

2020中国房地产品牌价值研究成果发布

9月10日,由中国房地产TOP10研究组主办的“2020中国房地产品牌价值研究成果发布会暨第十七届中国房地产品牌发展高峰论坛”在北京国贸大酒店隆重举行。“2020中国房地产品牌价值研究”与“2020中国房地产服务品牌价值研究”是中国房地产TOP10研究组对中国房地产行业优秀品牌企业群体又一次客观、公正和全面的最新评价。

2020年上半年,在“房住不炒,因城施策”政策基调下,品牌企业以回归居住本质为导向,积极响应政府号召和客户需求,持续为品牌注入时代基因,打造新赛道奔跑的新动能。在此背景下,品牌企业主动拥抱变化,以产品力升级铸造品牌硬核,以营销创新增强品牌渗透力,持续增强品牌竞争力,推动企业品牌价值的快速增长。

中国房地产开发企业研究成果显示,2020品牌企业呈现出以下几个特点:

- (1)强产品优服务,全国品牌价值增长36.37%;
- (2)品牌核心竞争力提升,品牌输出提速;
- (3)品牌传播注重内涵,助推品牌形象深入人心;
- (4)形象管理强化品牌责任感,数字赋能品牌管理。

在此基础上,中国房地产TOP10研究组评价产生了中国房地产公司品牌、中国房地产产品品牌、中国商业地产品牌和中国房地产优秀特色品牌。

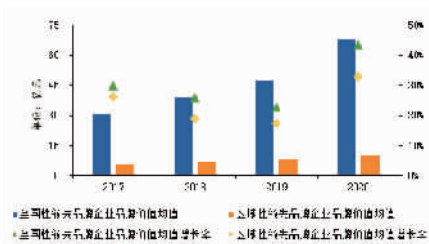


融创不断增强综合竞争力,增厚企业安全垫,行业品牌影响力持续提升,荣膺“2020中国房地产行业领导公司品牌”“2020中国文旅地产优秀品牌”“2020中国房地产顾客满意度领先品牌”;金侨控股,专注建筑品质,以多元化的业态、多产业的并行、多区域的共赢为集团发展目标,秉承“立足长株潭、深耕京津冀、大力拓展粤港澳”的发展战略,荣膺“2020中国京津冀城市群房地产公司品牌价值TOP10”;天山房地产开发集团秉承“品质如天、诚信如山”的经营理念,荣膺“2020中国房地产综合开发专业领先品牌价值TOP10”“2020中国京津冀城市群房地产公司品牌价值TOP10”;安联地产秉承“每一刻为品质”的发展理念,荣膺“2020中国京津冀城市群房地产公司品牌价值TOP10”。

中国物业服务企业研究成果显示,2020品牌企业呈现出以下几个特点:(1)规模与业绩双增长,协同推动品牌价值提升43%;(2)品牌企业引领资本市场发展,资本赋能促进品牌价值裂变;(3)服务进阶提升品牌三度,品牌延

伸释放价值张力;(4)品牌管理加深信任纽带,全方位传播维护品牌形象。在此基础上,研究组评价产生了中国物业服务专业化运营领先品牌、中国物业服务市场化运营领先品牌和中国物业服务特色品牌。

图2:2017-2020物业服务品牌企业品牌价值均值及增长率



天山物业服务有限公司始终以“精细服务,营造快乐生活”为企业使命,牢固树立“业主至上、服务第一、严格苛求、自觉奉献”的核心价值观,不断满足客户物质生活、品质享受、精神文化等更高层次的需要,荣膺“2020中国物业服务专业化运营领先品牌企业”“2020中国物业服务特色品牌企业——精细化服务”;帝华物业凭借优异的综合实

力、多元化的管理模式、创新的管理思维以及高度的社会责任感,荣膺“2020中国物业服务专业化运营领先品牌企业”“2020值得资本市场关注的物业品牌”;贵州好生活智慧物业股份有限公司秉承“以人为本、真诚服务、规范管理、求实创新”的服务理念和宗旨,树立“服务第一、业主至上、你我携手、共创家园”的服务标准,为业主提供尽善尽美的物业管理服务,荣膺“2020中国西部物业服务领先品牌”“2020中国物业服务特色品牌企业——县域城市智慧物业”;湘潭金世纪物业发展有限公司凭借卓越的管理、优质的服务荣膺“2020中国物业服务专业化运营领先品牌企业”“2020中国物业服务特色品牌企业——美好+生活服务模式”。

中国房地产销售服务企业研究成果显示,2020品牌企业呈现出以下几个特点:

- (1)城市布局下沉与聚焦,品牌价值增长7.5%;
- (2)打造服务大平台,增强服务场景体验,提升品牌三度;
- (3)加大品牌投入,重视客户关系,多维平台传播扩大品牌影响力;
- (4)市场迎来发展新契机,服务升级是根本出路。

在此基础上,研究组评价产生了中国房地产销售服务领先品牌。

中国房地产已经迈入品牌竞争与精细化、专业化运营阶段,优势资源加速向品牌企业聚集,不断涌现的新技术、新思维为品牌塑造提供了更多的工具与变革可能,持续推动品牌价值内涵式增长。未来,品牌企业应紧跟市场主流需求与国家战略调整带来的新机遇,适时调整品牌战略,以产品力和品牌力为抓手,提升品牌能级,在激烈的市场竞争中实现跨越式发展。

图1:2020全国、区域、专业领先品牌企业品牌价值均值及其变化

