

价值
共生
S U N K W A N

价值共生的时代共鸣

数字化的时代，信息与技术的发展在满足旧需求的同时催生出更高层次的需求，颠覆并迭代了整个时代背景下关于生存和生活方式的既有标准。

这个时代，风口蛰伏于不可知的转瞬，当变化成为唯一的不变，对价值创造的长久要求令任何个体或是庞大组织都无法再独立于时代之外。消解边界与对立，共生的逻辑让集体智慧再次升级，使之不仅在面对具象的问题时成立，更或在变革萌芽之际就成为方向的指引。组织共生、时代共生的要求，使得在市场与环境的日新月异中练就敏锐洞察和快速调整适应的能力，渐渐成为一个强大组织的必备能力。

当下的我们都处于对未知的探索与适应中，而这种试探使我们得以更清晰地认识自己。回顾来路，我们发布了上市之后首份年报，仅以半年发展历程入选MSCI中国小型股指数，成功跻身上市房企综合实力TOP63、发展速度TOP3；我们致力成为“城市优质生活服务商”，上坤先番城活力启幕，呈现丰富、立体、多元的新生商业力量；我们心怀善意启动年度公益计划，倡导绿色降碳、助力乡村振兴，让宜居理想的内涵随时代前行而不断充盈……

海潮永不止步，置身其中，须有千磨万击还坚劲的定力，更需审时度势、海纳百川的智慧与共生。向内，我们思索自省，探究新征程中组织核心竞争力的真正来源，保持初心的清明与前行的稳健；向外，我们放眼时代，学习了解与变化共处的生存之道，在综合能力的竞争中尽可能掌握更多资源，实现多赢排序。

“当海浪拍岸时，岩石不会有什么伤害，却被雕塑成美丽的形状。”

——陈春花《价值共生》

01 价值共生

《价值共生》的管理逻辑与行业启迪	05
朱静：争上游模式的黄金十年	09
朱静做客《头脑风暴》：房企转型的变局与思考	13
上坤荣耀快讯	15

02 观澜——2020年报专栏

一图读懂上坤地产2020年度业绩	19
高质量适度规模增长的上坤2020	25
上坤地产：优化债务指标，要增长也要质量	27
上坤成绩单：新上市房企的后发优势	29

03 视野——产品共筑

上坤上新

诸暨·云锦东方 山水境 知江南	36
武汉·大都会 一座全能城 敢为长江先	39
上虞·山语云邸 海派都会 时代人居	43
2021年上坤宜居作品美图集锦	47

艺术宜居

上坤K-HOME五维成长家：生活内外皆美	52
上坤成长社区：自然与人居的和谐共生	55
艺术赏析 莫奈 留住光影	57

匠心致远

载誉 上坤地产蝉联蓝筹百强企业，产品力再获肯定	62
上坤湖北品牌发布会：宜居之力幸会华中	65
商住联动：上坤先番城，Z世代社群第三空间	67

CONTENTS

▶ 目录

04 征程——协同共赢

2021年上坤合作伙伴春茗会	73
上坤地产携手平安不动产，打造乌镇·新栅	75
上坤战略签约快讯	77

05 星熠——组织共聚

专访郭亚林：以业务驱动管理，打造自我驱动的学习型组织	81
2021年上坤项目总/项目营销总培养首期集训	85
上坤集团2021届向阳生体验之旅	87

06 新绿——持续共存

上坤地产发布首份可持续发展报告	91
上坤集团发布年度公益计划	95
上坤公益净滩行：与家“益”起，与爱共生	97





价值共生

VALUE SYMBIOSIS



海纳百川 · 与时代共生

《价值共生》的管理逻辑与行业启迪

S 上坤集团董事长 朱静 / ZHUJING

SUNKWAN 价值共生

数字化时代带来的最大变化，在于变化本身。在一切都在持续迭代、不断优化甚至颠覆之中，在一切都在相互连接、万物互联、彼此交织之中，我们身处的世界是一个“不再熟悉”的世界。单一的输入形成认知掣肘，在动态的时代背景下，持续自我超越与集合智慧成为当下最广泛被实证有效的应对途径。

当人们普遍认为华为是一家优秀的产品制造商时，华为已悄然将“数字世界”的建立列为工作核心。在这一构想之下，华为不再唯一着墨产品的精益求精，而以此为基础构建了精确到每个人、每个家庭、每个组织的万物互联的智能世界。华为的发展带来的不仅仅是一家企业的快速发展，在自身之外，为互联网数字这座桥梁添砖加瓦，将我们与未来的通路再向前延伸一级。

这种共生智慧映射到我们所处的房地产行业，展现为一种内向的思考和改变。产品无疑是一切的基础，当人们的需求正随时代背景变化而快速更迭，不再存有某种定式符合所有人的想象，产品的多样化和特色化成为房企发力的必修课。在当前的产品战略之下，我们是否能够延伸出标准化产品、个性化产品、消费场景产品等多元类型来适应Z世代对家与美好生活的想象？我们能否与时俱进、满足客户需求并创造客户需求？我们能否运用数字技术、更新自己的认知，将变化融入组织能力，持续实践真正的产品和服务创新、创造新的产业价值？这些问题之后，需求的是从我们自身到组织的持续进步、持续转型、持续自我超越，唯有此我们才能在面对浪潮时，葆有磐石般坚定的初心和无惧冲刷的稳健脚步。

纵观当下的市场与政策环境，行业红利如退潮去而不返，洗牌随之而来。与数字化的时代相对应，曾经靠单一能力胜出的粗放发展时代走向终结，未来是综合能力竞争的时代。对于组织、个人的共生智慧研究为我们提供了竞争的可能性，通过对投资能力、产品能力、运营能力、人才组织等核心能力的锻炼与运用，我们得以在市场环境中尽可能地掌握更多资源，实现多赢排序，力争时代上游。

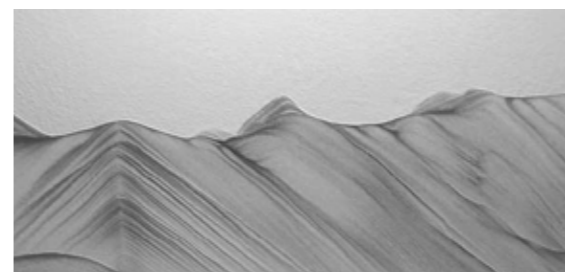


U 执行总裁 周青 / ZHOUQING

SUNKWAN 价值共生

数字技术打破了很多行业的边界，同时带来了个体价值的崛起，使个体和组织的关系发生了根本性改变。在一个动荡的环境里，组织管理不仅需要处理个人与目标、个人与组织的关系，更需要的是要处理组织愿景、组织与变化的关系。

陈春花在研究组织文化时得出一个结论：组织文化中最难的不是接受新观念，而是放弃旧观念，不放弃旧观念就无法接受新观念。无论是环境、市场、行业抑或是与我们朝夕相处的组织团队乃至个人，变化本身所呈现的不可预测、复杂和不确定的趋势，对领导者而言无疑是一种挑战。应数字化生存方式而做出改变，其难度可以想象。但对于管理者而言，挑战自己的思维方式，放弃原有的经验，甚至是放弃那些已经被证明成功的经验，才是重构、开放、共生中所要面临的最难的挑战。



变化面前，人应当是谦逊的。持续自我超越再也不是一句口号，而是身于浪潮之中保持前行的唯一途径。不确定性成为常态，人们需要不断提升自身的认知能力，在信息爆炸的这个时代寻求自己内心的确定性，因而获得持续提升的动力本源。个人学习是一个基础，只有把个人学习转化为组织学习，才能带来组织效能的提升。通过组织学习在公司内部形成共同语境，当我们在面对共同问题时，才能进行同一高度的交流、寻求答案并形成切实可行的行动方案。

很幸运，我们拥有一位乐于且善于学习的领导者。她在取得一系列足够辉煌的成就之后，依然葆有对时代和事物变化的敏锐和警惕，虚怀若谷且乐意分享。这种对于自身的清醒和能够付诸于行动的高效使得今天的上坤能够在浪潮袭来前做好准备，无论是行业赛道还是组织。

N 副总裁 熊本奎 / XIONGBENKUI

SUNKWAN 价值共生

书中提出了在数字化时代领先的企业须取得六项关键认知，个人认为这六项关键认知核心是围绕“产品一切以客户的视角，客户至上”和“组织要灵活开放，合作共赢，内外部都一样”展开的。

