

姚国麟的六张牌

一位房地产开发企业老总的制胜之道

- 在房地产市场上，销售的成功只是品牌成功的第一步，而交房的成功才是品牌的最大成功。
- 具有责任感是人类最伟大的品质。一个好的企业，一个优秀的企业家，毫无疑问，是应该有责任心的。这种责任心，是企业家的良知和使命，管理效率就是在第一时间发现问题，并以最快的速度把问题处理掉。
- 诚信的基本原则就是要兑现自己的承诺，要把曾经对客户承诺，一丝不苟，脚踏实地地付诸实现。
- 房地产开发企业开发的住宅，不仅让人们能享受优雅的环境，还能感受到健康的气息。
- 让居住在奥林匹克花园的人，能够在运动中享受健康生活，在运动中感受奥运文化。



冯奕 著



姚国麟的六张牌

一位房地产开发企业老总的制胜之道

冯 奕 著

天津科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

姚国麟的六张牌：一位房地产开发企业老总的制胜之道/冯奕著. —天津：
天津科学技术出版社, 2008.10

ISBN 978-7-5308-4914-9

I. 姚... II. 冯... III. 房地产业—企业管理—经验—中国 IV. F299.233.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 168282 号

责任编辑：陈 雁

责任印制：王 莹

天津科学技术出版社出版

出版人：胡振泰

天津市西康路35号 邮编 300051

电话：(022)23332390(编辑室) 23332393(发行部)

网址：www.tjkjcs.com.cn

新华书店经销

天津市津通印刷有限公司印刷

开本 787 × 1092 1/16 印张 14.5 字数 289 536

2008 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

定价：38.00 元

序

作为一名多年从事房地产行业新闻报道工作的记者，自奥林匹克花园企业在天津的土地上打下第一根桩，就与它结下了不解之缘。其间，我曾参观过上海奥林匹克花园、广州奥林匹克花园、南国奥林匹克花园，由此对奥林匹克花园企业的整体经营理念和风格有了初步的了解。但对其奥林匹克花园企业有了更深的认识是与姚国麟多次深谈之后，因为他带领的天津奥林匹克花园置业投资有限公司团队，在天津这个北方的大都市，创造了一个又一个令房地产行业同仁称赞的第一。

有的人说，房地产企业的成功靠的是关系；有的人说，房地产企业的成功靠的是资本金钱；有的人说，房地产企业的成功靠的是机遇；还有的人说，房地产企业的成功靠的是……

然而，当我写完这本书之后才发现，在中国这个

发展迅速、但还很不规范的房地产市场上，房地产企业要想获得真正的成功并能长期生存下去，除了要有上面几点因素外，更重要的还要有“六大”要素：即受人尊敬的品牌、良好的产品品质、让人放心的诚信体系、快节奏的工作效率、以人为本的企业文化和融入健康思想的产品理念。这“六大”要素可以概括为“六个词”：品牌、品质、效率、诚信、健康、文化。

可以说，在激烈的房地产市场竞争中，天津奥林匹克花园置业投资有限公司之所以能够取得成功，主要得益于这“六个词”，得益于姚国麟打出的这“六张牌”。

品牌，谈的是企业的知名度及美誉度，是一个企业长期生存和发展的内力。

品质，谈的是一个大概概念，不仅包括企业打造出来的产品的品质，还包括企业管理者自身的品质。

效率，谈的是企业管理，是企业运作的效率，是对市场的分析和判断。

诚信，谈的是一种企业在市场中的行事基本准则，它不仅体现出企业管理者的素质，更体现出一个企业对社会的责任。

健康，谈的是产品满足人们需求应有的属性，是房地产企业追求人性化和以人为本的体现，也是打造产品的最终目的。

文化，谈的是一个房地产企业的企业文化，也是团队的文化。

可以说，本书中谈到的这六个方面，都有其特有的含义，内容丰富，充满哲理，有很强的现实意义。特别是在房地产市场发展的今天，姚国麟在经营中打出的“六张牌”，不仅是市场经济时代需要的，也是规范的房地产市场需要的，许多房地产企业起起伏伏的原因，都可以从姚国麟这“六张牌”中找到答案。此外，这本书中的许多观点早已超出了房地产行业本身，对其他行业也有一定的借鉴作用。

