

“万科不只是万科”，万科杭州用一整年的时间，做出了深刻的诠释

万科杭州，一个快乐的“斜杠青年”

本报记者 任思思 史一方

在刚刚过去的2017年，万科成了杭州房地产市场的“一哥”。

但对万科来说，这更像是水到渠成的一个结果。2017年，万科杭州把更多的精力，放在传统的房地产开发之外。

万科产城/万科泊寓/随园养老/万巢教育，万科杭州就像是一个快乐的“斜杠青年”（出自《纽约时报》专栏作家麦瑞克·阿尔伯笔下，意指拥有多重职业、身份和多元生活），充满了活力和创造力。

只用了一年时间，万科就将这些不同的业务板块做到了杭州前三，践行并诠释了年初提出的“万科，不只是万科”，并赋予其越来越饱满深厚的内涵。

2017 杭州房企销售榜出炉 万科坐上第一把交椅

自2006年入杭以来，万科长期与绿城、滨江并列为杭州房地产市场的三驾马车。

2017年，万科杭州一骑绝尘。杭州透明售房网的数据显示，在杭房企的年度网签金额排名中，万科以281亿元超越绿城的248亿元，摘得桂冠。

欲戴王冠，必承其重。万科完全撑得起这顶王冠的重量。

作为行业的引领者，在杭州万科经历了11年的磨砺，摸索出“万科三好”、“产品与服务主张”等独门秘技，并对杭州这座城市拥有精准的研判，布局城市发展方向，积累了深厚的土地资源，此番登顶称得上是厚积薄发，水到渠成。

“万粉”撑起了万科在杭州的地位。而万科对于“万粉”的回报，就是对于产品与服务的创新和精进。

在万科杭州副总经理张强看来，2016年万科“产品与服务主张”从V8到V12的迭代，2017年主张在西雅图、劝学里、公望、澜山等项目的践行，又一次实现了万科住宅产品力的提升。

“一个明显的变化是，从过去的产品定位，进化到人群定位。产品定位，就是根据不同的项目，如豪宅、改善，配置相应的产品标准。而以人群去定义产品，则完全是以客户需求为导向，如西雅图项目，毗邻于云谷，我们认为其人群定位就是科创人群，所以我们考虑的是这些科创人群需要怎样的产品，如智能化社区。而另一个项目城市之光，则是要满足城市创业人群的需求。”张强说，“我们设想未来像汽车厂家一样，在平台上，把各个模块组装起来，用客户肖像去定义产品，然后把模块植入到产品中，这样可以保证，即便万科在杭州有30多个项目（在售），每个项目也有其独特性。”

合作共赢，也为万科通往杭州楼市的王座嫁接了桥梁。2017年是万科合作最丰盛的一年，合作的名录上有杭州地铁、网易严选、融信、坤和、开元、华景川等一大堆的名字。

“万科现在合作的企业，涵盖了所有的类型，包括央企、国企、上市民企、私人企业等，我们操盘的业绩也都不错，所以大家比较放心。我们现在只为万科方创造利益已经不够了，还要持续为合作共同体创造价值。”张强说。

为何大家都爱找万科合作？张强透露说，这归因于万科是一家公众公司，推崇的是职业经理人文化，所以更加开放、公开、透明，容易赢得合作方的信任。

对于入杭11年来历史性的突破，张强表示：“万科领先的优势还十分微薄，在杭州市场的占有率也仅10%，所以必须继续深耕杭州，未来还有很大的发展空间。”谦逊之中，蕴藏着万科的进取精神。



泊寓莲花社区



万科转型城市配套服务商，提出“万科不只是万科”的宣传语。

万科产城脱颖而出 运营将是存量时代的核心能力

万科董事会主席郁亮早就说过，房地产进入“白银时代”。房地产开发已能看见天花板，大鱼吃小鱼、马太效应、行业集中度提高、房企自持等现象，也恰恰预示着存量时代的到来。

而存量时代最核心的能力是运营，即通过运营盘活资产，实现资产价值的提升。

在这样的时代背景下，万科产城脱颖而出，成为万科杭州2017年发展最为迅猛的业务。

何谓产城？即产业与城市融合发展，以服务企业全生命周期发展为核心，推动区域产业升级，推升城市经济能级。

万科杭州产城公司于2016年9月成立，仅一年多时间，就形成了4大万科中心（黄龙万科中心、奥体万科中心、运河万科中心、良渚万科中心）、2个产业小镇、1个产业园、13条新街坊上街、5个万科生活广场组成的庞大运营资产，规模突破200亿元。