我们蓝海战略最核心的思想就是：要求产品一切以客户为中心。一个公司核心竞争力一定是产品，阶段性的可以经营强或投资强，但推动企业长期发展一定是来自客户认可的产品。对上坤当前发展阶段来说，必须“精总部、强区域”。这个变革不仅仅是组织架构、人员、决策流程、职责权责等调整，更重要的是思想的转变，是从集团办公室办公转变去去区域工地办公的转变。

上市给我们提供了强大的品牌效应和企业信誉，使得我们获得了很多金融机构、同行及财投等的认可，这股势头很好，但也要清醒认识到自己的优势与不足。我们在合作方面的四大优点：决策高效、灵活开放、带头人背书、收益共享，要将这些优势发展成为投资方面的核心竞争力。

投资是综合能力的体现，在现在如此内卷的竞争环境下，出价能力一定是各个部门专业的判断和通力的协作，离开利益相关体的支持和配合，政策只是一个空文。“今天不是谈对错的时候，今天是谈变化的时候，在一个变化的背景下，真正有价值的是，愿意试错，能纠错迭代，持续创新。”我们只有开放的心态去拥抱变化，去改变自己适应时代，我们才不会被时代抛弃。



助理总裁

陆石媛 / LUSHIYUAN

SUNKWAN
价值共生

在一个极限环境里,达成目标,我们要做到最好,但更重要的是:在每一个当下,我们都要做到最好。

数字化让外部环境不断发生动态的变化,催生了很多新商业模式和成长模式,过去打造一个品牌可能需要50年或更久,而今天可能需要5年或更短。如何在数字化浪潮的冲击下,让一家企业基业长青,最重要的是自己要笃定,因为在不确定性中寻求稳定性需要依赖稳定的价值观,也就是长期主义价值观。在瞬息万变的数字化时代,任何个体、企业都难以独立存在,领导“无为”,赋能员工自驱,为顾客创造需求,与伙伴紧密连接,建立价值共生关系,能帮助我们获得更稳定、更长远的发展。

上海区域事业部总经理

朱雍 / ZHUYONG

SUNKWAN
价值共生

“芳林新叶催陈叶,流水前波让后波”,无论是组织还是个人,想要保持旺盛的生命活力,就要持续不断地自我革新。数字化发展为企业创新提供了机遇,不少传统企业借助数字化技术,改善经营模式,拓展业务范围,挖掘第二曲线,重新焕发生机。有句话叫做:“站在风口上,猪都能飞来”。然而不是所有的猪都那么幸运,都刚好站在风口上。很多已经飞起来的猪,并不是因为他原本就站在风口上,而是因为他主动积极的去寻找风口,然后站在风口上。

否定原有认知是很艰难的事情,沉迷于过去的成功而不能意识到新的时代已经到来,那么只能被甩在时代后面。海明威曾经说过:“鸡蛋从外部打破是食物,从内部打破是生命。”要想不被时代淘汰,获得新生,必须从内部做出改变,否则只能是“毁灭你,与你无关”。

河南区域常务副总经理

常晓丽 / CHANGXIAOLI

SUNKWAN
价值共生

做一件事,把眼光放到未来三年,和你同台竞技的人很多,但如果能把目光放到未来7年,那么和你竞争的人就很少了。致力于做长期主义者的人一定不是机会主义者,我觉得上坤就是这样一家企业。企业与环境是一种共生关系,以客户为中心,以奋斗者为本,是我们的长期价值观。

对于生活在信息化时代的人来说,最大的挑战是怎么甄别知识。因为迭代加速,对于今天的我们而言,重要的是自身变化的快与慢。拥有知识,你就会拥有辨别力,而不是分别心;你能提神认知,就不会再自我设限;你会主动改变自己,与变化共舞;你会主动迎接挑战,不再顺应惯性、故步自封。



安徽区域事业部总经理

陈太珠 / CHENTAIZHU

SUNKWAN
价值共生

作为团队的leader必须意识到:个人和组织的关系是合作共生的。个体在组织中的角色不同,但是这种角色不能是固化的、一成不变的。这意味着个体在组织中不会安于自己现有的角色,而且不断追求自我突破,从而实现自我认知的提升、获得成长。

尤其是那些成长比较快的个体,他们自我价值实现的欲望更加强烈,更不可能固化于某一成不变的角色。当他们在工作中不能获得满足,或者感觉自我价值得不到实现,他们就会离开。组织定期进行绩效回顾、人才盘点十分有必要,及时发现组织成长需要的优秀个体并给予合理的发展平台和机会,这样才能做个体和组织的共同成长。



湖北区域事业部总经理

文汉清 / WENHANQING

SUNKWAN
价值共生

信息化的时代,前所未有的便捷也带来了前所未有的焦虑。社会变化如此之快,人们面对越来越多的不确定性与挑战,难免有一种无力感。面对时代的不确定与风险,我们不仅需要直面它的勇气,更需要有认知它的能力。

领导者必须拥有面向未来的能力,成为引领组织面向未来的卓越领导者。数字化时代充满不确定性,变化是唯一不变的特点。

虽然我们的工作和生活,日复一日,奋力挣扎,但依然可以通过培养我们面向未来的能力、培养我们成为自己的领导者、培养我们立足当下的能力,从而升级认知、提升能力,提高应对未来各种不确定的反脆弱性,成为一个与组织价值共生的超级个体。现在,面对未知的冲击与挑战,数字技术就是这海浪,我们要做的就是成为这块岩石。



江苏区域事业部总经理

夏海平 / XIAHAIPING

SUNKWAN
价值共生

一、价值修炼。修炼的过程需要设定自我目标,并且在目标达成过程中不断完善自我的各种能力(战略高度、资源整合、外交沟通、学习转化等等),能够把自己的价值修炼到一定境界就形成了自我价值,并随之形成对他人的影响力。

二、影响力赋能。影响力可以对周边的人和事情产生能动反应或管理作用,也就是我们所说的“管理者必有影响力”。一个组织或者一个企业在完成一个阶段性目标时,必须由产生影响力的领军人物更多赋能下层组织,产生足够强大的企业组织能力和执行能力,慢慢形成我们的“共生协同”能力。

三、共生协同。我们目前看优秀房地产企业为何快速发展,实际上是形成了一套“共生价值网络”与企业一同成长。在共生价值的前提下,员工们突破职能部门边界,打破外部沟通壁垒,获得更多的资源合作关系,让企业获得更加高效的作战能力,提升协同作战的能力。

TOP78

上坤行业百强升至

朱静：争上游模式的黄金十年

GOLDEN DECADE
OF DEVELOPMENT

2021年3月16日，由中国房地产协会、上海易居房地产研究院中国房地产研究中心共同举办的中国房地产百强企业研究结果揭晓，上坤地产行业百强排名再攀新高，荣获**2021中国房地产百强TOP78**，**2021中国房地产开发企业综合发展TOP8**。



○2021中国房地产开发企业综合实力TOP78



○2021中国房地产开发企业综合发展TOP8

2021中国房地产开发企业综合实力TOP500

排名	企业名称	排名	企业名称
53	正商集团	73	北京鸿坤伟业房地产开发有限公司
54	东原房地产开发集团有限公司	74	北京北辰实业股份有限公司
55	联发集团有限公司	75	当代节能置业股份有限公司
56	广州市敏捷投资有限公司	76	上海建工房产有限公司
57	中国电建地产集团有限公司	77	郭氏投资集团有限公司
58	新力控股(集团)有限公司	78	上坤置业有限公司
59	重庆华宇集团有限公司	79	复地(集团)股份有限公司
60	融侨集团股份有限公司	80	首创置业股份有限公司
61	珠海华发实业股份有限公司	81	大悦城控股集团股份有限公司
62	建业住宅集团(中国)有限公司	82	安徽省恒泰房地产开发有限公司
63	杭州滨江房产集团股份有限公司	83	康桥集团

本次百强研究以“强基固本，踏浪前行”为主题，上坤集团董事长朱静女士在会上发表演讲，深入洞察行业发展态势，并立足上坤四大能力发展，为企业应对及房企转型提供新论断。

上坤朱静： 争上游模式的黄金十年

行业进入高效发展时代

2020年对于房地产行业来说是机遇与挑战并存的一年，即使年初的新冠疫情强行为行业按下“减速键”，但作为国民经济的支柱产业，房地产行业危中有机，稳中向好。2020年中央调控力度不放松，“房住不炒”定位不变，“三道红线”推动企业“三道分流”，促进市场资源再分配。



