

【楼市新工种】

20年资深管家揭秘：“买房看物业”是关键

误打误撞入行 只能说干“房地产相关”

樊斌进入物管行业的2003年,是深圳第一家商品房小区——东湖丽苑开启中国物业管理新序章后的十多年后。也就是那一年,樊斌与在业内有着“中国第一管家”之称的中海物业结缘。

“俗话说‘女怕嫁错郎,男怕入错行’,2003年我刚入行,当时的社会环境对于物业其实还是抱有很大偏见的,一提到物业,大家下意识就觉得这个行业‘低人一等’。”樊斌回忆,入职之初,外人问起自己从事什么工作,他都会笼统地概括为“房地产相关”。

樊斌表示,尽管在那时物业管理的概念已经破土而生,并伴随着各地商品房的建设发展相继在全国各地生根,但是业内对于物业的认识仍然处于比较初级的阶段。提到物业在干什么,大家的传统印象还停留在保安、保洁和维修工。

樊斌入职中海物业后的第一个岗位是小区安管员,那时的他23岁,主要负责项目的安全管理与公共秩序维护等工作。边缘行业、存在感低、认同感不高,是我刚工作时对物管相关工作的第一印象。

在樊斌看来,自己和同事们对于物业行业的“没底气”,归根结底是时代造成的。在当时那个年代,外界普遍将物业行业视为一个不赚钱的地产开发“附属品”,在以开发为主业的房企内部,物业板块排不上位,资本市场对其更是“不屑一顾”。

恶劣的大环境尚且可以暂时逃避,早期小区相关管理工作的步履维艰,才让樊

从1981年第一家物业公司成立,到目前上市企业累计超过50家,物管行业终于完成了从服务型配角转向市场新风口“C位”的价值重构。

从业近20年的中海物业人樊斌,从只能跟人说“干房地产相关业务”,到成为项目经理合伙人;从被动参与管理,到主动提升服务;不但完成了自身角色转变,更与行业一起,以疫情为转折,打开了社区增值服务的想象空间,物业人也逐步成为人民美好生活“最后一公里”的守护者。

斌切身感受到沮丧。樊斌说,早年间,业主们似乎天然地站在了物业公司的对立面。业主认为,物业公司作为商业化的公司,就是来赚钱的;物业则认为,业主既要好的服务,又想要最低的价格,活儿特别不好干,双方关系一度陷入紧张。

“比如说停车管理,当时有些业主的配合度很低,私家车乱停乱放,屡禁不止。有时候苦口婆心规劝之下,对方就会反问我‘你凭什么管我’。”樊斌坦言,工作前期也有过离职的念头,直到2008年金融危机,目睹了国内众多行业的跌宕起伏,相对稳定的物业岗位使他自己开始重新思考未来的职业规划,并最终选择留在物业。

买房不光要看地段 好物业更重要

从物业管理中最基础的安保工作做起,到了2006年的5月,樊斌已从住宅小区一名小小的安管员,逐渐晋升到了北京中海物业中海海园分公司的安管主任。

此后一连数年,在做好各项本职工作之外,争取更多的物业费收缴率成为了樊斌的重要工作内容。谈到收缴物业费过程

中的难题,樊斌举例,在物业人员就物业费提费进行上门走访时,有些业主闭门不见、拒绝沟通;有些含糊其辞,一拖再拖。反应最激烈的业主,甚至还选择与物业公司“对簿公堂”。

“在传统的置业观念中:‘买房看地段’被奉为金科玉律,很多业主在关注地段及配套之外,常常忽视了小区物业管理的重要性。其实也不难理解,因为多数小区的物业服务相对隐性,长远的价值在眼前难以看见,所以业主们多少会缺乏对物业的感知。”樊斌称,要想转变业主的这一固化认知,物业能做的就是做好基础服务,努力获得业主们的认可。

樊斌表示,与业主建立互信的过程并不简单。自己所在的物业及业主间良性关系的建立,源自于一次又一次危难关头的“帮扶”。其中包括“全民战疫”这个契机推动。

樊斌回忆:“全民战疫”下,物业的服务价值开始集中凸显,物业管理在社区治理中的作用也受到重视。据介绍,疫情期间,在小区进出把控、体温测量、小区内消毒杀菌、防疫口罩药品物资发放、疫情登记上报、知识科普、广泛宣传协调沟通等方面,

物业人承担了诸多基层组织的工作,有效融入了政府疫情防控体系。

“可以说,疫情期间,物业管理服务已经超越了合同和法律确定的义务边界。从公司经营角度来看,这场疫情使得物业运营成本压力明显增长,主要体现在防疫物资采购的硬性成本和人力成本的软性成本两个方面。”樊斌介绍,以其在管的中海安德鲁斯小区20万平方米的项目举例,防疫相关物业成本每天需要约4000元,每月额外支出约10余万元,成本增加占比达到15%左右。

