

与城共长 长城赋予生活新美好

强标准练内功 安徽长城物业一步一目标 探索行业发展新模式



应运而生 红砖宿舍楼里诞生的首个项目

1981年,我国第一家物业公司诞生在深圳,在改革开放的大潮下,物业的发展由深圳蔓延至全国。上世纪九十年代中期,物业来到了合肥,此前,大家住的大多是单位宿舍,物业这一职责是由单位后勤在负责。而安徽长城物业的诞生也和单位宿舍、后勤有关。

安徽省长城物业管理有限公司于1999年3月2日在合肥成立。成立之初,安徽长城物业隶属安徽农垦集团旗下,管理集团名下的职工宿舍楼。

“两万平方米左右的红砖宿舍楼,就是扫地、看门,物业费0.18元/平方米,非常原始状态的物业管理。”安徽长城物业副总经理窦舜介绍,2005年,企业完成改制,安徽长城物业由原来的国有独资转变为混合制企业。这一年合肥市的物业行业市场也已经形成,“安徽长城物业一路励精图治,走在了安徽省物业管理行业的前列。”

2002年,合肥市区划调整,2004年前后房地产业迎来了飞速发展,商品房取代单位宿舍,物业管理行业也迎来了



春天。窦舜介绍,面对新兴起来的市场,有机会,也有压力,“合肥市的房地产在发展阶段,很多项目并不对外开放,物业管理服务内容比较单一,项目并不多。”

自2006年开始,安徽长城物业制定并执行“五年”发展计划,“2006年至2010年,安徽长城物业的第一个‘五年’计划时期,这也是企业的‘大跨越’发展阶段。”安徽长城物业在这一发展阶段,成功晋升为壹级资质,成为安徽最早获得一级资质的物业企业之一,搭上了内地物业发展的快车。

迎来机遇 为城市发展完善“最后一公里”

2011年至2015年,是安徽长城物业“大发展”的“二五”发展时期。“这个时候合肥的物业市场趋于成熟规范,参与招投标的项目多了起来。”安徽长城物业承接了一批如“琥珀名城”、“森林海”、“金鼎国际广场”等规模较大的住宅与办公写字楼项目,并先后成功获评安徽省优秀(示范)项目荣誉。

在这一发展阶段,安徽长城物业的管理规模和整体实力得到了较大的增长,管理业态也由原来相对单一的以住宅为主,转变成以高等院校、医院、政府办公楼等多种政府拨款项目为主。

尤其在先后承接“合肥要素市场”和“安徽省行政中心1号楼”项目后,安徽长城物业的市场知名度得到了极大的提升,项目面积从开始的2万平方米增加到了2015年的600万平方米。

“如履薄冰,朝着目标,每天进步一点点。”窦舜介绍,物业的市场化程度在逐步提高,随着很多项目的社会化,安徽长城物业迎来了机遇,也发现了不足之处,“团队内部进行了一系列的提升改造,目标转为争取更多的优质项目。”



安徽长城物业人在思考,物业管理对一个城市发展的意义有哪些?“10年前,大家觉得物业的存在就是扫地、看门,但随城市化进度的提升,市民对物业的依赖越来越高。”窦舜认为,物业解决了最基本的生活问题,为城市发展完善“最后一公里”,包括卫生、安全、维修服务等,并将逐步外延,包括养老、智慧物业等。

物业管理不可或缺,未来很长时间会延伸至生活的各个方面。

诠释内核 学习提升以质量赢口碑促发展

带着思考,2016年~2020年,安徽长城物业进入“三五”阶段的“大提升”时期。在窦舜看来:“经过多年的发展,合肥市的物业市场阳光透明,招投标公平公正,这是机遇,也有压力,服务一定要做好,只有不断提升学习,才有核心竞争力。”

“合肥的物业市场是全省最好的。”据其介绍,目前合肥市高校后勤的市场化超过了95%,医院后勤物业的市场化也在90%以上,“也给行业带来了改革发展方向。”

窦舜介绍,根据相关统计,目前合肥注册的物业企业1600多家,实际运营630家,外地备案有200多家,“压力可想而知。”

为实现规模化发展,根据市场变化和公司实际,安徽长城物业制定“一体两翼”发展战略,即保持整体多业态发展模式不变,着重发展以“政府”和“院校”为主的公建项目。2019年,安徽长城物业在管住宅项目占比47.5%,公建项目占比52.5%,首次实现公建项目业态对住宅业态的反超。

在大提升阶段,安徽长城物业确定了以“品牌为导向”的发展思路。把品牌建设作为企业发展的生命线,同时高度重视提升物业管理品质。在日常工作中,安徽长城物业倡导“你好”服务,即预见业主,主动微笑问好,并始终贯穿“好服务,我们做”的服务理念,注重细节管理,坚持以“诚实赢得认可,以口碑换得金牌”的价值导向开展各项工作。



安徽长城物业高度重视与业主保持有效沟通,积极听取业主意见和需求,在社区推行了“家委会”、“业主恳谈会”等服务举措,受到客户/业主的广泛赞誉。

笃行致远 探索新模式满足美好生活向往

“物业与业主的矛盾将永远存在,唯一的解决方法就是不断提高服务质量,制定适合项目的个性化方案,完善服务标准。”窦舜表示,安徽长城物业人的态度是,积极面对矛盾,避免矛盾发展。2021年,安徽长城物业进入“四五”的“强标准”征程。

打造优质服务品牌前提,是建立并完善自身的标准化体系。安徽长城物业将2020年主题定为“学习提升年”;通过向优秀企业学习,推动企业标准化建设,促进公司服务品质提升和品牌提升,制定了公司内部不同服务业态的标准化手册。

“安徽长城物业还通过加强党建引领,助推企业发展和品牌建设。”窦舜介绍,安徽长城物业从2011年成立党总支,到2019年党委成立,党建引领的方针从未动摇,参与街道党组织、社区居委会、物业服务企业、业主委员会的一体联动,积极建设红色物业调解室、党群议事厅等,合力解决小区疑难问题、结对帮扶困难业主、美化社区环境,满足让居民对美好生活的向往。

自2005年改制后发展至今,安徽长城物业已成为一家管理项目总建筑面积超过5000万平方米的规模,管理的项目数量达300余个,涵盖住宅、写字楼、商业综合体、校园、医院、会展场馆、政府办公楼等多种业态的综合性物业企业。事业版图辐射全省15个市,并布局上海、苏州、郑州。

20多年的发展,如今安徽已经有3700多家物业企业,40多万从业人员。行业突飞发展,物业企业担负着越来越重要的责任:参与社区治理、重大疫情防控、社会扶贫、文明城市创建、抗击洪涝灾害、政府安置房服务等。

我国正鼓励有条件的物业服务企业向养老、托幼、家政、文化、健康等领域延伸,探索“物业服务+生活服务”模式,满足居民多样化多层次居住生活需求。

安徽长城物业正学习调研智能化建设,从人脸识别、智能停车、智能机械投入、全方位监控入手,把先进科技充分运用到日常管理中,并制定了“强质量”的“五五”计划和“强文化”的“六五”计划。

物业行业在变革发展,服务内涵不断丰富。“业主也在变化,最明显的是维权方向更准确,更趋于理性。”窦舜认为,物业市场的文明化进程正在不断推进。

汪涛