纵观当下的市场与政策环境，地产行业的种种红利似乎已去而不返，随之而来是时代浪潮的重新洗牌。以此为契机，上坤集团董事长朱静女士在会上发表主题演讲，提出“靠单一能力胜出的粗放式发展时代已经过去，未来是综合能力的竞争”。

这是一个前所未有地强调“高效”的时代。朱静认为，地产行业在面重重挑战的同时，真正的垄断还没有形成。体量大并不等于强大，规模小也并非毫无竞争之力。对于上坤而言，自成立伊始便明确了自己“争上游”的打法——尽可能地掌握更多资源，实现多赢排序。

四大核心能力

作为行业的后来者，上坤走出的这条争上游之路，其核心在于高效发展的四大能力——投资能力、产品能力、运营能力、人才组织。



01. 战略清晰的投资能力

伴随着行业的快速发展，规模效应加速资源聚集，房企的规模扩张理应符合企业的发展阶段进行投资布局。上坤十二年发展，从深耕上海到布局三大核心经济圈，坚持战略性投资与机会型投资并举，针对企业发展阶段抓准每一个机会，实现综合实力的攀升。

02. 优质完善的产品能力

随着消费水平稳步升级，人们对于居住的需求更多是对优质生活的渴望。提升产品竞争力成为房企持续发展的不二法则。上坤打造四大产品系与成长社区，从多维度考量全龄段用户需求，致力于为客户提供更好的房子、更好的家。



○上坤云系代表作·苏州云栖时光



○上坤四季系代表作·芜湖铭悦四季

03. 高效协同的运营能力

高效发展时代，对于房企的运营能力提出了前所未有的考验。上坤通过资金、管理的效率优化，坚持“基于目标实现的高效协同”核心战略。采用“杜邦分析法”对每一项关键指标实现精细化管理，真正落实经营管理的效率优化。

04. 迭代升级的人才组织

房地产行业竞争日益激烈，归根到底是人才的竞争。纵观企业未来成长态势，上坤组织文化具体表现为外部市场的敏锐与内部行动的敏捷，通过内外共同构建强大自我更新和自我偏纠能力的学习型组织，从而不断促进企业稳步成长。



在即将到来的高质量发展时代，上坤将继续以投资能力、运营能力、产品能力和人才组织作为前行的基石和动力，在行业未来的十年黄金期中谋求高质高效发展，在时代的竞争与挑战中力争上游。



未来将进入高质量发展时代
竞争鸿沟会越来越拉大，单一点和局部线的优势将很难再胜出
但优秀的房地产企业依旧还有十年黄金期

再进一步： 实力上坤·新跃升

2021新始，上坤在逆境中稳步前行，再攀百强新高，以TOP78全新占位交出质效并增的亮眼成绩。

面对疫情与市场的重重挑战，上坤始终以初心为指引，走好自己的一步。2020年，上坤先后获得“经营绩效十强”“博鳌品质地产综合企业”“中国房地产企业产品力TOP100”等荣誉，战略深耕全国七大区域，更于11月在香港挂牌上市，成功登陆资本市场。

2021年，上坤三五战略启航，定位“城市优质生活服务商”，实现产品领先、效率优先为底层逻辑的高质量适度规模发展，致力于满足客户对家与美好生活的想象。上坤将牢牢把握未来黄金十年，探索地产行业发展更多可能，注重精细化运营，持续升级产品品质，不负宜居初心。

结语

此次上坤荣获房地产百强TOP78，是业界对于上坤不断攀升的企业综合实力、持续增长的品牌价值与宜居产品的高度认可。前眺未来征程，上坤必将破浪领航，不断调整自我发展路径，努力实现企业经济价值与社会价值的双轮稳定增长。



○2020年11月 上坤地产登陆资本市场



上坤集团董事长朱静做客《头脑风暴》 房企转型的变局与思考

2020年11月,上坤地产成功登陆资本市场,作为一家新晋上市房企,如何在行业压力下另辟蹊径,上坤有自己独特的发展理念。

本周,上坤集团董事长朱静女士做客《头脑风暴》,与主持人骆新及多位从业者,畅聊房地产下半场转型升级方向,并给出了她作为一家上市房企掌门人的见解与建议。

在转型的高热度之下 房企应如何选择赛道?

转型的前提

朱静:如果一个房地产开发商,今天在整个地产开发领域都还做不到数一数二,就指望去转型能在别的行业做好,我觉得这个从逻辑上是不成立的。你一定得是做一些相关的行业和产业,或者说你真正有一些核心的能力做转型,我认为这是未来的一个大方向。



○活动嘉宾自左至右依次为:
克而瑞研究中心总经理-林波
弘阳地产首席财务官-申广平
主持人-骆新
上坤集团董事长-朱静
财经评论员-石述思
安永大中华区房地产主管合伙人-汤哲辉
旭辉高级副总裁&首席财务官-杨欣

物业服务升级

朱静:第一个是养老服务,第二是社区文化。随着老龄化人口比例越来越高,我认为可能未来的社区养老会成为主流物业服务内容中很重要的一部分。它可能是和物业服务合二为一的,它会改变现在物业服务比较单一的保安、保洁、维修、绿化维护这些功能,可能它会把更多的养老服务,甚至说一些业主的资产租赁化管理以及小区里的社区文化非常好地融合在一起,(形成)一个综合服务。其实现在的消费链是不完整的,并不是说今天建完房卖给客户,这件事就结束了,还有大量的后端服务。未来这是一个大空间。

未来 地产企业转型升级 如何进行轻重资产选择 更好地创造价值?

朱静:我认为它不是一个“0”和“1”之间的选择,这是一个可以兼容的选择。地产发展到现在,未来的角色分工会越来越细,比如投资商可能就是投资,开发商可能是其中的一个板块,后面还有物业服务和运营等等。现在其实已经呈现出这样一个态势,像绿城服务去年在香港上市,它是一个非常典型的仅仅做了后端的(代表)。所以我认为要看每家公司的定位情况,你可以纯轻资产,也可以是轻重结合一定的比例。上坤会在这两个(之中)寻找一个合适比例来做我们未来的主要经营方向。



疫情下 房企的高增速从何而来?

朱静:2020年最终呈现出来的整体销售额和销售面积的增长可能超出了行业里很多人的预期,疫情可能进一步催化了改善型需求的入市,更多地把2021年乃至2022年、2023年的一些需求前置到2020年进行消费。

心声 关于行业未来

无论是大力发展轻资产还是轻重并举的模式,不论房地产行业是从“黄金时代”迈向“白银时代”,还是从“增量时代”迈向“存量时代”,中国的房地产企业都具有巨大的生命力和市场价值,也必将受到资本市场的追捧。那么,在未来的发展路上,对于有担当有责任的中国地产企业而言,应该为市场做些什么呢?

市场与未来

朱静:对于整个地产行业转型,我认为地产行业在中国已经有17万亿的大市场,其他任何一个行业相比于17万亿可能都没有那么大规模。我们在转型之前首先要考虑有没有把自己安身立本的事儿给做好,这个可能是我2021年对于上坤自己、对于整个行业的一种自勉和期待。

结语

房地产行业经历了2020年的疫情之后,仍展现出其作为国民经济支柱产业在社会运行各环节中举足轻重的作用。无论外界对于行业的未来有何判断,对于上坤来说,我们始终走在属于自己的“黄金时代”中。

上坤荣耀快讯

01 上坤地产荣获上市房企综合实力TOP63 发展速度TOP3

5月27日,由中国房地产业协会指导、上海易居房地产研究院中国房地产测评中心举办的“2021中国房地产及物业上市公司测评成果发布会”在深圳盛大举行。

2020年11月,上坤地产于香港上市,凭借高效运营能力、出色产品力以及稳健的财务水平,上坤地产(6900.HK)荣获“2021年中国房地产上市公司综合实力”TOP63以及“2021年中国房地产上市公司发展速度5强”TOP3两项殊荣。

