

以德造屋 为爱筑家

——访河北德利集团董事长孙记章

本报记者 何荣芝 吕坤

最好的风水是“舒服”

记者：德利是在县级市成长起来的企业，但一直都是在跟北上广的顶尖设计团队合作，并且还在北京建立总部，这是出于怎样的考虑？

孙记章：公司投资上亿元，在北京兴创国际中心打造集团总部，无论是引进人才还是对趋势的把握都能更便捷精准些。尽管我们开发的主力项目都是三四线城市为主，但我们用的都是一线的设计理念，让业主的每一分钱花得更值得。

就拿高层的风噪问题来说，许多高层住宅的住户都深有体会，如果外面风稍微大一点，楼内的声音就大得很。这其实就是设计上没有注意到的细节。我们合作的设计团队，在设计之初都会把风的流速、四季流向等问题考虑在内，最大限度减少入住后的风噪影响。

记者：都说建筑是讲究风水的，但其实这种风水更多的是让业主舒服、方便，在每一个细节都有人性化的考虑。

孙记章：太对了。房子住得好不好，外行看热闹内行看门道，但其实很多业主并不会成为专家，他们在购置住宅的时候可能会考虑户型、大小、楼层、明暗，但很多细节问题是他们没办法想到的，只有入住后才会体验出来。这也就是我

少做一层的格局

记者：德利地产在河间是不折不扣的领军企业，开发了瀛州第一城等标志性住宅项目。去年底，德利在沧州独资拿下两个优质地块，得以亮相沧州房地产聚光灯下。

孙记章：河北德利集团是集房地产、金融、电力器材制造及设计安装、汽车配件制造为一体的大型企业集团。德利地产成立于2009年，具有国家一级开发资质，已经先后在河间开发建设面积200余万平方米，竣工交付100万平方米，在售的8个项目成为河间标志性建筑，瀛州首府、瀛州第一城、瀛州悦府、瀛州龙樾府、德利天樾府、瀛州瑞府、德利七号院、德利商业中心先后获“河北省优秀物业小区”“河北省园林式居住小区”。

德利在北京、郑州、保定等地都有项目。近年来，区位和经济发展优势日益突出的沧州，成为我们布局京津冀的重中之重。2014年，德利地产首入沧州与天听集团合作建设了解

但行好事莫问前程

记者：听说在刚刚过去的5月12日国际护士节，德利为沧州支援抗疫的6400名护士赠送了特殊的节日礼物，每人一份米面礼盒等生活物资。

孙记章：有人说我这公益做得“太实在”。花钱不少，动静不大。但我不这么认为，你是为了做好事还是为了做生意求回报？雅安地震的时候，我亲自带队到了四川，联合李连杰壹基金进行灾后重建，我们没有盲目地采购生活用品，在实地考察后发现，帐篷、棉被、米面油等物资都较充足，恰是发电机等物资短缺，我们迅速跑到重庆采购，不仅是发电机，还把配套照明设备等都配齐了，5000多万元基金，我们敢拍着胸脯保证，每一分钱都花在了实处。

记者：我们看到公司的企业文化中，不仅有对于企业的合作，还有很多对于婚姻、手足甚至邻里间的表达，这是否也是德利要传达的理念？

们要花大价钱和北上广顶尖设计团队合作的原因。设计之初，我们考虑每平方米的精准度，每个户型的尺寸、功能都是精益求精，无浪费面积，使用率达到最高。

好的风水讲究的是人与自然的和谐，违背自然规律的设计不会带来舒适的感受，优秀的设计一定是一个系统工程，需要综合考量到业主生活的方方面面。

坦白说，单就设计费用一项，我们的设计团队就要比一般设计团队高出两倍还多，但是这种费用我们一定不会节省，只有在规划设计的时候考虑得更详细周密，业主的用户体验才会更好、后期节省的装修费用也才越多。