在与姚国麟多年的交往中，笔者还发现他身上有许多令人不吐不快的“小毛病”，或许正是这些“小毛病”，才使姚国麟由众多牌中打出了这“六张牌”。

姚国麟喜欢吃，每次出差总是要自己选择餐馆、自己点菜，即使是朋友在场他也不“客气客气”。记得有一次同他一起到深圳参加中国住交会，我想，到了广东总得要吃一点广东菜吧，可他既不在住的宾馆内请大家，也不去广东菜馆，把媒体朋友带到了一家东北饭馆。他说，东北菜好吃，既经济又实惠。吃饭时，他一边大口喝酒、一边大口吃菜，那随和劲和对东北菜特有的情感，让人感到他热情亲切。于是，人们也就不再计较他在吃饭时的“霸道”了。

姚国麟喜欢吸烟，而且每天的吸烟量很大，不管什么人在场，想起来就吸上几口，完全不理睬别人是否愿意吸“二手烟”。这可能与他的工作有关。通常，白天上班时他抽着烟卷，而下班回家后，他却选择了烟斗。夜深人静，他经常会站在窗前，望着明月，叹

着烟斗。此时，也许他正在思考破解难题的办法，也许他正在感叹房地产市场的种种艰难。

姚国麟喜欢健身，虽然平日工作很忙，但总是要抽出一些时间去健身，目的是要保持一种良好的精神状态。一次有位记者约好要采访他，在离约定的时间还差 60 分钟时，他打来电话说，为了有一个好的精神状态接受你的采访，我先去健身房活动活动，用不了一个小时我就回来，你到了我的办公室后给我打电话。记者发现，膀大腰圆的姚国麟身体很棒，40 多岁的人，除了头发的数量因工作“牺牲”过多外，其他方面非常健康，看上去总是精神饱满。

写这本书时，正值中国房地产市场面临着宏观调控，购房者观望气氛浓郁，一些房地产开发企业由于担心房地产项目不好卖，产生了放弃拿地的计划。而姚国麟此时却几乎无房可卖，他们开发的奥林匹克花园几乎全部售空，他正计划着如何融资拿地，准备开发新的项目。

在写作此书过程中，笔者除多次采访姚国麟外，还采访了奥林匹克花园置业投资有限公司的其他管理人员。可以说，每一次采访都在不断加深我对姚国麟经营之道的理解，不断加深我对中国房地产市场的认识。

与姚国麟交谈多次，每一次都有新的感悟，每一次都有新的收获，这种感悟和收获不仅来自于他所具有的丰富的企业管理经验和房地产开发的专业知识，还

来自于他诚恳待人、心胸豁达、心态良好以及自信坚强的人格魅力。

牌桌上，每个人都会抓到一些牌，但决定每个人胜负的只有那么几张牌。这或许就是此书给我们的启示。

冯 奕

主流媒体联合推荐

成功的企业一定是一个有灵魂的企业，而这个企业的灵魂来源于该企业管理者特有的核心思想。

6

该书通过对天津奥林匹克花园置业投资有限公司总经理姚国麟先生在房地产市场制胜的“六个方面”的剖析，记述6年多来天津奥林匹克花园置业投资有限公司在总经理姚国麟带领下在天津房地产市场的生存和发展。

该书不仅是近年来我国房地产企业如何生存和发展的一个缩影，也为房地产企业如何在激烈的市场竞争中生存和发展提供了思路。特别是该书书名中“六张牌”的提法，形象、有趣，即：一是房地产企业要努力打造良好的企业品牌，二是房地产的开发建设要始终将产品品质放在第一位，三是在房地产开发中要讲求高效率，四是房地产市场需要构建一套诚信体系，五是房地产产品开发要以人为本、关注社区业主健康，六是房地产企业要有良好的企业文化。