排名	证券代码	证券简称	排名	证券代码	证券简称
1	000002.SZ	万科A	51	600675.SH	中华企业
2	02007.HK	碧桂园	52	02868.HK	富信置业
3	03333.HK	中国恒大	53	601982.SH	金隅集团
4	01918.HK	融创中国	54	600657.SH	信达地产
5	600048.SH	保利地产	55	01777.HK	花样年控股
6	00688.HK	中国海外发展	56	002244.SZ	滨江集团
7	01109.HK	华润置地	57	600965.SH	海马股份
8	00563.HK	龙湖集团	58	01998.HK	弘阳地产
9	001979.SZ	招商蛇口	59	00106.HK	新鸿基地产
10	601155.SH	新城控股	60	00179.HK	绿地置业集团
11	00813.HK	世茂集团	61	000402.SZ	金地集团
12	02777.HK	富力地产	62	601568.SH	宝龙实业
13	00084.HK	旭辉控股(集团)	63	06900.HK	上坤地产
14	600626.SH	绿地控股	64	02183.HK	三盛控股
15	600383.SH	金地集团	65	01107.HK	当代置业
16	000671.SZ	新城地产	66	02019.HK	融创中国
17	000961.SZ	中南建设	67	000517.SZ	宝安地产
18	000656.SZ	金科股份	68	600266.SH	城建发展
19	00817.HK	中国金茂	69	01422.HK	力高集团
20	06158.HK	正荣地产	70	000736.SZ	中交地产



○上坤地产
荣获2021中国房地产上市公司综合实力100强TOP63

排名	证券代码	证券简称
1	09993.HK	金辉控股
2	02183.HK	三盛控股
3	06900.HK	上坤地产
4	01918.HK	融创中国
5	01813.HK	合景泰富集团



○上坤地产
荣获2021中国房地产上市公司发展速度5强TOP3

中国房地产上市公司测评研究工作自2007年启幕,至今已历14年。测评以翔实数据为基础,对房地产上市公司进行全面、客观梳理及综合测评,旨在发掘行业中综合实力强、具有发展潜力的优秀房企,是国内关于上市房企综合实力最重要的专业测评研究。



自2020年11月步入资本市场以来,上坤地产不断提质增效,以精细化运营模式实现企业经济价值与社会价值的双维稳定增长。今年3月,上坤地产百强排名再攀新高,以TOP78的全新占位交出质效并增的亮眼成绩。

未来,上坤地产将继续积极拓展并夯实业务版图,践行高效管理体系,强化财务指标,不断提升产品品质和客户满意度。秉持“为宜居而来”的初心,以提升城市优质生活与服务社会为己任,为实现美好生活不断前行。

02 上坤物业荣获上海市“诚信承诺AAA级企业”称号

2021年2月22日,上海市物业管理行业协会发文(沪物协[2021]04号)《关于2020年度上海市物业管理行业诚信承诺企业的公告》,公布了2020年度诚信承诺企业。上海上坤物业管理有限公司荣获“诚信承诺AAA级企业”称号。

此次上坤物业荣获上海市诚信承诺AAA级企业,不仅是上海物业管理协会对上坤物业服务工作的高度肯定,亦是广大客户给予上坤物业服务诚信建设方面的支持与认可。上坤物业必将再接再厉,坚持履行承诺,不断提升自身服务水平,关注客户需求,以诚信建设为核心,夯实企业品牌。



2021辛丑牛年伊始,上坤物业将以全新姿态向市场展现企业的好服务高标准,坚持客户导向,不断提升客户意识,尊重客户、敬畏客户,让每一位客户享受始终如一的礼遇与尊重。未来,上坤物业将在集团发展战略的要求之下,将“为宜居而来”的企业初心落到实处,整合多方资源,提供多元服务,真正做到客户着想,守护温暖幸福的生活家园。



○上坤物业



观澜
2021年报专栏

waves



上坤地产 2020 年度业绩亮点

理想启新 笃行致远

把握力争上游的黄金十年
追求高质量的适度规模增长
形成符合时代特征的成长型房企发展路径

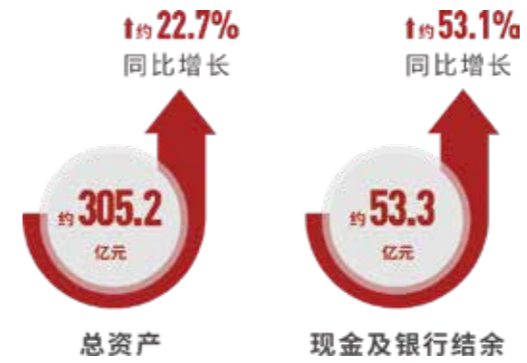
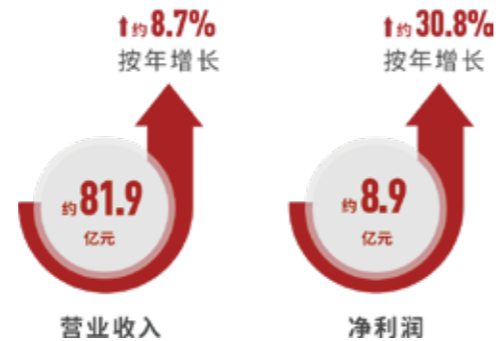
——朱静



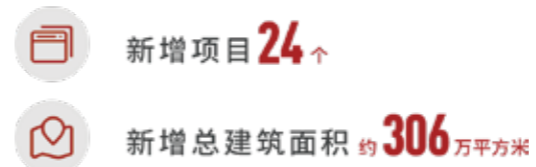
1 笃行

规模稳序成长 土储实力亮眼

01 稳健增长 业绩表现优异



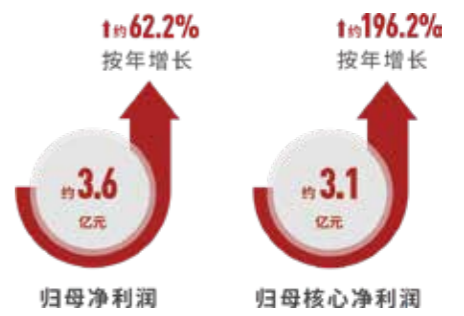
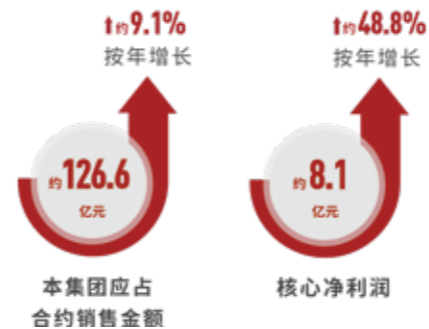
02 土储充沛 凸显发展潜力



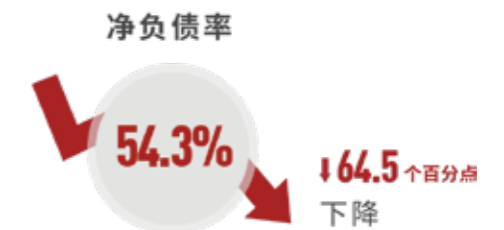
2 提质

结构均衡合理 质量优势显现

01 业绩增长 盈利质量卓越



02 三道红线 指标持续向好



非受限现金短债比

1.5 倍

未来将进一步优化资产负债结构

股票代码：6900.HK

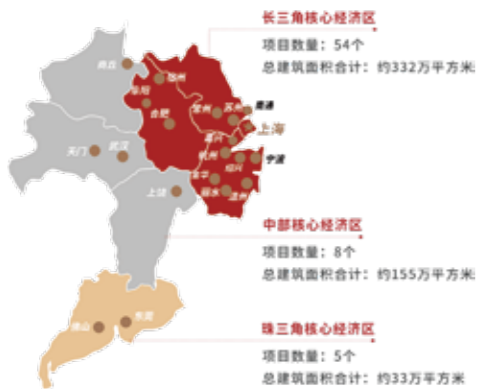
03

深耕长三角 布局三大核心经济圈

ANNUAL REPORT

土地储备总建筑面积 约 **520** 万平方米

同比增长 约 **50.3%**



长三角占比 约 **64%**

一线及新一线城市占比 约 **45%**

*截至2020年12月31日,土地储备总建筑面积包括附属公司、合营及联营公司所持项目
注:一线城市:北京、上海、广州、深圳
新一线城市:成都、重庆、杭州、武汉、西安、天津、苏州、南京、郑州、长沙、东莞、沈阳、青岛、合肥、佛山

