

古有中原者得天下,中原自古乃兵家必争之地;今有来河南读中国,更有得郑州者得中原。当一系列国家战略纷纷落地郑州形成叠加优势,当国家中心城市建设的建设让郑州站在新时代的风口,上升为“新一线”城市的郑州,已经成为全国实力房企逐鹿、鏖战的主战场。

相比于其他外来房企,中国房地产28强、中国房企品牌价值18强的融侨集团,2014年方始进入郑州,但后来居上其志不凡。去年至今,融侨集团在郑布局步伐骤然加速,从原本的融侨城一花独秀,发展为如今的多盘并举,版图遍及南龙湖、二七新城、荥阳、滨河国际新城、常西湖新区等城市发展的热点区域。

从原本的沉寂无声到当前的旗旗猎猎,融侨在郑州的抢眼表现,也让从去年开始掌舵融侨郑州公司的李晓荣备受业界瞩目。去年春夏,基于对融侨企业文化、发展愿景的认同与看好,李晓荣加盟融侨集团,并迅速融入融侨在郑州的事业蓝海,带领团队从南龙湖再出发,东进西拓南下,六盘同开,住宅业务与创新板块并进,步履矫健,频奏凯歌,开融侨在郑之新局。

欲戴其冠,必承其重。布局加速的背后,有着怎样的战略考量?未来,融侨在中原又将呈现怎样的全新版图?5月初夏,记者专访李晓荣,一贯内敛谦和的他首度面对媒体,对座交谈之间,融侨谋定中原深耕郑州的愿景、蓝图、信心、力量、行动扑面而来。

# “融”“荣”与共 留鉴未来

## ——专访融侨集团郑州公司总裁李晓荣

本报记者 刘文良 李莉 文 丁友明 图

### 六子登科 “中原雄心”风鹏举

在房地产30强基本聚齐,一线房企纷纷重仓郑州、群雄竞逐中原的市场背景下,土地储备成为衡量房企实力与竞争力的重要指标。

就在4月底,融侨集团与中晟集团战略合作框架协议签署,首个联合开发项目——赵仙桐城项目落户常西湖新区,此举意味着融侨和恒大、融创、世茂及毗邻的万科等其他一线房企,共同提升区域价值,也使该区域市场竞争更趋激烈。

由此,人们恍然意识到,在全国拥有不俗业绩但在郑州表现一度不温不火的全国地产28强——融侨集团,自去年以来已经一改曾经的沉寂无声,攻城略地步伐悄然加速,“一线”实力正在彰显。

近几年,郑州成为房地产业务上的一线城市,恒大、融创、碧桂园、雅居乐、绿地等全国性的房企纷纷把郑州当做集团区域布局的战略重地,而以正商、建业为代表的本土房企,也稳扎稳打、苦心经营,因此,对于加入战局并有望于获得一定市场份额的后来者,想在竞争激烈的中原突围而进笑傲群雄,一个得力的区域负责人在某种意义上是决定此役成败的关键。



1989年出生于福建福州的融侨集团拥有29年房地产开发历程,堪称我国第一房地产企业,开发版图遍及福州、上海、南京、武汉、合肥、天津、成都、重庆、无锡、淮安、苏州、厦门、福州、龙岩、莆田等多个城市,今年筹备进入华南区域的广州、深圳等中心城市。2014年,融侨集团首进郑州,入郑后在长达三年的时间内一度只有位于南龙湖的融侨城一个项目,在一线房企的阵营中并不为人们所熟知。

如同诺曼底登陆彻底扭转了二战进程,

站在今天复盘回望,融侨逐鹿中原之战发生在去年春夏之交,逆转战局的关键在于“人”。彼时,在央企华润集团深耕十年之久的李晓荣加盟融侨。

正是经他之手,融侨两个市区项目,悦澜庭和悠乐汇开始启动。与此同时,融侨的土地储备明显加速,且所到之处均为大牌云集的城市发展热点区域;2017年7月,签约荥阳小镇,计划投资120亿元,建设融侨烟台台文创小镇;2017年9月,9.84亿元夺得郑

### 多元并举 致敬美好新时代

一个业内公认的事实是:当前中国房地产已经进入了新时代,地产的周期不再是从开发到销售的一两年,而是贯穿每个人生命始终。正是基于这样的市场判断,房企也在寻求角色再定位,纷纷转型生活服务商,比如万科的再定位“城市配套服务商”、融创的“美好生活运营商”等。