该书是房地产企业管理者多年来的实践经验的总结，不仅为规范我国房地产市场、促进房地产市场的健康发展起到积极的作用，同时也为创业者在激烈的市场竞争中如何取胜，提供了丰富的思想理论和宝贵经验。

目 录

第一章

品 牌：姚国麟的第一张牌

房地产品牌的价值本质上来源于购房者对房地产品牌的体验。在品牌时代,房产的居住功能是要满足人类最基本的需求,饮食、睡眠、家庭生活等的价值只占 20%~30%,70%~80%的价值构筑在基本的居住功能之上,叠加于基本居住功能之上的附加价值是今天消费者关注的核心。

“M”的差异与品牌的故事 / · 3 ·

顾拜旦与奥林匹克精神 / · 6 ·

奥林匹克花园的品牌内涵 / · 9 ·

将奥林匹克花园品牌融入天津 / · 13 ·

靠品牌领跑复合地产 / · 17 ·

- 勇做第一个吃螃蟹的人 /· 21 ·
- 成功交房是品牌的最大成功 /· 26 ·
- 将品牌融入产品开发中 /· 30 ·
- 品牌价值的评判来源于消费者的体验 /· 33 ·
- 维护品牌关键是要维护品牌的核心价值 /· 34 ·
- 没有人品的人做不出好的品牌 /· 39 ·

第二章

品 质：姚国麟的第二张牌

在市场竞争中，品质是质量、信誉、责任和文化的集合，品质是始终如一的一种追求，品质的外在表现是品牌。品质不仅是产品，也是企业“人品”的一种外在表现。一句话：品质就是质量，是企业的生命。

- “麦当劳”与“永和豆浆” /· 45 ·
- 因2毫米付出20万元代价 /· 48 ·
- 管理之神的“十四要点” /· 51 ·
- 不能让购房者骂我们几十年 /· 54 ·
- 品质是一种讲质量的责任 /· 59 ·
- 小区的井盖哪儿去了 /· 60 ·
- 质量是以人为本的体现 /· 63 ·
- 巨大的板块震荡 /· 68 ·
- 让购房者感受到“附加值” /· 71 ·

第三章

效 率：姚国麟的第三张牌

效率，说得简单一点，就是在第一时间发现问题的所在，并以最快的速度把问题处理掉。成功的人士一般都有良好的生活习惯与工作习惯，这些习惯不仅改变了管理者自己，也影响着企业的其他员工，影响着企业的管理风格，最终影响着企业经营效率的高低。

3

关于效率的 N 种定义/· 77 ·

高效率来自于良好的习惯/· 79 ·

合同为何不能执行下去/· 81 ·

高效率来自于有效地沟通/· 83 ·

多方努力渡过“抗争”难关/· 84 ·

处理好效率与效益的关系/· 86 ·

采取“打包”策略参与竞标/· 88 ·

多方运作 向天筹钱/· 90 ·

对自己的产品要充满信心/· 92 ·

找出破解难题的方法/· 94 ·

客观分析各区域房地产市场的特征/· 97 ·

高效率要求管理者要认清市场/· 99 ·

购房者需要这样的产品/· 100 ·

高效率是明白自己能做什么/· 102 ·

高效率来自与客户良好地沟通/· 105 ·

第四章

诚信：姚国麟的第四张牌

诚信，就是把曾经对客户的承诺，一丝不苟、脚踏实地地付诸实现。诚信，不仅是一种智慧，也是一种品格；诚信，不仅是一种品行，也是一种责任；诚信，不仅是一种道义，也是一种准则；诚信，不仅是一种声誉，更是一种资源。

