

从生活中来,往生活里去 绿城营造的人性化细节

钱冰冰

中国指数研究院公布的2018中国城市居民居住满意度调查报告显示,杭州有一家房企的客户满意度与忠诚度均大比分高于标杆企业的平均水平:客户满意度为88.9分,高于行业标杆企业均值7.6分;客户忠诚度为88.2%,高于行业标杆企业均值15.5%。

用一句更通俗易懂的话来解释上面这组数据,就是绝大多数业主都对这个开发商造的房子很满意,并且表示“以后都优先考虑绿城造的房子”。

这话绝不是杜撰,是我的一个业主朋友亲口说的。“买房的时候,想着应该只有节假日会去住,毕竟周边还没什么配套。住进去之后,没想到不仅是我们自己,连父母都不愿意搬回市区了,太享受住在这里的感觉了。”

放眼全国,能享有这样盛誉的开发商并不多。

她,就是起步于杭州的绿城。在这里,业主不叫业主,而是“家人”。也正是因为这种出自对“家人”的关怀,绿城才能始终走在行业领先地位,从需求角度出发,兼顾建筑质量和服务品质,让家人感受到“更宜居、更包容、更具人文关怀”的体验。



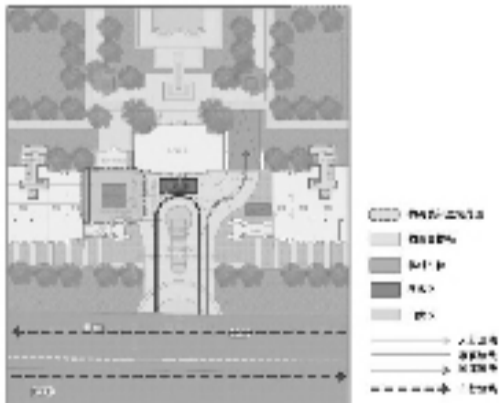
绿城“蒙古包”工程,可拆卸式生活美学馆。

透彻理解“生活” 打造人性化细节

随着客户需求的变化,现在多数优质房企的产品都在转型:摒弃原有华丽的设计风格,转而关注更多人性化的生活细节,绿城也是如此。但是,在这个过程中,绿城比别人投入了更多的思考。

“产品的核心是人,而不是产品本身,产品定位要以人的生活为中心来设计。在产品定位上,要重点考虑人性化方面的内容。”绿城中国助理总裁肖力在“绿城大学”讲课时曾这样说道。出于对“人性化”的追求,本就是行业佼佼者的绿城仍在不断推陈出新、优化生活细节。

尤其是在小区入口设计上,绿城通过长时间的调研实践,摸索出了一套既安全又方便的体系:在主入口通过设置车行内院,将归家流线、访客流线、快递流线、非机动车流线与物业管理进行统筹设计;同时,专门设置落客流线,方便出租车、网约车的临时等候;此外,还在入口大堂之外设置快递柜,确保园区的安全。



绿城小区入口的人性化设计。

近几年,绿城还在做一件事情,就是不断优化提升架空层设计,将架空层作为室内外空间的延续,为业主提供锻炼、交流的稳定空间,设置会客区、童玩区、健身区等,将一些在家里无法实现或者不便实现的功能“转移”到架空层。

对于注重隐私、但又渴望交流的现代人来说,这无疑是为邻里交流创造了一个更为舒适的空间。



绿城·新昌兰园 架空层主题活动区实景。

“以人为本”的设计理念,也从这些小细节中不断体现出来。

落地“四化”建设 引领行业发展

作为行业领先的优质企业,绿城还在思考怎样才能肩负起社会责任,推进行业的环保化、产业化、科技化和标准化的“四化”发展。

为此,去年绿城成立了专门从事建筑科技研发的绿城建筑科技集团。自筹建以来,公司已陆续在“蒙古包”、工业设计、EPC、成品装修、智能家居等方面进行积极探索,并实现了部分成果的落地。

其中,绿城创新的“蒙古包”设计,就是集“四化”于一体,推进建筑行业往更加可持续方向发展。

所谓“蒙古包”,就是一种建筑产业化的体现,不仅环保、可重复使用,更可大大缩短工期。

以常熟某生活馆为例,从进场施工到完工,竟然只用了短短的68天。如果采用常规的建造方式,建造周期起码在半年以上。如果不是绿城人介绍,可能我们怎么都想不到,这个看上去和以往项目一样精致美观的生活馆,竟然是一个“大积木”:从楼板到地面,从幕墙到顶面系统,从办公区域到室内工艺,都是靠“零件”拼接而成。

据悉,“蒙古包”主要采用全螺栓拼接节点设计,整体可回收率达到了90%,部分部件能达到100%。通过回收利用,单个生活展示区的成本可以降低30%-40%。

从需求出发 让服务更“懂”生活

绿城的人性化,不仅体现在产品设计,更体现在服务质量方面。

18年前,当整个房地产市场还处于“草莽”时期,大众对品质的需求远没有达到现在的高度时,绿城就成立了第一届客户质量监督小组,让客户做产品品质和服务品质的监督员。

18年来,客户质量监督小组在绿城的发展过程中发挥了巨大的监督保障作用,组织也在不断成长壮大。截至目前,绿城已有来自52个项目的369名客户质量监督员和9名联席组长。

去年,绿城还首创了业主质量监督小组联席组长制模式,要求各子公司成立业主质量监督小组,贴近项目一线开展质量监督工作。仅2018年,就开展179次质量监督小组活动,收集698条问题,销项668条,剩余30条则会持续跟进。

近年来,绿城一致在探索从“卖房子”到“造生活”的转型,在基础服务之上,关注客户体验,提升服务内容。目前绿城已开展生活服务体系升级的研究,并逐步实现落地。



2019年3月15日,绿城中国第九届客户质量监督小组会议在杭州举行。

除此以外,绿城2017年首创的房屋4S公司,依托于绿城在房产开发领域的专业积累、资源整合及品牌美誉度,搭建了房屋维修、保养、焕新、增值等全系列的服务链。短短一年多时间,绿城房屋4S已布局全国多个城市,深入多个业务板块,成为房产品服务链条的重要补充。

据介绍,未来三年,绿城计划以品质优势继续保持行业领先地位,保持客户满意度领先,打造全生命周期的服务生态链。