

美好生活服务商

LONGFOR 龙湖

Jinke 金科 | 重庆区域

招商蛇口 | 重庆公司

城市发展贡献企业

SUNAC 融创

vanke 重庆

CapitaLand 凯德

最具品牌影响力教育服务企业

NEW OPEN 新鸥鹏

2020(第九届)重庆人居领域社会责任红榜·房企

高端人居典范项目

重庆来福士

重庆蘭园

重庆融创桃花源

金科·博翠未来

公园大道

合景泰富·天玺

江津万达·西江月

宜居品质标杆项目

保利·阅江台

佳兆业·凤鸣水岸

区域推动力明星楼盘

千江凌云

华宇城

招商·公园上城

值得期待价值楼盘

金科·博翠宸章

年度品质示范力楼盘

万科招商理想城

(排名不分先后)



御临府云崖艺术空间实景图

砥砺奋进筑造美好人居

2020(第九届)重庆人居领域社会责任红榜揭晓

历经风雨彰显责任底色。今年以来,重庆人居领域经历了战“疫”情、战复工、战洪水等大战大考,各房企和物业企业克难攻坚渡难关、砥砺前行抢先机、多措并举促发展、形式多样助力脱贫攻坚,积极主动履行社会责任,在极不平凡的2020年展现出了责任企业的良好风貌。

2020年,哪些房企和物业企业的表现更亮眼?哪些楼盘项目的品质及创新更胜一筹?为此,本报于12月启动“2020(第九届)重庆人居领域社会责任红榜”遴选活动。

年度榜单新鲜出炉

通过独立观察,综合专家组意见,经严谨筛评,2020重庆人居领域社会责任红榜年度榜单今日揭晓——

龙湖、金科、融创、招商蛇口、恒大、香港置地、凯德、万科、华宇、绿城、保利、旭辉、江津万达广场、合景泰富、佳兆业、大唐等房企或楼盘,重庆万科物业、新鸥鹏物业、中化金茂物业、龙湖智慧服务、富力物业等物业企业,凭借其优异的综合表现,分别斩获相应奖项。

“百炼成钢,化茧成蝶。2020年重庆人居领域涌现出的这些榜样企业和标杆项目显得更耀眼、更暖心。”活动组委会负责人说,此次遴选活动主要考量企业在抗疫表现、规范经营、提质增效、改革创新、慈善公益、服务质量、社会评价等方面的综合表现。

年末岁尾,一份沉甸甸的社会责任年度榜单又勾起了人居领域那一幕幕扛鼎责任、迎难而上特别记忆。

迎难而上勇担当

在今年初新冠肺炎疫情突发第一时间,各大房企除了全力组织做好自身项目小区的疫情防控,还积极捐款捐物,仅短短一周内,全国近百家房企累计捐款超过13亿元,其中渝派房企捐款超过5000万元。

此外,在全力战“疫”的同时,房地产行业还不忘大力扶贫。金科、龙湖、融创、华宇等房企勇担责任,在城口、奉节、巫山、涪陵、石柱、秀山、酉阳等地开展精准扶贫,整合资源,通过资金、技术输出,加大产业扶贫力度,帮助贫困群众脱贫致富,助推乡村振兴。

12月,龙湖联合市商务委举办“2020重庆龙湖公益助农专场活动”,助力酉阳、彭水、城口等地土特产销售。自成立以来,龙湖在环境整治、助学、扶贫、助残等方面,累计投入超9亿元。

9月,在2020年重庆市“中华慈善日”主题活动中,金科集团现场捐赠5000万元。多年来,金科在脱贫攻坚、公益慈善、产业帮扶等方面累计投入及捐赠近17亿元。

今年“中华慈善日”主题活动当天,华宇集团现场捐赠2600万元。2018年华宇集团亦出资5000万元,携手重庆市慈善总会设立“华宇爱心基金”,并连续16年持续投身秀山、巫山、彭水等地助力脱贫攻坚,已累计公益捐赠逾3.74亿元。