买酒少年为何回来晚了/• 115 •

失去诚信的代价/• 117 •

品牌竞争就是诚信竞争/• 119 •

诚信就是要兑现自己的承诺/• 120 •

诚信能换来许多收获/• 121 •

诚信让他发现了当初合作的“内幕”/• 123 •

精明做事 诚恳待人/• 126 •

楼市为何遭遇诚信危机/• 127 •

诚信可以铸造品牌/• 128 •

诚信能提升品牌的价值/• 130 •

诚信楼市与责任地产/• 132 •

诚信是一种智慧和品格/• 135 •

诚信建设的必要性与紧迫性/• 137 •

关于建立房地产业诚信体系的思考/• 139 •

第五章

健 康：姚国麟的第五张牌

作为一个有责任的房地产开发商,开发建设的住宅既要满足人们的居住需要,还要满足人们的健康需要。要将“科学运动、健康生活”作为社区建设的核心理念,使业主们在社区内能放松身心,增强体质,增进交流,建立大家庭式的邻里关系,创造一种健康、开放、富有人情味的现代生活方式。

5

从房地产公司老总到健康专家/• 145 •

你知道什么是“亚健康”吗/• 148 •

社区与体育运动城相结合/• 150 •

体育运动与心理健康/• 152 •

运动城开展系列调查问卷/• 154 •

运动城帮你解决“亚健康” /• 155 •

每年为业主举办运动会/• 157 •

科学运动 健康生活/• 159 •

运动城里有一个“圈子” /• 160 •

让更多的人到运动城运动/• 161 •

对持有年卡的会员跟踪服务/• 163 •

如何避免“亚健康”/• 164 •

运动健康提升住宅品质 /• 165 •

确立了新生活的标准方式/• 167 •

打造健康家居新理念/• 169 •

健康住宅六大特色/• 170 •

健康住宅应包括四方面内容/• 172 •

第六章

文 化：姚国麟的第六张牌

房地产企业的企业文化不仅要体现在企业内部管理上,还要体现在生产出的产品上。这种产品既要充分尊重当地消费者地域文化的需要,同时还要满足他们对国际时尚文化的需要,即将国际时尚文化元素与当地地域文化有机结合起来,打造出富有个性化色彩的住宅产品。

小伙子为什么给教授让座/• 178 •

企业文化与产品文化紧密联系/• 179 •

做大企业有三“宝”/• 181 •

让业主们感受奥林匹克精神/• 185 •

企业文化体现在有效的执行力/• 186 •

研究本土文化 领跑天津地产/• 190 •

家的味道为何如此浓/• 191 •

“两种文化”实现有机融合/• 193 •

奥林匹克文化与生活方式/• 197 •

奥林匹克文化带来健康新生活/• 198 •

第七章

走近姚国麟：一个职业经理人的历程

在连锁经营中，品牌优势是打开市场的突破口，同时也是实现企业品牌文化与当地文化架构的对接、确保品牌导入通畅的根本。在此基础上，适当地处理好目标客户与产品性价比的关系，在项目（品牌）与目标人群之间建立有效的沟通平台，是项目运作成功的关键。

7

走近姚国麟

——一个职业经理人的历程 / · 202 ·

从体育产业窥视管理之道 / · 202 ·

体育产业场馆建设领域当之无愧的精英 / · 203 ·

奥林匹克花园火炬第四棒接力手 / · 204 ·

奥林匹克花园传奇在天津地区的演绎推动者 / · 205 ·

第八章

我眼中的姚总：一位天津奥林匹克花园置业投资有限公司员工的真实感受

他一直致力于品牌营销和深化工作，这不是简单重复自己，也不是盲目照搬其他项目的操作模式。他说，领跑者，绝不是一句简单的领袖群伦、傲视天下的虚妄之词，房地产开发本身就要求我们必须迎难而上，破茧重生。

我眼中的姚总 / · 208 ·

第一章

品 牌

姚国麟的第一张牌