2020新增土地储备权益占比 约 **71%**

04

商办土储优质 发展潜力释放

ANNUAL REPORT

7个商业物业均位于上海

总建筑面积共 约 **34.8** 万平方米



上海·上坤中心 获LEED金级标准认证、美国WELL金级预认证

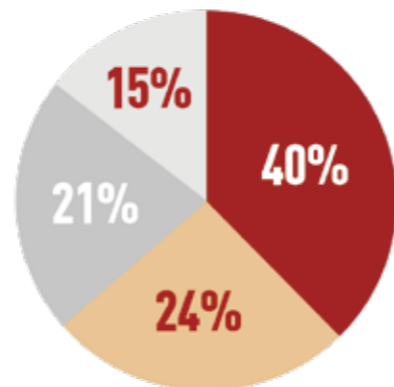
05

高效整合 多元拿地方式

ANNUAL REPORT

与多种类型的主体开展良好合作

2020年新增土地储备获取方式



■ 招拍挂 ■ 收并购 ■ 产业合作 ■ 政府平台合作

06

高质运营 稳中有序

ANNUAL REPORT

2020年度签约回款率 约 **91%**

2020年度新开盘项目

平均开盘周期 约 **6.9** 个月

3 适度

杠杆适度 长期均衡发展

01

现金充足 流动性稳健

ANNUAL REPORT

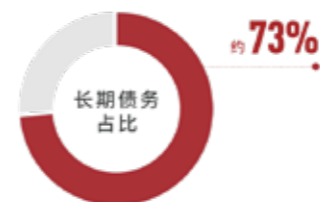
现金及银行结余 约 **53.3** 亿元

短期债务 约 **23.3** 亿元

02

财务结构显著改善

ANNUAL REPORT



债务期限结构管理卓有成效

*以上金额单位均为人民币

4 迭新

登陆资本市场 组织赋能提效

2020年,上坤三五战略启航之年,战略定位“城市优质生活服务商”,在周转效率、盈利能力、负债安全、产品领先等方面持续发力,致力实现高质量的适度规模增长。11月17日,上坤地产在香港交易所主板挂牌上市,迎来企业发展新起点。



上坤始终保持外部市场的敏锐和内部行动的敏捷,迎接上市新征程,组织团队将集团战略主旨全面贯彻,为目标实现提供切实有力的保障。



5 领潮

产品升维 构筑核心竞争力

客户第一 成熟产品标准

ANNUAL REPORT

洞察不同客群对生活场景需求，上坤2020年发布四大产品系列。

上坤住宅四大产品系列

四季系

以四季建筑元素为特色
面向首次置业者和首次改善型置业者

樾山/半岛系

以山景、湖景为特色
面向首次及二次改善型置业者

云系

以都市元素为特色
面向首次及二次改善型置业者

S系

位于中心城区或靠近自然资源的地区
面向豪华住宅置业者

2020年上坤落地多个优质项目，获市场及行业好评。



苏州·上坤云栖时光



杭州·云栖宸园



苏州·悦悦四季



佛山·锦屏山壹号

创新引领 赋能宜居生活

ANNUAL REPORT

上坤将产品标准化与适度创新引领相结合，携手上海知名文化品牌大隐书局、知名美育品牌变奏区、文创集合品牌幸福集荟等跨界合作伙伴，打造多元化生活场景，满足客户对家与美好生活的想象。



携手大隐书局 苏州·上坤云栖时光社区书店



携手变奏区 上坤美育品牌上坤上美



携手幸福集荟 上海·上坤中心创享体验空间

上坤同时积极探索发展新模式，形成产业与地产的联动，提供全方位服务，赋能宜居生活。



岳阳·抱龙石艺小镇



行业鉴证 彰显产品实力

ANNUAL REPORT

- 2020年中国房地产企业产品力 **TOP69**
*克而瑞地产研究
- 2020年度金翎奖“产品力地产品牌”奖项
*华夏时报
- 上坤云系获2020年十大轻奢精品产品系
*克而瑞地产研究
- 上坤云系获2020中国匠心美宅产品系品牌价值十强
*乐居财经
- 上坤中心获2020年度标志性创新建筑设计优秀奖
*德国设计委员会

6 使命

践行公益 大宜居理想

面对疫情，上坤积极践行创造美好城市之责，迅速响应、全力支援，向医疗前线捐赠款项，旗下所有在营商业项目实行阶段性租金减免政策，引领企业内外众志成城、共克时艰。



2018年起，上坤连续3年携手中国绿色碳汇基金会发起“上坤碳汇林公益项目”，持续多年为中国西部地区植树造林，用绿色行动支持国家“一带一路”倡议，践行上坤“大宜居”理想。



7 殊荣

载誉前行 广获行业认可

SUNKWAN

- 2020年中国房地产开发企业100强第**79**名
*中国房地产业协会
- 2020年中国房地产开发企业经营绩效**10**强
*中国房地产业协会
- 2020年中国房地产开发企业品牌价值成长性**10**强
*中国房地产业协会
- 2020年度品质地产综合企业
*21世纪经济报道
- 2020中国房地产品牌价值**TOP100**
*中国房地产报社
- 2020年金港股最受投资者欢迎新股公司
*智通财经 同花顺
- 2020中国房地产开发企业上海市**20**强
*中国房地产业协会
- 2020年房地产企业IPO新锐榜样
*和讯财经
- 2020金桥奖年度最具投资价值地产公司
*投资者网
- 2020年中国最具潜力价值房企
*乐居财经

ANNUAL REPORT

未来，上坤将继续以集团三五战略为工作指引，秉持为宜居而来的初心，持续深耕三大经济圈，强化精准投资布局，通过高效运营驱动，以产品力为牵引，叠加组织赋能，实现高质量的适度规模增长，形成符合时代特征的成长型房企的发展路径。

2020

上坤地产2020成绩单 营利双涨,土储新增超5成, 践行高质量适度规模增长

2021年3月31日,上坤地产(6900.HK)于线上举行2020年度业绩发布会,董事会主席兼行政总裁朱静,执行总裁周青及助理总裁兼联席公司秘书陆石媛共同出席。

01 营利双升 高质量适度规模增长

发布会上,朱静女士表示,2021年上坤地产将继续以集团三五战略为工作指引,秉持为宜居而来的初心,持续深耕三大经济圈,强化精准投资布局,通过高效运营驱动,以产品力为牵引,叠加组织赋能,实现高质量的适度规模增长,形成符合时代特征的成长型房企的发展路径。

在房地产行业体量保持稳定、且行业内部结构向高质量调整的背景下,上坤地产认为,靠单一能力点对点胜出的时代已经远去,未来将会是综合实力的竞争。由此,追求“高质量的适度规模增长”正当其时,即以保证高质量作为发展的核心逻辑,杜绝野蛮生长。

与此同时,上坤地产表现出极强的财务安全性。截至2020年底,上坤地产总资产约305.2亿元,同比增长约22.7%,现金及银行结余约53.3亿元,同比增长约53.1%。稳定增长的现金流,为上坤发展提供中流砥柱的支撑能量。运营效率方面,上坤地产2020年度签约回款率约91%,新开盘项目平均开盘周期约6.9月,在疫情之下依然保持稳中有序。

02 充沛土储 精准布局三大经济圈

优质而充沛的土储,是上坤地产长期可持续发展的有力支撑。2020年,上坤地产全国新增项目24个,新增总建筑面积约306万平方米,权益占比约71%。一直以来,上坤地产紧随国家战略步伐,秉承“3+X”战略布局,即依托上海,做透长三角、进入珠三角,布局中部核心经济区域,围绕城市群内重点都市圈继续推进布局。

截至2020年12月31日,上坤地产土地储备总建筑面积约520万平方米,同比增长约50.3%,其中长三角占比约64%。除聚焦三大核心经济圈外,上坤不断优化城市能级对应的土储比例,一线及新一线城市占比约45%。2021年以来,上坤地产接连在浙江丽水、湖北武汉、广东汕头、江苏无锡等地获取多幅优质地块,为未来发展注入强劲动力。

此外,上坤地产积极拓展商业物业的开发和运营,通过商住联动的双轮驱动策略,实现协同发展。目前7个商业物业均位于上海,建筑面积共约34.8万平方米,优质项目带来较强的未来发展潜力。

上坤地产致力打造资源整合平台——对内,实现投融资一体化,实现组织与人才的高效利用,由此提升运营效率,对降低拿地成本、提高拿地效率起到内驱作用;对外,采用多元化拿地方式,与全国知名房企、地方性房企及政府平台等多种不同类型的主体开展良好的合作,通过拿地多样化、合作方多样化降低政策带来的集中风险。



○上坤地产2020年度业绩发布会现场

03 财务稳健 盈利能力彰显卓绝

作为第三个五年规划的首年,上坤地产交出了优秀的上市后首份年报,表现出卓越的盈利能力和稳健的财务结构。2020年,上坤地产实现核心净利润约8.1亿元,按年增长约48.8%,归母净利润约3.6亿元,按年增长约62.2%;归母核心净利润约3.1亿元,按年增长约196.2%