今年,融侨也顺应大势,发布了“城市美好生活综合服务商”定位,进一步明确了自身的发展,提供优质的全生命周期产业链服务,让美好生活的基因渗透到每一个产品,在基数庞大的忠实客户群体支持下,最终达到多产业的盘活。

在李晓荣眼中,融侨的“城市美好生活综合服务商”定位,有着地产、物业、酒店、商业、教育、医疗及农业等多元产业的强力支撑,并拥有融侨“艺术、文化、康体和公益”的特色资源。

随着改善型产品的同质化竞争加剧,融侨在做大做强地产主业的同时,积极抢滩以“地产+”为核心的多元化产业,从医疗健康、商业地产、物业服务、酒店管理、全龄教育、复合小镇等方面入手,以全生命周期产品的优势抢占市场份额,为客户打造美好生活;教育方面,与英国负有盛名的百年名校赛德伯强强联手,打造融侨赛德伯学校;在社区运营上,融侨物业与阿里巴巴旗下蚂蚁金服合作,全面引入智慧社区端口建设;在商业地产板块,融侨商业将以艺术中心、城市人文中心和美学生活中心为三大商业产品系,以每年陆续开业一个项目的节奏加速商业配套的落地;在医疗领域,计划与全

球一流的健康医疗机构合作,投资建设国际领先标准的专科医院,关注肿瘤等重大疾病治疗。

“作为融侨集团战略布局的重地,融侨郑州公司也将以地产主业为核心,围绕客户的需求价值链,力推创新板块的各项业务顺利落地,与城市发展深度融合,让人们真正感受到,融侨对于区域、对于城市、对于美好生活的价值。”李晓荣透露。

事实上,与城市发展相融与共,正是融侨多元化产业着力的根本。“无论住宅板块还是创新产业,规划落地的前提都是契合政府运营城市的思路,满足区域所需,与城市发展相向而行。”李晓荣说。

以融侨悠乐汇项目为例,考虑到项目周边人口密度及片区需求,悠乐汇最终采取了“公寓+商业”的模式,面向年轻群体打造主力业态,不仅解决了社区的商业配套,也可以为区域带来活力与风尚;同样,基于项目周边已然布局有生态农业、健康养生等产业,融侨荥阳小镇就从区域经济发展出发,定位建设集烟台特色、荥阳特色的文旅产业,引入医疗养生、优质教育及高端住宅,建成大型综合性改造社区。

“融侨今年制定了数年内达到千亿规模的战略目标,在中原地区,我们将以‘大郑州,大中原’为战略,以郑州为中心辐射周边地市,扩大郑州公司的管理半径,同时以中原为半径,辐射太原、西安等2个小时高铁圈,力争郑州今年上升为区域公司。”对于未来,李晓荣务实依旧却志在必得。

浩渺行无极,扬帆但信风。李晓荣和他带领的融侨郑州团队,正和这座城市“融”“荣”与共,与最好的郑州一起稳健疾跑,奔向属于明天和未来的美好新时代。

### 壮心可酬 竞合中原加速度

如果说稳健前行是融侨的发展战略,那么深耕重点区域则是其布局战略。在李晓荣看来,融侨从不盲目拿地,而是会选择优秀城市重点布局,一旦其进入一座城市,就不会走机会型路线,而会选择长期深耕,做到当地市场占有率第一。

今年初,融侨提出“3+5+X”战略布局架构,即战略布局三大区域,五大核心城市以及机会型城市。“三大区域”包括融侨的大本营福州区域,以上海、南京、杭州为中心的华东区域,以广州、深圳为中心的华南区域;“五大核心城市”指天津、合肥、郑州、武汉、闽南(厦门、龙岩);“X”则指正在布局中的西南区域。郑州,在融侨集团的重点布局之列,而其“中原雄心”的实现,有赖于李晓荣及其团队的表现。对此,和气浮于面的李晓荣更有锐气藏于胸。

经济学家马光远认为,郑州是房地产意义上的一线城市。李晓荣对此持相同观点:同其他地区一样,在利润率上房地产进入了白银时代,但由于大房企的集聚效应越来越强,加之国家级战