从项目规划到交付使用，建筑、建材、园林、户型等，我们力争每个细节都精雕细琢，到处都是看得见的极致品质。

记者：把钱花到用户看不见的地方，其实恰是更诚信的体现。

孙记章：为什么在一个河间市，我们8个楼盘都能个个火爆，我们很少做广告宣传，靠的是眼见为实的品质，老百姓的口碑相传。德利地产用细节见证品质，老百姓用行动投票。

记者：您怎么看待现在的房地产行业以及未来的走向。

放西路天听大厦项目，2020年底，公司在沧州的两个项目德利·珑玺和德利·翠湖天下已经进入全面推广阶段。

记者：听说当年公司开发瀛州第一城的时候，在河间引起了不小的轰动。

孙记章：的确，2014年8月，我们在河间拿下475亩地做“第一城”，当时河间人口才不到90万，这个项目体量，别说在河间，就是在沧州也不算小。

记者：这种魄力从哪儿来？

孙记章：在进入房地产领域以前，我一直在做农机配件、汽车电瓶、灯具，无论做什么都秉承“要么不做，做就做到最好”的原则。地产也是一样，随着人们生活水平的提升，大家对房产的要求也更多体现为改善性住宅和对高品质的追求，河间也一样。因此，我们去一线城市考察上市公司的高端项目后，打造了河间第一个洋房社区、第一个把住宅层高

孙记章：任何时候，我们都要先讲自己的责任和本分。作为开发商，我们的责任和本分就是“以德造屋为爱筑家”，用诚信打造精品；作为团队的一员，我们有没有做到“团队因你而和谐”，作为一个上级，有没有尽到帮助下级成长的本分和义务；作为家庭成员，有没有做好儿女、夫妻、手足的义务，让家庭因你而幸福……

我的父母依然喜欢住在几十年的老房子中，喜欢和老邻居住在一起。他们的小区没有物业，每次我回去，第一件事就是拿上扫把簸箕把楼道里里外外打扫一遍。我在开会的时候也会问我的员工，你家的楼道你打扫了没有？一个简简单单的举动，就能提高邻里间的幸福指数，何乐而不为？

记者：据我们了解德利在努力培养员工拥有“终身就业能力”的同

孙记章：房子是用来住的，不是用来炒的。

中国的城市化进程刚刚进入下半场，未来的市场潜力还很大。德利多年来的发展得到了社会各界的支持，作为社会公民，我们更要响应国家号召，强化民生意识、扛起社会责任。企业想获得更长久的发展，必然要有做百年基业的基石，这包括诚信、品质，以及对趋势的把握和对现代科技的运用。

比如德利采用全现浇的建筑结构，同时也在尝试装配式及被动式住宅，更是应用很多节能、绿色、环保材料，严把质量关，保证房间隔热、隔音、保温最大化。未来的某一天，我们的住宅将成为一个小的生态循环系统，不再需要空调、暖气，而是靠建筑自身的节能储备就能够满足日常所需。

科技的发展赋能房产，让现代住宅有了更多的智能化属性，附加值越来越高。比如中央空调、新风系统、净水装置、断桥铝low-e玻璃等都将成为德利的“标配”，至于电动窗帘、智能门锁等智能化基础装备，更新换代的速度也很快，这就要求我们在打造住宅的时候留出足够的空间，就像是修路一样，要为用户10年甚至20年以后的智能化升级留有余地。

做到3.3米的社区。

我始终跟员工强调，盖房子不是一次性交易，我们要打造百年人居理念、百年人居社区。交房时我们主张业主“门窗不用换、水电不用动”，因为我们的门窗都是隔音隔热断桥铝材质，水电也都是方便住户使用精心设计，最大限度避免重复改造，节约业主入住成本。

为了提高层高舒适度，规划中我们甚至会减少层数、提高层高、损失容积率。比如，规划中允许建18层的建筑我们只盖17层，虽然这对公司利润是个损失，但是我们更愿意用这些利润来成全每户业主的精品住宅需求。