在今天的战“疫”、战洪中,物业行业的付出无疑是巨大的。疫情防控中,全市3000多

家物业企业克服重重困难,众志成城织密社区防控网,用职业使命和责任确保居民生命健康和正常生活。

今年8月的战洪中,龙湖智慧服务、重庆富力物业等精心组织,筑牢小区防洪“堤坝”,积极参与街道社区抗洪清淤。

“面对各种风险挑战,大量房企和物业始终积极履职尽责、担当作为,在行业树起责任标杆。”市房协、市物协多位人士均表示。

砥砺奋进谋发展

具有强烈社会责任感的企业,首先是办好一流企业,实现质量更好、效益更高、竞争力更强、影响力更大的发展。

在极具挑战的2020年,行业企业始终砥砺前行,将发展放在首位,育先机、开新局。

结合疫情催生的新需求,招商蛇口、恒大、万科、香港置地、凯德、保利、合景泰富、绿城等行业企业抢抓机遇,大力创新,不断提升产品品质和服务质量,推动行业高质量发展。

今年以来,融创江北嘴国际金融中心A-ONE项目开工,重庆融创文旅城开城,融创壹号院、长乐雅颂、桃花源三大TOP系产品落地重庆等,在推动全面复工复产、加速经济恢复性增长、城市共建,以及焕新高端中式品质人居体验等多方面,发挥了积极作用,彰显企业责任和传承的初心与创新。

今年华宇集团优+体系2.0全面落地重庆多个项目,以优+建筑、优+景观、优+室内、优+商业、优+物业等持续升级城市美好人居生活。

12月17日,西南旭辉邀请重庆30余家媒体代表走进江山云出项目,开展“透明工厂”品鉴,房屋建造过程、墙体结构、材料、园林景观等一目了然,展现其给予业主“所见即所得”的底气与实力。

疫情之下,物业企业除了扎实做好疫情防控、竭尽所能保障居民正常生活,还不断提升服务质量,拓展服务边界,增强发展内生动力,谋求更大发展。

昨日,包括万物云重庆代表处在内的全国18家万物云代表处揭牌,将在各大城市开启BPaaS、睿联盟等业务拓展,开放住宅、商企和城市物业服务等各领域的业务合作。10月,由万科物业更名而来的万物云,旗下包含空间、科技、成长三大业务模块,万物云重庆代表处将代表万物云本部承接该三大板块业务合作。

新鸥鹏物业今年除了全力战“疫”,还在重庆举办了首届好朋友文化节,以及美化季、安全季、品质冲刺60天等专题活动,进一步构建和谐幸福美好社区。此外,新鸥鹏物业潜心深耕校园后勤服务领域,树立起国内校园后勤服务的新标杆。

中化金茂物业不但在战“疫”、战洪中彰显责任央企的应有担当,还以“高端婚礼服务”等创新举措延展服务边界,将品质服务贯穿到日常细节。

“立足新发展阶段,人居领域仍将秉持社会责任,全面贯彻新发展理念,以建成高质量发展高品质生活新范例为统领,持续赋能建设‘近悦远来’美好城市。”行业人士纷纷表示。

骆劲松

品牌价值标杆企业

华宇集团

TIME TOGETHER

Hongkong Land

香港置地

旭辉集团

CIFI GROUP

绿城中国

GREENTOWN

恒大集团 | 重庆公司

世界500强

保利®发展控股

江津万达广场

JIANGJIN WANDA PLAZA

年度新锐标杆企业

大唐地产

DYNASTY PROPERTY

一时代中国第一

(股票代码:2117.HK)

重庆公司

2020(第九届)重庆人居领域社会责任红榜·物业

最具典范智慧物业企业

龙湖智慧服务

物业行业综合实力标杆企业

重庆万科物业

教育服务标杆物业企业

重庆新鸥鹏物业管理(集团)有限公司

物业服务质量标杆企业

中化金茂物业重庆中心城市公司

市场运营领先物业企业

富力物业重庆公司

(排名不分先后)

持续升级产品力 驱动高质量增长 华宇集团积极践行企业社会责任

立足重庆布局全国28座城市

优质的品牌有助房企提升市场竞争力,对房企开拓新市场有重要的助力作用。而新市场的不断拓展也使房企的品牌传播度不断提升,两者相辅相成。

从华宇集团的布局及近几年的拿地动作便可印证一二。

有着“渝派三甲”之称的华宇集团,在重庆深耕已有37年之久,在重庆拥有约45万名业主。

除了深耕重庆之外,从2017年开始,华宇布局全国战略提速,大面积铺开了全国化版图。截至目前,华宇集团项目分布于成都、杭州、武汉、广州等28个城市,累计开发楼盘228个,在售项目81个,开发规模逾3180万平方米,服务业主近68万人。