对于监管中的“三道红线”指标,上坤地产在2020年做到了全面优化:净负债率下降至约54.3%,剔除预收账款后的资产负债率下降至72.1%,仅略高于监管要求的70%,非受限现金短债比上升至1.5倍。未来上坤将进一步优化资产负债结构,保持公司的长期稳定发展。三道红线指标全面改善的背后,是上坤地产现金流稳定提供的强支撑。截至2020年底,上坤地产现金及银行结余约53.3亿元,短期债务约23.3亿元,表现充足的现金流动性。同时长期债务占比约73%,上坤地产债务期限结构管理卓有成效。



○上坤地产2020年度业绩发布会现场

结语

十二年时间,上坤地产一步一个脚印,坚持以专业能力获取市场公平回报,成长为地产行业发展速度最快的新上市房企之一。当行业迎来精益运营的发展周期,上坤地产作为资本市场的新生力量,将以稳定增长、持续盈利、安全规范、运营高效为牵引,继续实现高质量发展。步履不停,笃行致远,上坤始终坚持宜居理想,努力给客户创造价值、给股东提供回报、给员工发展成长、给社会贡献正能量。

要增长也要质量 优化债务指标， 上坤地产

文/克而瑞研究中心 沈晓玲、汪维文

导读

2020年企业保持了91%的销售回款率，连续三年回款率超过90%。2021年仍将坚持高质量适度增长的发展策略。

01 销售

全年回款率91%，长三角贡献近8成业绩

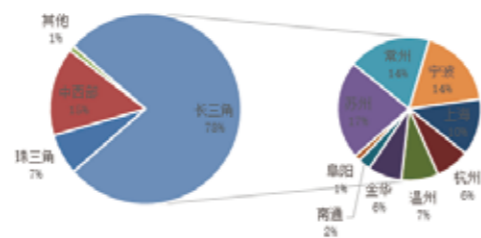
销售稳定增长，全年回款率91%。根据企业公告数据，2020年上坤地产实现应占合约销售金额126.6亿元，同比增长9.1%，略落后于百强房企平均10.8%的权益销售增长率，应占销售面积77.8万平方米，同比增长11.1%，销售均价16265元/平方米，与2020年基本持平。值得一提的是2020年上坤保持了91%的销售回款率，连续三年回款率超过90%。整体来看企业2020年业绩发展平稳，管理层在业绩会表示2021年仍将坚持高质量适度增长的发展策略，预期业绩增长率在15%左右。

	2019年	2020年	同比
权益金额（亿元）	116.0	126.6	9.1%
权益面积（万平方米）	70.0	77.8	11.1%
销售均价（元/平方米）	16570	16265	-1.8%

数据来源：企业业绩公告、CRIC

三大区域均有业绩贡献，长三角仍是核心。从企业披露的销售金额城市分布来看，2020年上坤地产的销售主要集中在长三角区域，占比约78%。其中苏州、常州以及宁波对企业销售贡献较高，分别达到了17.2%、14.5%和14.1%。上坤自2016年开始走出上海，立足3+X布局策略，目前已成功进驻中部和珠三角的多个城市，2020年佛山和上饶、商丘对企业的应占合约销售业绩贡献占比分别达到了7.0%、5.0%和4.2%。

图：上坤地产 2020 年城市销售占比



数据来源：企业业绩公告、CRIC

02 投资

坚持“3+X”布局策略 拿地力度超出百强平均

坚持“3+X”的战略布局，多元并举积极拿地。2020年上坤地产共新增24幅土地，新增土储总建面306.0万平方米，拿地方式多元，其中招拍挂占比40%、收并购24%、产业合作21%、政府平台合作15%。值得一提的是，2021年一季度企业仍在积极纳储，截止至3月30日新增了14个项目，总建筑面积达到了196.3万平方米。在投资布局上，企业始终坚持“3+X”的策略，即深耕长三角、珠三角、中西部核心经济区以及其他高增长的潜力城市。2020年企业拿地集中在这三个区域，按照总建筑面积划分占比分别达到61.4%、8.1%和30.6%。

图：上坤地产 2020 年新增拿地分布情况（按总建筑面积）

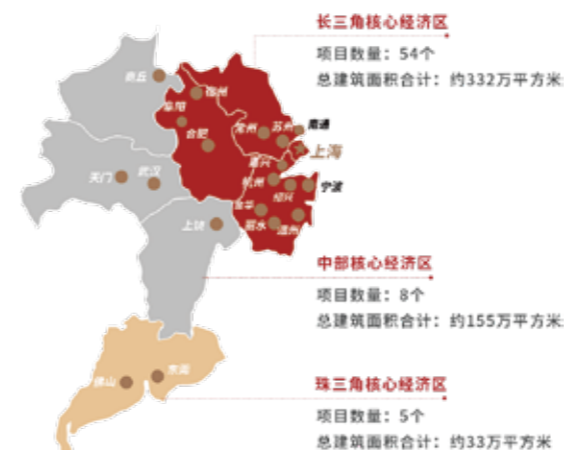


数据来源：企业业绩发布、CRIC

03 土储

总量满足未来2年所需 长三角占比约64%

土地储备充裕，总量可满足未来2年去化需求。截止至2020年底，上坤地产共拥有约为520.4万平方米的土地储备，其中权益土储建面达到了450.3万平方米，若按照企业目前的销售去化速度推算，可以满足企业未来2年左右去化需求。区域上全部分布在重点布局的三大区域，长三角地区占比高达64%。



★ 总部 ● 项目所在城市 ■ 长三角核心经济区
■ 中部核心经济区 ■ 珠三角核心经济区

数据来源：企业业绩发布、CRIC

04 盈利

地产营收稳健增长 净利润率同比上升

地产结转收入稳步增长，代收收入增长近4倍。2020年上坤地产实现营收81.9亿元，同比增长8.7%，其中房地产业务收入80.4亿元，同比增长7.9%，贡献了企业98.1%的营收。物业租赁收入受到疫情影响，同比下降了26.9%，值得关注的是2020年企业取得项目管理服务即代收业务收入1.06亿元，同比增长近4倍毛利回归行业平均水平，归母净利同比增长62.2%。2020年上坤地产实现毛利润17.9亿元，同比下降41.6%，净利润8.9亿元，同比2019年上升30.8%，归母净利润3.6亿元，同比上升62.2%。整体毛利率21.9%，同比下降18.8个百分点，这主要是由于过往结转中，上海新城樾山项目毛利率较高，因此企业整体毛利率一直远超行业平均水平，随着该项目结转收入的下降，毛利率目前在向行业平均水平回归。另外值得关注的是2020年企业净利率10.8%，同比还上升1.8个百分点。



数据来源：企业业绩公告、CRIC

05 偿债

“三道红线”指标持续向好 仅剔除预收资产负债率略高监管要求

现金短债比2.3已达绿档，长短债比大幅提升至2.75。2020年企业持有现金大幅增长，同时积极调整债务结构，短债总额同比大幅下降，债务结构明显优化。截止至年底，企业共持有现金53.3亿元，同比上升53.1%，现金短债比大幅提升至2.3，达到绿档要求，短期内无偿债压力。长短债比方面也有明显优化，截止至2020年底已经达到2.75，并且业绩会上管理层还透露未来将持续关注债务结构的调整，目标维持长债比例65%以上。



数据来源：企业业绩公告、CRIC

净负债率大幅降低至54.3%，剔除预收账款资产负债率略高于红线要求。截止至2020年底，企业净负债率为54.3%，剔除预收账款资产负债率为72.1%。杠杆三连降，目前净负债率满足绿档要求，资产负债率也已只是略高于监管红线。年底企业融资成本9.9%，随着IPO上市融资渠道拓宽，未来仍有改善空间，管理层也表示将持续优化债务结构降低成本。



数据来源：企业业绩公告、CRIC

ADVANTAGES
OF NEW LISTED
REAL ESTATE ENTERPRISES

上坤成绩单： 新上市房企的后发优势

SUNKWAN SCHOOL REPORT

文/地产人言

过去一两年间行业的逻辑发生了翻天覆地的变化：行业规模开始高位企稳，整体利润率已经下降至相对稳定的水平；三条红线把大家拉到同一起跑线，集中供地则让土地价格也回归理性，行业的整体发展模式同样在回归理性。这意味着靠单一能力点对点胜出的时代也已经远去，未来将会是综合实力的竞争，全面发展的头部房企们优势显著的同时，行业洗牌也势必会进一步加剧。但值得注意的是，虽然未来大鱼吃小鱼甚至是大鱼吃大鱼都会成为常态，但是一个鱼池里不会只有大鱼，那些有“技能点”的小鱼也永远相伴存在！