记者：吃得起亏是一种能力，也是一种格局。

孙记章：许多人甚至拿出毕生精力，还有人甚至两代人一起努力才能买一套属于自己的住房，我们要对得起他们的血汗钱。德利，德就是良心品质，利是以诚信取利。

时，还时时处处教育员工要心存敬畏、心怀感恩。

孙记章：我们的管理层都要定期去北大、清华等进修，公司每年也都会聘请专业公司进行培训，提高员工专业能力和基本素养。公司培养员工的是终身学习、终身就业的能力。

德利近年来已经为教育、养老、赈灾、民生、环保等捐款千余万元。我们带领员工去贫困家庭慰问、为贫困学生捐款、做义工；组织员工带孩子进行书画、闲置物品义卖，培养孩子劳有所得、实现自己的价值；每年都要去烈士陵园扫墓，让大家铭记美好生活来之不易，要懂得珍惜与感恩。

我常跟员工说：“当你抱怨没有鞋穿的时候，还有人没有脚。但他没有抱怨只有感恩，而且活得很精彩。”

只有心怀感恩的人，才能工作生活得更幸福。



经济观察 省优秀新闻专栏

在看不见的地方投入

晓荷

动线，是建筑与室内设计的用语之一。意指人在室内室外移动的点，连合起来就成为动线。

优良的动线设计在家居中至关重要，如何让进到空间的人，在移动时感到舒服，没有障碍物，不易迷路，是一门很大的学问。

动线设计的目的，是使得消费者比较容易把握项目布局的逻辑性，拥有可以快速离去的安全感，同时尽量避免回头路带来的效率降低和挫败感……

不知有多少普通刚需消费者能弄明白这些类似的房地产专业术语。

这也就不难理解，当一个住宅地产项目请普通团队搞设计只需付每平方米9元的设计费，和请北上广一流团队花费30多元的设计费开发出的产品会有何不同。

在信息严重不对称的情况下，会不会把钱花费在普通消费者、非专业人士看不到的地方，从业主的角度去考虑房子的主朝向、开窗、房间形状、房间进深、动线、通风等，无形中已成为检测良心房企的标准。

这些年来，房子对很多家庭来说，几乎都成为人生中花费最大的投资，可以想象，本分、责任、情怀、担当，会时刻在每一个开发细节处不断拷问每一家房企的良心。

众所周知，如果一个国家对于房地产的工作重心是房价控制，而不是质量文化，住宅产业化的产业链与生态圈就无从谈起。

即便像眼下，我们把更多注意力放在全屋智能的家是什么体验时，如远程监控，可随时随地掌控家中动态；指纹安全锁，可以无惧钥匙丢失；智能灯光控制，可一键控制全屋灯光；智能新风系统，无需开窗即享新鲜空气等，房屋质量仍是我们第一位要考虑的事情。

是昧着良心干事，捞一把是一把，还是要做有情怀的事情，有自己的质量文化，这才是房地产行业背后真正的逻辑和动力。

当然，房企质量文化的培育和建设会是一个艰难的、长期的过程。

“几代人的心血换一套房子，做不好项目别说对不起消费者，首先是对不起自己的良心，晚上会睡不着觉。”

让我们为德利房地产这样朴素的责任感点赞。

有道是，善为至宝一生用，心作良田百世耕。

水能载舟亦能覆舟。愿我们的每一家房企都能抓住改善性住房需求的宝贵契机，顺势而为，真正明白靠偷工减料和靠消费者口碑赚钱，哪一个才能走得更远。

明白只有把钱花在消费者的“里子”上，花在人们轻易看不出的地方，才是真正的棋高一招，才能最终成就房企的“面子”，使企业不管在怎样的市场环境下，都能凭借靠谱的质量文化，把自己做成消费者的刚需。