黄龙万科中心是目前万科杭州产城最经典的案例，已经投入使用的三幢办公楼不仅满租运营，还入驻了蚂蚁金服、美图、百度钱包等众多新经济企业甚至独角兽公司。

“万科产城的理念，是让企业、企业的员工、商家、政府实现四方共赢。”张强以黄龙万科中心为例，“通过星商汇这一核心服务平台，让企业得到物业服务之外的增值服务；提供健身房、日料店、理发店、咖啡馆、茶馆等诸多生活配套，帮助企业留住人才和员工的心；让提供服务的商家赚到钱；通过产城服务提升区域经济价值，帮助政府留住优秀的企业。”

万科杭州产城的另一核心服务平台是“大屋顶”，脱胎于良渚文化村的良渚文化艺术中心，发展成集合“展、演、书”的文化艺术展演品牌，大大抬升了区域的文化地位。

泊寓、养老和教育 让年轻人和老年人都过得有尊严

万科杭州的运营能力，不仅仅体现在万科产城。随着“租购并举”时代的到来，长租公寓成为新的风口。

万科是最早涉猎长租公寓的企业之一，2017年，泊寓进入杭州，短短一年时间就布局了16个泊寓社区，房间数多达6000间。

张强告诉记者：“我们希望泊寓能在杭州均匀分布，不论你在杭州哪个区域上班，都可以随时在工作就近地选择泊寓，享受统一的品牌服务。”

张强表示，万科泊寓要帮助年轻人解决高房价带来的品质居住问题，同时也帮助杭州留住那些最有活力的人群。

泊寓要让年轻人居住得有品质，随园养老则要让老年人活得有尊严。万科杭州已经培养了一支超过600人的养老服务团队，形成了养老公寓、康护医疗、养护照料、居家养老四大产品系列，服务了超过100000名长者。

自去年开始走红全国的“80”后老男孩乐团，4位80岁以上的老人，今年6月还登上了央视舞台，用他们饱满的精神状态、想唱就唱的快乐人生态度感染了许多人，也成为万科随园养老的一个缩影。

张强说，万科的“产品与服务主张”，绝不仅仅实行于住宅产品，无论是产城、泊寓还是随园养老、万巢教育，都有细致入微、适合于各个业务板块的“产品与服务主张”。

生活里都是万科的影子 城市配套服务商无处不在

万科杭州这个快乐的斜杠青年，书写着“万科，不只是万科”的故事。这个故事却不单单由万科杭州书写。

在杭州，万科杭州还有不少系出同门的友军。如万科物业，这一全国最大的物业企业，今年大举开拓杭州市场，还收购了杭州的一家老牌物业企业。如万科美好家，成为装修界一大品牌，装修标准自成体系，还提供个性化的选装服务。

杭州人气爆棚的西溪印象城，虽然没有挂万科的招牌，但拥有印象城品牌、2017年在全国商业品牌中高居第二位的印力集团，已于去年成为万科的商业地产平台。目前，杭州已布局了四个印象城。

更令人想不到的是，连你寄出的电商包裹，甚至是你吃的麦当劳汉堡包，背后都可能藏着万科。万科参与普洛斯全面私有化过程，未来有望成为全球物流地产巨头。“双十一”发出的货物，有一半是从和万科有关的货舱里发出的。仅在泛杭州区域，万科就已经布局了10个物流园项目。顺丰、网易、海尔等都享受万科物流提供的服务。

万科这个“城市配套服务商”，今年郁亮又对其增加了“美好生活场景师”的注脚。城市配套服务，变得更加温情，更加人性化。无论是在万科的房子里享受天伦之乐，还是在万科泊寓和新认识的朋友喝咖啡，无论是在黄龙万科中心头脑风暴，还是在印象城Shopping，或是到随园嘉树看望老人，甚至收到从万科仓储送出的包裹，身边美好的生活场景里，都融入了万科的努力。在这背后，体现的是万科转型城市配套服务商的基本逻辑，万科在思考如何与这座城市结合得更好，如何与城市中的人发生更多联系，助力城市一同发展。

万科，的确不只是万科。