换句话说，真正优秀的后发企业未来仍然有相对优势。在房企纷纷披露2020年年报的当下，艳姐也把目光看向了去年最年轻的上市房企上坤地产，3月30日，这家后发企业中的优秀样板交出了它上市后的第一份成绩单。前不久，艳姐带着对上坤的好奇和关注，拜访了公司创始人朱静女士。

在上坤十周年庆典上，朱静作为掌舵人曾感慨道：“种一棵树最好的时间是十年前，其次是现在。”而今朱静再言：如果说上一个十年是房地产发展的黄金十年，那么下一个十年便是房地产竞争上游的黄金十年。

在上坤地产交付成绩单的当下，我们再来看这家企业，不难看

到为了“把握力争上游的黄金十年”，作为后发企业的上坤已经打出了4张王牌。

王牌一：高质量适度规模增长

后发房企想要把握住力争上游的黄金十年，首先要做的就是保证高质量适度规模增长。这也是上坤面对未来十年打出的第一张王牌。翻阅上坤的首份成绩单，我们发现其盈利能力在持续显著提升：2020年上坤净利润约为8.85亿元，净利率为10.8%，归母净利润为3.56亿元，分别同比增长30.8%、20%、62.2%。



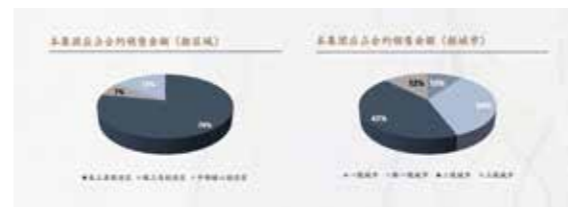
除此之外，上坤的综合数据也稳中有进：2020年上坤实现应占合约销售额为126.6亿元，同比增长约9.1%；实现营收约81.91亿元，同比增长约8.7%；总资产约为305亿元，同比增长约22.7%。



不难发现，上坤整体都保持着高质量的稳健经营，并且从增长相对趋稳的收入来看，上坤更是在克制地“适度”增长，拒绝高杠杆下的野蛮生长。

过去无数在土地红利和金融红利时代实现了一时的飞跃、最后却又因为过度杠杆而无奈倒下的房企给我们的警示是：只有用对了杠杆才是真正的牛。杠杆不是不能用，太低同样是浪费，关键是如何把握住杠杆的度，把所有的杠杆用在刀刃上，要匹配上企业未来的增长预期，并且能切实做好回款。

在上坤的构想中，未来整体的融资策略都是稳健为主，要优杠杆、优结构、优成本，不仅是更多地获取成本相对较低的银行借款，更是要严格控制长短债的比例，保持长期债务在65%以上。截至2020年底，上坤的一年以上到期债务约占总债务的73%，远超过目标额。而上坤的聪明之处在于，不仅是会适度杠杆，更是懂得撬动合作杠杆：2020年，上坤的新增土储中，按合作主体来看，足有68%是合作开发，按获取方式来看，也有21%来自产业合作，15%来自政府平台合作。



也正因为如此，2020全年上坤有息负债总额增长不过29%，但是土储却增长了超50%。即便是在大力控制负债的前提下，上坤依旧通过多元化的拿地模式丰厚了粮仓，获得了不少优质的土储。也因为适度的杠杆使用，去年11月刚完成上市的上坤已然对自身的债务结构进行了全面的优化。截至2020年，上坤现金短债比提升至2.3倍，净负债率由118.8%大幅降至54.3%，剔

除预收账款后的资产负债率也从83.3%降至72.1%。也就是说，经过过去的优化调整，三道红线中上坤已只余剔除预收账款后的资产负债率微微踩线，但即便是这一条，也仅略高于监管所要求的70%。换句话说，只要保持目前的水平，“三道红线”转绿只是时间问题。

这里还有一个非常重要的数据：截至2020年底，上坤的现金及银行结余约有53.3亿元，同比增长53.1%！现金流无疑就是房企的生命线，上坤手中握有的现金完全足以覆盖短期负债，也为未来的稳健发展提供了最大的保障。也因为“高质量的适度规模增长”的主基调，在前不久中房协发布的2021中国房地产开发企业综合实力TOP500榜单中，上坤位列78，也比之去年往前迈进了一步。

而在整个行业都在强调高效发展的时代，同样也对房企的运营能力提出了要求。在业绩发布会上，上坤执行总裁周青表示，上坤拒绝高融资杠杆、高负债的高周转模式，但是会坚持经营上的快周转。经营快周转是运营策略，同样也是能力的体现。朱静对此表示，未来上坤会继续细化和强化各个经营环节的指标管理，重点提升营销首开、成本控制、财务回款等各个环节的专业能力。

王牌二： 精准投资 深耕是扩张的前奏

不管是过去的土地红利时代、金融红利时代还是如今的管理红利时代，对于房企来说，实现规模增长、企业前进的核心源动力依旧在拿地。并且一定要拿好的地，拿适合自己的地。上坤打出的第二张王牌就是精准投资，在上坤成立的12年间，一直都是用这张王牌让年轻的上坤快速跟上了行业的发展节奏，并且顺利在去年年底扣响了资本市场大门。

在布局三大核心经济圈之前，上坤曾经用了6年的时间来深耕上海。上海是众多房企巨头短兵相接的战场，也是对政策和市场反应最敏感的地方。在上海站稳脚跟后上坤很快就有一系列的布局动作：2016年，战略性外拓苏州，首次走出上海，在长三角扩张布局；2017年，将触角延展到安徽、浙江、广东等省份的重点城市，把上坤全国话布局的大架构拉开；2018年，扩张至河南、湖北及江西，全国化战略布局大架构进一步坚实。

上坤地产的投资战略可以总结为“3+X”，即依托上海，做透长三角、深入珠三角、布局中部核心经济区，围绕城市群内重点都市圈进行布局。在上坤最新公布的2020年年报中，我们看到了其目前的家底：截至2020年年底，上坤拥有59个处于不同发展阶

段的住宅物业项目，总土储约为520万方。而上坤在2020年新新增的24个项目，为上坤新增了总建面约306万方的土储，其中有足足63%位于长三角经济区。截至2020年底，上坤总土储中位于长三角经济区的共占64.3%，位于一线和新一线城市的有45%，位于二线的有24%。

值得注意的是，今年，上坤也在持续积极拿地，截至今年3月底，上坤全口径土储建面已达716万方，未来两年内基本算是弹药充足。根据克而瑞此前发布的数据，上坤地产重仓的上海、苏州、杭州、合肥均属于热度较高城市，芜湖、温州等也属于投资前景较高的城市。

城市	排名	投资额排名
上海	一线	1
杭州	二线	6
合肥	二线	15
苏州	二线	16

上坤的精准投资可以概括总结出几个核心要点：

①具备战略定力。

朱静强调：战略性的城市一定要果断进入，哪怕利润率相对较低也要先进再说。但有些城市我们也不会浪费过多精力，因为我们清楚自己的资源分配和选择到底是什么。这个理念被总结为——“区域压强原理”，以核心城市为压强中心，将上坤宜居品质及影响力带到周边更多的区域和城市，逐步实现全国布局。

②多元化拿地产生成本优势、降低风险。

上坤地产近年来一直在努力构造资源整合平台，在地产开发、资金对接、同行合作等方面实现资源的协同效应，推动投资效能的提高。面对土地集中出让，朱静表示上坤已经提前布局了其中8个城市，这些相对熟悉的区域有利于未来上坤的投资判断，而在其他经济圈上坤也会看准时机发力有活力的城市多元化拿地。但是对于未布局的区域，我们也绝不会贸然进入机会型拿地。

王牌三： 产品力——效率与成长性兼备

在地产行业，女性天生是最好的产品官。几位女性掌门人的房企虽然发展路径不同，但有一个共性——她们都是产品上“感性”的少数派。女性领导者更偏生活视角、体验视角，做出来的产品也会有更多强体验的东西。在行业当下普遍认为的“产品红利时代”，女性掌舵人房企的产品更具有研究意义。同为女性掌舵人，朱静也告诉艳姐：上坤是一家以产品力牵引的成长型房企。