随着华宇集团土地规模不断扩大,其品牌力覆盖广度及品牌知晓度进一步扩大,最终实现了华宇集团品牌传播度的提升。

根据华宇官方信息披露,未来,华宇集团将坚持在国内“做强西部,做大华东,做实中原,做好大湾区,积极布局环渤海”的发展战略,持续提升



重庆华宇集团总部大楼

大品牌影响力,实现规模上的高质量发展。

以“工科生”思路提升产品

在“房住不炒”叠加疫情影响的大背景下,地产开发周期放缓,消费回归理性,房地产竞争从拼规模进入拼产品、拼服务阶段。在这个阶段,领先的产品力和稳健经营无疑是房企的“压舱石”。

在此背景下,越来越多房企重视并通过产品和服务,树立自己的品牌形象,为企业增加无形资产。其中,作为工科生背景的产品经理——华宇的产品力品牌逐年提升。

从2018年开始,华宇从“工科生”的产品经理视角出发,深入21个城市从用户调研中获取大数据,从大数据中挖掘需求,并将需求付诸产品实践,推

出了华宇优+体系2.0,从室内设计、社区景观到物业服务等方面,实现全面提升。

2020年6月,作为华宇集团斥百万元巨资打造的华宇优+体系2.0全国首个实体展示馆——优+人居生活馆正式落地亮相。优+人居生活馆全面展示“华宇优+”对产品力的深入思考。

凭借优秀的产品力,2020年华宇收获了一系列奖项:华宇城项目荣获“2020中国房地产品质人居典范案例”、华宇·天境项目荣获“2020中国房地产产品力创新典范案例”、华宇锦绣系摘得“2020年十大轻奢精品产品系”荣誉奖项,华宇集团获得2020年中国房地产企业产品力TOP100殊荣……

除了产品的不断改良精进,在服务体验方面,华宇也在优化升级。华宇于2018年初就与全球知名的第一

太平戴维斯展开物业股权合作。同时,华宇制定了5C钻石标准,并通过金牌梯、蓝丝带、睦邻节等方式,不断提升物业服务品质。除此之外,华宇已经连续3年每年超过1000万元的专项投入,对老旧小区、已交付小区进行升级改造。

华宇集团不论是从产品品质还是服务来看,都很好地诠释了品牌价值、产品核心竞争力的输出,进一步提升了企业的口碑和业主对品牌的忠诚度,树立了一个良好的品牌形象。

履行社会责任诠释大爱担当

只有真诚回报社会,切实履行社会责任的企业,才能真正得到社会认可,为其赢得良好的社会信誉增值,赢得更多的发展机会。因此,企业对社

会责任的重视与否,同样是企业品牌实力评价的重要维度。

在勤勉务实、踏实进取的过程中,华宇始终不遗余力,不断地回报和反哺社会。

在我市脱贫攻坚的进程中,慈善成为一股不容忽视的力量。作为重庆市住房城乡建委扶贫集团成员单位,从2005年开始,华宇集团连续16年持续投身秀山、巫山、彭水等地的脱贫攻坚工作,通过积极发挥企业自身优势,为当地的经济、产业、交通、教育等事业发展,人民生活水平的改善贡献力量。

为建立扶贫济困新机制,华宇集团一直在持续创新,不断探索。2018年华宇集团出资5000万元,携手重庆市慈善总会设立“华宇爱心基金”,积极投身精准扶贫及乡村振兴项目。截至目前,华宇集团公益慈善捐赠累计逾3.74亿元。

今年,新冠肺炎疫情发生后,华宇集团第一时间通过重庆市慈善总会向武汉捐赠1000万元,后续又再次向沙坪坝区捐赠1500万元,用实际行动展现华宇的大爱与担当。

正是源于这份慈善初心,华宇集团先后荣获中华慈善突出贡献单位、抗震救灾先进集体、重庆十大慈善楷模企业等荣誉。在企业价值观、社会责任感方面,华宇集团的使命感和责任感凸显无疑。

一直积极履行社会责任的华宇,得到了社会的认可,带来良好的品牌效应。目前华宇已在全国范围内确立了华宇的品牌地位,获得了“中国房地产百强企业综合实力第46名”“中国房地产公司品牌价TOP20”等诸多荣誉。

期待未来“稳健派”华宇集团做好品牌标杆的示范作用,与“山水之城·美丽之地”共创共荣,与全面建成小康社会的目标同频共振,在高质量发展的道路上越走越宽广。