。绿城中国拥有专门的建研中心，着力推进绿城的产品品质提升和内涵丰富，目前已完

成“海绵城市样板”“太阳能光伏幕墙”等多个创新试验样板，并推动了相关专业的研究突破。

软产品主要是指我们的服务，我们不仅有全国最好的物业管理，还有理想生活服务集团，为客户提供房屋全生命周期的综合服务，以及多样化品质服务的综合生活服务平台。

问：“真诚善意、精致完美”是绿城的八字方针，绿城的每个项目都已经深深浸染了绿城的文化烙印与基因。结合在无锡的产品，你是如何理解这8个字的？

朱总：对品质的追求和坚守一直是绿城精神所在，“真诚、善意、精致、完美”这8个字就是绿城的核心价值观。对人，我们秉持一颗真诚善意之心；做事，我们力求精致、完美的境界。这也是我们在打造无锡项目产品时一直贯彻的思想。在无锡各个产品的营造上，无论是最早的玉兰花园、香樟园，还是之后的风起和鸣、诚园，我们都坚持高品质的目标，在土地成本和建筑成本的投入上从不吝啬，在建筑设计用材、园区景观营造、社区服务体系等各方面都力争打造至高品级的经典作品。

马云曾说过：“如果你要靠别人的鼓励才能发光，你最多算个电灯泡，我们必须成为发动机，去影响他人发光，你自然就是核心。”所以绿城打造产品要定制化、极致化、完美化，无论对待所有的供应方还是未来的业主，都怀着一份真诚与善意，这是我们绿城人的底线和操守。

问：绿城每年会围绕业主所需做大量的活动，这里面牵涉到大量的人力物力的投入，绿城这样做的初衷是什么？绿城园区建设和独创的服务体系有哪些？

朱总：房子和生活，就如棋和珠一般。与其说我们是造房子的，不如说我们是推动、引领、服务理想生活的。支撑这一切的动力，是来自我们的每一位业主家人。就像绿城创始人宋卫平先生说的那样：好的环境能够影响人的行为。我们造好房子，做好服务，营造好的氛围，希望住在绿城园区的老人们更快乐、更长寿，孩子们更健康、更聪慧。

疫情之后，人们越来越意识到服务的重要性，而这一直是绿城重点在做的。绿城最早的全周期园区服务体系包括邻里节、海豚计划、红叶行动、寻年味等。最典型的是海豚计划，12年来，绿城累计投入一亿多元，在全国69座城市、170多个园区，让13万名小业主学会游泳，成为国内规模最大、影响力最深的社区公益服务项目，并获得了吉尼斯纪录认证。

2019年，绿城将园区服务体系升级为2.0，构建5G“心”服务，从“造房子”到“造生活”，全力升级生活服务体系2.0。包括G-HOUSE房屋全科医生、G-LINK智慧化园区管理、G-BOX全维度社区配套、G-SPACE多功能邻里空间、G-CLUB全龄社群平台，完整构建了我们未来3-5年对于生活服务的核心内容，全面提升服务价值。

问：眼下，无锡的精装产品的市场占有率越来越高，而且产品“智能化”的风吹得很厉害，请问您怎么看待这个现象？绿城在成品住宅进程中有哪些亮点？

朱总：人工智能、大数据和区块链等先进技术已经成为这个时代最火爆的关键词。尽管地产行业比较传统，但大家对技术重塑产品的共识已经达成。作为一家极具社会责任感的房企，绿城也积极投身于未来社区的探索与研

究，聚焦房地产科技化建设，努力营造更“聪明”的房子。

2017年，绿城在行业内首次成立大数据中心；2018年，绿城启动智慧园区的建设，将产品的服务进行延展；现在，我们积极发展智慧园区服务，打造生活服务体系2.0，解构业主需求和智慧生活场景，提炼出五个关键词：安全、便捷、绿色、宜居、宜业，并打造了上百项应用服务。比如在园区周界防护方面，绿城使用AI周界防护技术，全方位替代原有的防护方式，守护园区公共安全；再比如智能家居，个性化全屋定制、批量交付，再跟园区系统打通；其他还包括智慧商圈、智慧养老、生活服务集合等等，绿城在成品住宅进程中也在不断进行从园区服务到智慧家居等方面的研发和应用尝试。

问：今天听到你讲绿城回归无锡之后方方面面的发展，非常振奋人心。但是外界也有一些声音，比如说绿城在无锡项目不多，发展得比较慢，请问你是如何看待“快”与“慢”的？

朱总：一直以来，绿城始终坚持“品质为先，兼顾其他”的发展理念，注重“有质量的增长”。过去，绿城仅在滨湖区发展，现如今，绿城选择将美好带给更多区域、更多锡城百姓。去年绿城·诚园惊艳面世，以诚之名，精诚之至，于锡山政经圈，天一中学旁，再铸城市人居经典，打造绿城作品花开锡城的美好新格局。

与锡城共美好，不仅是无锡绿城过去所坚守的，更是无锡绿城未来所期盼的。去年，绿城中国自上而下进行了自我诊断式的“改革改变改进”行动，我们华东区域也做了针对性的提升和改善，加强存量项目运营效率的同时，也在投资拓展上注入了更多力量 and 关注，目前成果是不错的。

2020年，是绿城中国2025战略规划起步之年，同时也是华东区域公司快速稳健发展的关键之年。目前绿城正在编制《绿城中国2025战略规划》。未来，绿城中国将努力成为房地产行业的品质领先者、代建业务行业领导者、综合业务前瞻创新者，加快推进从“传统房产开发商”向“理想生活综合服务商”的全面转型。

（练维维）