略加持、单核城市、人口红利等因素,让郑州保持了较大的销售额与销售面积,从这个角度而言,郑州的房地产市场在“十三五”期间依然是黄金时代。

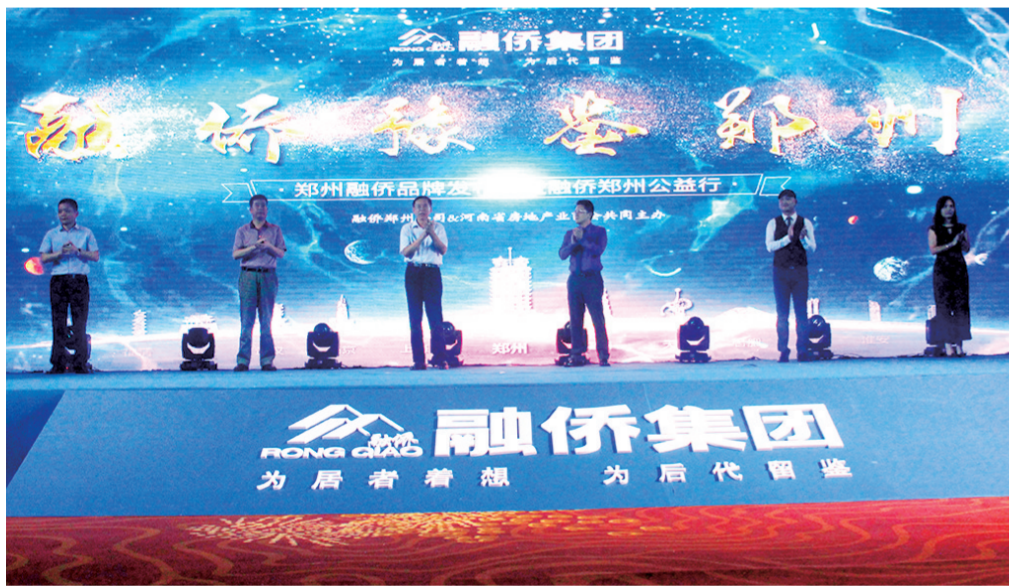
“过去数年郑州房地产市场更多是在数量角度的增长,随着人们对美好生活的需求为房地产开发带来了新蓝海,住房市场的供给侧改革也在加速推进,从住有所居到住优所居,高品质的产品有较大的需求和增长空间,这正是品牌房企的机会。”李晓荣如是分析。

采访中,不喜夸夸其谈的李晓荣依旧没有太多的豪言壮语,但在一贯的谨慎与低调之下,信心与豪情却显露无遗。最为重要的是,这种豪情已经从多个角度付诸行动。

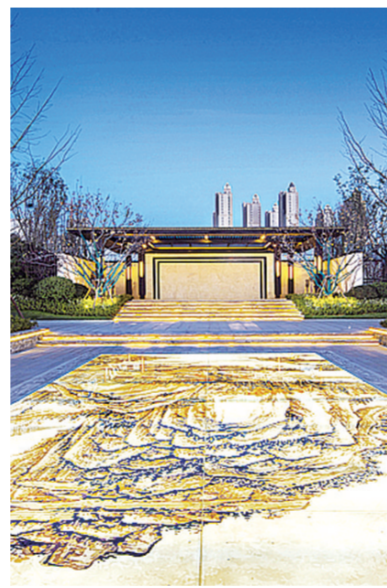
在团队打造上,融侨郑州公司已经完成本土化团队建设,啸聚起一批在郑州有多年开发经验的行业精英,采访中一位从另一家知名房企被李晓荣招致麾下的资深营销人士告诉记者:“在融侨工作,就是和一群志同道合的人,一起奔跑在理想的路上,低头有坚定的脚步,抬头有清晰的远方,感觉每一天都是饱满、闪亮的。”一席肺腑之言将一个年轻团队的战斗力与昂扬斗志彰显无遗。

在与本地房企的竞合之道上,深谙郑州房地产市场的李晓荣有着更开放的心态:“当前的市场环境,原来补短板的水桶理论已经不再具有现实意义,各自发挥专业优势让长板更长,倾斜水桶可以装水更多。”他说,获得土地资源上本土企业是强项,而在操盘开发上融侨则有更深的根基与实力,正是在这种理念下,融侨与中晟集团建立了深度合作。与此同时,有着多年商业运营经验的李晓荣更愿意从商业角度来看待企业竞合,在他看来,当前房地产行业的建造成本已经很透明,加上限价等政策性因素,房企利润率下滑已是不争事实,只有从资本与金融方面着手,通过合作带来更高的资金周转,从而以更高效率弥补利润率的下滑。

