

# 19万户2500万平方米住宅圆满交付 看金科如何应对集中交付挑战

2021年,房地产行业迎来竣工大年,过去两到三年创历史纪录的预售商品房到了集中交付的节点。这不仅仅是对开发商资金周转能力的压力测试,也是对房企能否履行承诺、保证产品和服务质量的巨大挑战。

宁波·玖樾里、阜阳·集美阳光、玉溪·集美玉溪、重庆·美辰……这

一年里,上市房企金科股份(000656)联合旗下上市物业公司金科服务(HK9666),顺利完成300多个交付批次,交付总面积约2500万平方米,近19万户业主新加入金科大社区,开启了美好生活。

“交付社区”也是“交付生活”。在集中交付大考中,金科从用户需求、标准管控及服务创新三个层面,重新定义了“美好收房体验”。

## 洞察用户需求 全方位以人为本

在金科,评判一个好房子的标准,不仅要卖得好,还要品质好、交付好、居住好。其中的交付环节,首要考验的是产品兑现能力。每一个交付的金科社区,都以全方位考察用户需求为先,做到以人为本。

11月初,河南南阳的“金科·集美晴洲”举办工地开放暨业主体验日,邀请业主走进小区,提前一个月观摩新家的模样。这座南阳市场的现象级红盘,开盘6个月就售罄清盘。经过近3年时间精研细作,最终以高分实景呈现在业主面前。

走进小区,无论是建筑设计,还是园林景观,都兼顾了艺术观感和日常实用性。主大门气势恢宏,立面由纯石材与铝板打造,风雨侵蚀不会褪色;新亚洲风格的楼栋外立面将传统意境和现代风格对称运用,淡雅的米黄色、棕色、深灰色,尽显自然大方、温馨沉稳的居住感。

园林景观五重绿化,讲究“人、建筑、自然”之间的平衡,尤其注重业主日常生活中与园林景观的互动。种植了大量珍贵乔木和灌木,确保四季常绿,三季有花。

室内细节也颇为走心:连廊安装隐形防护网,使用铝型材固定架加高强度不锈钢丝,外套PVC防护套,兼顾安全与采光通风;厨房卫生间排气孔安装不锈钢防风雨帽,防止雨水由此飘进室内;车库采用钢纤维金刚砂固化地坪,耐磨程度超过传统地坪……

除了硬件上的产品体验优化,金科也注重业主的服务体验。最近交付的金科集美玉溪社区,金科工作人员购买了新鲜稻谷,跑遍了红塔区及周边所有的市场,挑选质量上乘的红

豆、黑豆等五谷为邻居进行净宅仪式。工程人员则在每个电梯轿厢内都布置了香包,祛除新交付运行电梯内的异味。

在验房过程中,工程师全程一对一专业陪同,从业主的角度和专业视角,讲解项目区位、周边便利配套以及房屋各部位使用功能、园林亮点。对于业主最在意的各个点位,如公共空间的单元门禁、电梯、入户门智能锁、客厅窗户等细致检查,给到业主高标准的交付体验。

## 标准管控 “9631”标准管控节点

交付看似一个“点”,但其背后的工作却需要一条顺畅的“线”。

今年,金科迭代了客户服务体系,《心悦交付白皮书》应运而生。白皮书显示,金科制定了一系列标准化服务,将交付周期拆解为交付前、交付中、交付后3个部分,共计123项标准化服务动作,并打造了“9631”管控节点,保证交付前至交付后,业主都能有赏心悦目的体验和感知。

如分别在交付前的9个月、6个月、3个月起,金科就会从建筑、地库、项目周边、景观园林、大堂门厅、物业中心用房等诸多维度进行多次勘验,保证项目进展及品质;“心悦管家”以家书的形式与业主进行双向沟通,及时介绍项目及周边的情况,让业主感受到家的变化。

交付不再仅仅聚焦于交付当天的一次被动服务,更应关注交付过程前、中、后的业主体验感及邻里文化渗透度,以多触点、多细节的交付服务,达成强参与、高满意的交付过程。

2021年四季度,金科全集团交付体量约12万户,占全年交付体量



金科业主验房

近65%,为保障年底平稳交付,强化企业产品与服务影响力,在全集团启动项目专项交付“心悦行动”,组建以各区域执行总经理(或副总经理)挂帅的交付行动保障组,联动交付关联职能与交付资源,保障年底平稳交付,交得出去,交得好。

一整套完善的产品服务保障体系,也确保了一直以来金科产品交付的高满意度。如金科九曲河3次交付期间,由第三方机构调查的业主满意度都达到了100%。在今天的交付季中,各区域更是持续涌现出多个高满意度项目。

## 服务创新 深化邻里服务IP

标准化服务之外,金科还在交付期设置了个性化的增量服务。

比如,金科·棠悦府结合项目新

中式调性,精心设计了一场国风主题的交付。项目在归家动线两侧陈列多个古风道具,并设置汉服变装



交付亮灯仪式

处,邀请化妆师为业主准备妆发和服装,整个交付现场秒变国风秀场。

又比如,针对交付专项行动,金科集团策划落地了“高管面对面”与“项目交付亮灯仪式”。在项目交付前策划开展项目集中亮灯仪式,并组织业主参与,提前展示交付品质,强化业主交付体验感;在项目交付前及交付阶段,策划开展“高管面对面”活动,片区及城市职能高管直面客户需求与痛难点,了解客户心声,提升产品与服务品质。

再比如,金科对社区环境的维护也以全生命周期为特色。自2018年开始,金科梳理出了200多个老社区整改项,包括座椅亭廊翻新、健身游乐设施养护和更换、公区照明升级、墙面修复、地面铺装。交付17年的重庆·金科天湖美镇枝繁叶茂,四季飞花;交付12年的长沙金科东方大

院里,儿童乐园设备永远干净如新,陪伴一批批小朋友快乐长大;交付14年的无锡金科东方王榭,废弃的

轮胎被改装成路口鲜艳的花架,趣味盎然。

为了增强社区服务的连续性,金科打造了以“金粉节”为主IP,物业“万”系列、区域“5+生活”、业主主题社群等为子IP的金科“业主节”,将地产营销活动、品牌活动及客服交付活动、物业社区活动等整合统筹,形成覆盖儿童与青少年、中青年、中老年及女性业主为主的各阶段、不同内容,线上与线下结合,主题鲜明统一的金科特色邻里文化IP。

对于金科而言,兑现了交付承诺,仅仅只是开始。在未来,金科将围绕“基础服务提升”“邻里粘度打造”“交付特色创新”等方面进一步细化,深化企业邻里服务IP打造,并将好产品、好服务持续提供给客户。

告别高杠杆、规模化的粗放经营发展阶段后,产品和服务将成为未来房地产开发运营企业的核心竞争力,金科已然赢在了起跑线上。

文乙 图片由金科股份提供



金科交付实景图

Jinke 金科



ORIENT ESTHETICS

金科南山

不觉山林 无闻春秋

[ 建面约 125m<sup>2</sup>-159m<sup>2</sup> 106m<sup>2</sup>-135m<sup>2</sup> 果岭叠院 ]

6336 4666 重庆·南山麓·城市山林墅群

本广告为要约邀请,不构成要约,最终以商品房买卖合同为准。建设内容根据法律法规、设计规划、设计变更、最终以政府审批文件为准。如有变更,敬请谅解。 (印刷时间:2021年12月)