好的变化也在发生。樊斌表示,经此疫情,业主对物业相关工作的配合度明显提高。以中海安德鲁斯小区为例,放在早几年,每个年度物业费的收缴率能达到80%左右就感觉很不错了,但是在近几年尤其是经过疫情后,目前该小区半年度的物业费收缴率都在八成左右,到年底基本上实现100%收缴。”

努力成为美好生活 “最后一公里”的守护者

2021年,是樊斌进入物业领域的第18

个年头。这一年,樊斌也切换到了一个新身份:2021年初,中海物业集团正式启动项目总经理合伙人制改革,樊斌应运成为中海物业北京公司朝阳片区负责人。

从入职之初着手向外人道明自己的职业,眼下樊斌已经成为物管行业行走的代言人。在樊斌看来,从被动参与管理,到主动提升服务,当前物管行业已经完成了从“管理者”到“服务生”的角色转变。樊斌自豪地说道:“在基础服务之外,以疫情为契机,社区增值服务的想象空间被进一步打开”。

“几十年前,物业管理行业仅针对住宅和商业办公楼宇提供基础的保洁、保安服务;而发展至当下,业务范围已经涵盖了基础服务的保洁、保安、绿化、设施设备维护,并发展出了家政、配送、停车场管理、市政环卫、客户服务、会议接待、案场礼仪等延伸服务。”谈及现阶段的业主增值服务,樊斌介绍称,具体包括社区资产经营、居家生活服务和商业服务运营。

更让樊斌感到欣喜的变化是,经过多年的深耕细作、创新发展,物业行业也再迎历史机遇。在技术的加持下,智能化管理、智慧社区正如雨后春笋般茁壮成长,经营模式、管理方法的创新转型也有了长足的进步,物业行业正在向全场景智能化服务前进,成为未来智慧社区发展的风向标。“放在现在,别人要问我做什么的,我会自豪地说‘我是做物业的’。”樊斌笑言,水大鱼大,在物管领域迎来大发展的时代大背景之下,行业的发展、企业的发展都推动着物管行业和物业人走到时代台前。物业人正成为人民美好生活“最后一公里”的守护者。北京商报记者 卢扬 荣雷

祝贺 | 我爱我家全国加盟门店突破2000家 加盟体系经纪人超10000人!

8月10日,我爱我家全国加盟门店突破2000家、加盟体系经纪人超10000人庆祝仪式正式举行。我爱我家集团董事长、总裁谢勇,副总裁、北京公司总经理高晓辉,副总裁吕虹,党委书记、副总裁卢俊,副总裁刘东颖,副总裁朱威,加盟事业部总经理高志刚以及多位事业部、职能中心代表共同出席此次庆祝仪式。

在活动现场,谢勇表示:“数字化时代,规模优势在竞争中作用凸显。我爱我家自去年启动加盟业务以来,一直致力于将20余年优秀的直营管理经验以及强大的培训、系统等支持提供给加盟伙伴。在保证加盟门店质量的同时,短短一年时间达到2000家门店的成绩,也印证了我们方向和模式的正确性。2000家门店是一个新的开始,希望未来能有更多伙伴加入我爱我家的大家庭,与我们一同实现高质量增长。”

高志刚表示:“我爱我家加盟业务的快速增长离不开集团领导及各部门的鼎力支持,来自集团大IT数字化多部门、培训发展中心、人力资源中心、战略发展中心、营销与品牌中心、新房事业部、金融事业部、海外事业部等多部门的支持与赋能,保障了加盟城市公司从前期规划到业务开展再到效率提升的全链路工作推进,也让越来越多的人看到我爱我家的品牌力量和扩张速度。我们希望助力更多的行业同行者在我爱我家圆梦自己的事业。”

2020年10月,我爱我家在聚焦主营业务的基础上,正式对外开放加盟业务,引发了行业内外的多方关注。今年4月,通过不断地摸索和创新,我爱我家正式对外公布了基于加盟业务的“i+模式”,打造全国房产经纪市场可复制的成功方法论。

同样在去年,我爱我家自主研发的“i+产品群”正式启用,自此拥有了向外部经纪人、门店和中介品牌赋能的平台化、一站式作业工具。目前,“i+产品群”已经链接10万外部经纪人,逐步形成业务规模增长的第二曲线。

截至今年8月初,我爱我家的加盟城市规模已扩张至全国27个城市,覆盖华北、华东、华南、西北等全国区域市场,俨然成为房产经纪行业在加盟领域的头部品牌。未来,我爱我家将继续保持开放的态度、多维的赋能、技术的投入,与广大同行者一起打造共享、共建、共赢的房产经纪行业生态圈。



我爱我家集团董事长、总裁谢勇



我爱我家集团加盟事业部总经理高志刚