在产品打造上,李晓荣坦言“为居者着想,为后代留鉴”融侨理念对他影响至深。“这两句话听着简单,其实内涵颇丰。‘为居者着想’,要求站在使用者的角度,以做优品质为基础,是对房地产环境、户型、外观设计装修、景观打造、自然保护、配套设施的优化适用等全方位的负责;‘为后代留鉴’则要求开发理念还要跟上时代的脚步并适度超前,让每一个项目都能经历岁月洗礼而鲜活如初,在时间上能经得起考验,真正成为城市的经典。”他颇为感慨地说,“融侨在郑州的产品不做简单的复制,而是因地制宜,融入对地方文化的理解,站在郑州建设国家中心城市的高度,以‘国际郑’的视野与格局,为郑州人居环境增辉添彩。”



李晓荣出席融侨集团郑州公司品牌发布会



融侨悦澜庭实景图

### 取舍有道 价值沉淀实力显



李晓荣出席与中晟集团战略合作签约仪式

与融侨集团一贯行事低调的企业性格类似,藏器于身的李晓荣也是一个低调内敛之人。

身为房地产科班出身的李晓荣,2002年入职华润北京公司,从普通员工一步步历练为公司副总经理,2011年,在华润布局郑州的第二年,他从北京来到郑州,操盘华润在中原的“形象之作”——万象城,开郑州体验式购物之先河,并将郑州万象城打造为可与北上广深商业中心相媲美的商业坐标。

相对于地产界频繁的人事变动,爱惜羽毛、在华润深耕十几年的李晓荣对个人职业发展有着清晰规划。“志同方可道合,道合方可行远。”谈及加盟融侨的原因,李晓荣说:选择融侨,基于双方价值观的一致

性,也基于对融侨企业文化、发展理念及前景实力的深深认同与看好。

“融侨在业界素有稳健之誉,近30年的发展历程可以清晰看到,融侨不求规模和利润的第一,但求社会价值、社会贡献的领先。”谈起融侨的企业文化,李晓荣熟稔有加,“融侨的追求是做百年企业,不做流星做恒星,不求一时的速度,而更看重持久的耐力和适应性。”

对融侨的企业史、成长史,李晓荣如数家珍:1989年,融侨集团由爱国华侨林文镜创办于福建福清,企业创办的初心即以产业为家乡经济输血,为区域发展尽力,在此后的企业发展过程中,作为融侨集团董事长兼总裁,心系祖国与家乡的林文镜始终坚守社会价值第一的企业理念,以捐资、投资、合作、招商等形式,与当地政府共同创造了独具特色的区域经济发展模式——福清模式。

“融侨一直坚持‘为居者着想,为后代留鉴’的企业理念,比起‘大’,融侨更执着于‘伟大’,而‘伟大’的内涵在于为社会创造价值。”李晓荣如是阐释融侨的企业性格。公开信息显示,融侨集团成立至今,聚焦教育捐赠、城市建设、绿化公益、医疗救助四大领域,在公益事业累计捐赠已超10亿元人民币。这种深入骨髓的社会责任感,也让融侨收获了一大批粉丝,近5年来,融侨客户资源积累量每年环比增长35%,目前融侨全国拥有30万业主,业主重购率在福州

等地接近75%。

也正是这种社会价值第一的企业追求,让融侨集团在长达近30年的市场大潮洗礼下,始终航向稳定并且行稳致远,成为中国房地产市场货币化改革同行的中长跑稳健领跑者,自1989年成立以来,一直将自己保持在中国TOP30房企的行列。

“时间无语,却可以沉淀价值,检验实力。多年来,房企30强榜单一直变动较大,能够连续进入30强排名的房地产企业并不多,融侨却从未缺席,且已连续七年稳居房地产行业TOP28。自住货币化改革20年来,全国范围内不同阶段涌现出不同的明星房企,其中也不乏独领风骚耀眼一时者,但更多的房企,却在周期性调整和市场淘汰中或沉寂或衰亡,能够生存下来并始终实力在线的房企着实屈指可数,始终以常青树的姿态挺拔屹立,这也证明了林文镜的格局和眼光,也证实了稳健经营治企方略的智慧与见地。”作为在地产市场浸淫多年、见证了众多房企盛衰浮沉的行家,李晓荣深有感触地说。

的确,没有一种坚持会被辜负。3月21日,由中国房地产业协会、上海易居房地产研究院中国房地产测评中心联合发布的2018中国房地产开发企业500强测评成果显示,融侨集团荣获2018中国房地产开发企业500强榜单第28名,并四次在中国房地产开发企业经营绩效榜单中排名第二。



融侨悠乐汇商业中心效果图