



## 行业判断

疫情让“住上一套好房子”变成不少人的心愿，疫情要求房企在同样的情况下，同样的价格，高品质楼盘自然更有竞争力。

## 数字说话

·去年滨江拿了18宗地，有信心，今年销售再破百亿。  
·通过高效管理，管理费和营销成本节省2%，50亿的项目就能多挣1.2亿元利润。



扫一扫  
看滨江  
加薪纳新

本报记者 史一方

不久前，滨江集团人力资源部发出通知：全员薪酬体系调整，从六月开始执行。

与不少房企减员降薪不同，滨江的调整不是降薪而是“加薪”，整个房产系统全员加薪，并且超过三分之一的员工实现了职级和职务的晋升，这让员工欢欣鼓舞。

滨江也不减员。与之相反，滨江集团董事长戚金兴明确告诉钱报记者，滨江今年还要继续招人，规模与去年相当，实现15%~20%的增长。

无论是加薪还是增员，都说明确金兴对于滨江的发展前景充满信心。其信心，源自滨江集团高质、高效的经营管理。

## 滨江集团董事长戚金兴： 滨江要纳新，还要加薪

### “住上一套好房子”变成大多数人的心愿 有信心，今年销售额再破千亿

2019年，戚金兴为滨江提出一个新的口号——“让老百姓都能住上一套好房子”。

这出于他最朴素的心愿。

但连他自己也没想到，这次疫情，让“住上一套好房子”变成大多数人的心愿。

改善需求的爆发，也让以“高品质”著称的滨江拥有了更广泛的市场基础。

戚金兴说，高品质始终是滨江的核心。他认为，房子虽然有财富的价值，但归根结底是用来居住的，最终产品和服务的品质才是第一位的，疫情让更多人认识到了这一点。

尤其是在限价的情况下，同样的价格，高品质的滨江房自然更有竞争力。

### 不能因为疫情原因影响交付 困难时刻要让合作方赚到钱

滨江能始终坚持高品质，要归功于其高质、高效的经营管理。

“限价的情况下，房企的利润很微薄。但是滨江成本控得好，同样一个项目，人家的利润率如果只有2%，滨江就有5%。”滨江的成本管控让戚金兴引以为傲，“为了保证品质，滨江在产品的材料上会用得比人家好。但滨江在设计、采购、管理流程上做到标准化，拿地第二天就能出设计图纸。而且，我们的管理和营销成本只有别的房企的一半。”

以一个销售额50亿元的项目为例，滨江通过高效管理，仅管理和营销成本这一项节省2%，就

### 我们不裁员，还要继续纳新 6月开始全员加薪

疫情发生后，房企裁员降薪的新闻层出不穷。但戚金兴表示，滨江不仅不会裁员，还会继续纳新。

与高效的管理相匹配的是滨江精干的团队。去年滨江新增了190人，共有901名员工。这901人不仅稳定性好，员工离职率低，并且效率高，创造了上千亿元的销售，人均超亿元。

“其他房企在减员，我们在增员，其他房企在减薪，滨江会结构性加薪。”戚金兴去年年底曾表示，滨江除了通过好房子让业主拥有“获得感”，也要让员工拥有“获得感”。

今年6月开始，滨江的薪酬体系就会进行调整，

在疫情最严重的2月，滨江在杭州的销售额排名第一，在销售套数上，滨江的御虹府和拥翠府分列杭州第一和第三。

今年，戚金兴对品质提出了更高的要求。在公司会议上，戚金兴要求滨江坚守三条原则：滨江交付的房子，要和样板房一模一样；与合同约定条款一模一样；与政府备案型号一模一样。

他说：“滨江要让人买了房子之后，交付那一刻，觉得与想象中的一样，甚至超过预期。”

去年滨江在大本营一口气拿了18宗地，今年更多的人可以买到一套滨江的好房子。

而滨江产品的受欢迎程度，也让戚金兴坚信，今年滨江的销售额会在去年破千亿的基础上稳步推进。

可以比其他房企多出1亿元利润。

通过高效管理，滨江既能让自己活得很好，又能够保证产品品质，同时也能让合作方赚到钱。

戚金兴说，疫情让很多建筑企业受影响，但是跟滨江合作，滨江一定能让合作方赚到钱。“合作方不用担心今年受疫情影响会赚不到钱，只要按滨江的要求做好品质，就一定能赚到钱。即便合作方一时有困难，滨江也会帮助他们渡过难关。”

在房企里，滨江不仅复工速度和复工程度位列前茅，并且要求项目不能因为疫情的原因而影响交付。

据记者了解，所有员工每月拿到手的薪水会增加，此外超过三分之一的员工实现了职级和职务的晋升。

人力资源部门的这一通知，让滨江人欣喜不已。毕竟，房地产受疫情影响，即便公司今年不涨薪，他们也完全能够理解。但戚金兴兑现了诺言，员工的“获得感”也因此加倍。

增员也在进行中。戚金兴说，滨江去年实现了腾飞，今年则继续稳健上行。经历过疫情，有责任感的企业更能成为员工心目中的“最佳雇主”。

滨江在复工后的种种应对和表现，也为市场做出了一个表率。

## 涂鸦智能携手鸿雁电器等开拓美国市场

本报讯 4月8日，涂鸦智能与鸿雁电器、Crestin LLC在杭州签署三方合作协议，宣布携手“出征”美国市场，最快在今年上半年，美国当地消费者就可以用上来自中国的智能家居产品了。

据介绍，涂鸦智能将提供平台技术、市场运作、客户资源导入等方面的支持；鸿雁提供包括智能面板、智能照明、智能安防在内的产品硬件保障；美国智能家居公司Crestin LLC将在涂鸦智能北美业务团队助力下，负责产品在当地市场的推广销售。

“涂鸦智能在2015年便在北美成立总部，我们的相关产品此前在美国市场销售表现非常不错。”涂鸦智能联合创始人兼总裁陈燎罕表示。

调研机构Statista的数据显示，美国市场

2018~2022年期间，智能家居每年的平均增长率为14.9%；2018年的智能家居普及率为32%，到2022年有望达到53.1%。

在家庭信息化领域积累了20年的探索经验后，鸿雁在2016年启动智能家居战略，用了四年时间成功跻身国内全屋智能领域头部品牌，尤其在智能面板硬件端，鸿雁有深厚积累。与此同时，鸿雁还通过制定《智能家居自动控制设备通用技术要求》等国家与行业标准来引领产业发展。

“中国制造在过去四十年名扬全球，但我们的产品虽然市场份额高，附加值却很低。”鸿雁智能科技有限公司总经理夏晓衍介绍，这次的三方携手，要把附加值更高的“中国智造”输出到全球各地。

按照夏晓衍的设想，Crestin利用自身在北美的本土化运营优势，涂鸦发挥自身在AIoT平台、生态及智能化解决方案上的优势，鸿雁利用自身在智能硬件产品领域的研发和制造优势，三方共同拓展北美智能业务。

事实上，此次进军海外市场并非涂鸦智能与鸿雁在智能家居领域的首次合作。过去，双方于智能面板、智能全屋解决方案、照明和安防传感等多个方向皆有深度合作，两家企业具有很强的互补性。未来，双方将围绕海外用户的需求不断丰富智能家居产品品类，持续共同开拓全球智能家居市场，为亿万家庭带去更加智慧、简单的生活方式。

本报记者 陈婕