这也是上坤的第三张王牌。在上坤的产品中，有两个不可忽视的势能：一是产品效率，二是成长社区。

在深度调研客户的基础上，上坤目前已经形成了四大产品系列，分别为：四季系、云系、特色系、TOP系。上坤目前也已经形成了包括建筑体系、景观体系、室内体系、技术体系等在内的一系列体系化动作。一旦有了体系化的输出，产品效率自然就提升上来了。但是在上坤内部同样有一句话：有理想而不理想化，有标准而不标准化。朱静认为，对产品坚守的理想肯定要有，但是怎样符合当下地产行业的大环境，怎样让企业健康的发展，是每个企业在发展过程中应该面对的事情。

所以，在上坤，产品效率的保证是一个层面，但更具看点与竞争力的在于“成长社区”。

针对成长社区，上坤密密麻麻列了4大类，153大细节，这里不一一列举，大家只需要知道：这一套理念足以满足不同年龄段客户对居住空间、生活场景的需求。

去年上坤的网红产品苏州·上坤云栖时光可以说把社区的定制与成长属性展现得淋漓尽致。这个产品携手上海文化地标之一的大隐书局首次引入“社区共享书房概念”，在这个社区中，你能看到：一棵长在咖啡店里的树，一座属于社区的图书馆，一个着眼于未来的社区美育中心……



○上坤苏州·云栖时光 社区图书馆

不难发现，上坤一直是在从使用者的角度出发，从而做出被需要的产品，给到用户更适合成长、社交、生活的居所。上坤上市的时候，打出的企业定位是“为宜居而来”，这背后有朱静自身的逻辑。在她看来，真正好的房子是可以洞察人性的，人和自然，人和城市之间的协同的关系。真正好的产品是能够洞察到人性的需要，如果不符合人性的需求，实际上都是伪需求。正是因为从一而终的坚持，上坤的产品一直都颇受市场认可。

王牌四： 组织与管理——体系化下有张有弛

在年轻的上坤，体系化的管理和清晰的组织人才发展是其稳步前进最重要的基石，同样也是它紧握的第四张王牌。在组织上，作为资本市场的新生力量，上坤一直有着明晰的架构与调整方向，朱静强调：一线要更快、区域要更强、总部要更精。对于组织的定位，朱静一直秉持着时刻准备作战的态度：楼市的政策就像一扇门，它偶尔会开，你得保证当政策开的时候，你的组织准备好了。当门打开，你在门口1米处，还是100米处，还是5公里处站着，这很重要。

不难看到上坤一直以来的逻辑：组织一定是要不断向上，且永远是处于做好备战准备的活力状态。而在上坤还有一个在其他民企都很难窥见到的特质：对于管理的张弛把握度极高。对任何组织来说，授权都是双向的，关键在于老板是否愿意放权，手下能否接得住。

自2012年开始，上坤就经历了多次权责流程的调整。根据朱静的介绍，上坤的集团管控不是按照模块来放权，而是按照管控价值和颗粒度来放权，以计划管理为例，集团更多管理项目开发的里程碑节点和一级节点，剩下的二级节点、专项计划则由区域公司直接决策。这种全流程、全链条的集团管控，相对项目开发管控抓两头，系统性风险的可控性反而会强一些，这是朱静所强调的初衷。

而另一边，上坤的这种充分授权体系，是在一套完整的标准化管理体系之中实现的。具体说来有四大核心维度：

- ①在整体的运营管理中，有一整套非常完整的统一作业的方案和能力，制定了高标准的作业开发的作业手册，使得上坤所有的管理标准统一化。
- ②在整个开发的计划管理中制定了非常详实的计划管理，以及成果后评估的计划，使得在每个项目全生命周期的管理中，节点有管控，成果有评估，保证了每个运营效率的结果达成。
- ③在高效的授权体系中，实现有效的人员分工的职责体系，实现了扁平化的快速敏捷的组织决策，大大提升上坤整体的人员效率和人员能力。
- ④上坤严格遵守运营计划管理，并制定了一系列整体的奖罚对赌方案，使得在运营过程中有奖有罚、高效执行。

对于地产行业来说，年轻创业型公司有一大优势，管理团队年轻化有朝气，不会有大公司病，更不会要去家族化的阵痛，上坤身上这种特点非常鲜明：没有一言堂，职业经理人制是从创立之初就贯彻的。上坤内部有个习惯，工作会议结束后，与会人

员还会自发分享自己最近看了什么书，参加了哪类培训，员工在业务讨论之后，还会有思维的碰撞和交流。

上坤的员工更看重自我学习和提升，这种强大的自驱能力根植于上坤的效率优先原则。这种自驱性最朴素的表现就是主动学习，让上坤团队更职业化的同时，体系也更具计划性、科学性和系统性，通过“平台化+自我驱动的学习型组织”，实现组织发展与个人互相成就。这也是为什么上坤在和行业标杆合作操盘的过程中，可以跟得上节奏，打得了配合。



总结

在这两年的上市房企中，上坤绝对是让大家眼前一亮的。在和朱静的聊天中，她分享了对行业发展的理解和看法：行业未来还是存在很多结构性机会的。有一本书《基业长青》说，很多人认为在真正的移动互联网没有出来之前，大家都以为商业格局已经定下来了，但是到后来你可以看到，无论是多么大的企业，如果你不能适应时代的变化的话，你都可能被这个时代逐渐的淘汰掉。

中国房地产行业已经逐步从最初的红利阶段，转型到以“产品竞争力”和“综合运营效率”双驱动的新时代。在地产这个大赛道中，企业取胜的核心将重新回归到产品和服务，地产行业才刚刚进入“复合能力”竞争的阶段。在很多人都已经觉得行业很稳定了，但行业还是会变化。从一个历史的长河来看，并不是说大象会跳舞，关键在于这个大象他愿不愿意跳。企业如果不能很好去适应未来的变化，这个时代还是会再次创造一些新的企业。

很多成长型企业，无论是刚刚开始创业的，还是要申请上市的，都还有很多机会。我们要充满信心，脚踏实地，不用太过于担心这个行业格局的变化。上坤手握4张王牌，会如何把握这力争上游的黄金十年，让我们拭目以待。



视野
产品共筑

VISION



上坤上新

SUNKWAN SHANGXIN



上坤上新 诸暨·云锦东方 山水境 知江南

诸暨，历经2000余年风物光景，以独特的人文风情，诠释着古今神往的“东方礼序”。

城市篇

寻访前年礼序 焕新城市新生

东临会稽山，西近龙门山，诸暨是西施故里，也是古老而神秘於越文化的发祥地，拱钱塘之繁盛，占尽江南富庶。焕新，并非一味造新，而是融古创新。两千多年后，这座传统与现代相融的古城新市在时代浪潮中崛起，涌动磅礴生机。实施“工业兴强市”战略，六大产业齐头并进，稳坐浙江工业百强县市前三甲。

诸暨，正以一种全新的面貌跃然走向世界舞台，唱响经济崛起的时代潮音。其中，诸暨城东板块经济发展迅猛，已然成为诸暨重点打造的城市发展新门户。

项目篇

传承东方美学 打造生态宜居

云锦东方，正踞城东新城的核心位置，占据城东的臻贵生活配套：四纵三横交通网络，毗邻城市主干道，架构“半小时经济圈”，左右一城繁华；环伺万风新天地、大润发、万达广场、朗臻新天地、红星美凯龙家居生活广场，纵享城东缤纷生活圈。



傲踞诸暨城东核心地段，中奥上坤·云锦东方背后所印刻的新东方美学海派生活方式，也常为人称道。从一纸规划蓝图，到预见未来的美好样本，再到眼见为实的新东方美学示范区。作为上坤地产携手中奥地产首进诸暨的第一个“云系”作品，高品质、高标准要求的背后，倾注的正是云锦东方的匠心独运。

寻境入画 诗意生活

以自然的山、水、地貌为基础，汲取江南印象中标志性的小桥流水元素，水景之中用简约的线条构建流水泛舟的意趣，奠定示范区的气质基础。金属与石材在自然间交融，木舟叠水顺阶而下，形成视觉焦点，行走其间，感受不出城郭而获山水之趣，身居闹市安享林泉之怡。



○上坤诸暨·云锦东方 示范区实景

写意江南 雅致风韵

生于诸暨，活在江南。走过影影绰绰的绿丛花簇，一花一草、一水一木都触发着设计师心底的设计灵感。

一座巨型水滴艺术装置以静态的形体，呈现出动态的空间想象。“行到水穷处，坐看云起时”，黛色的水滴包裹着落日的余辉的色泽，空灵静美，却又映衬着气象万千。两者构造成一幅绮丽的画境，营造出江南雅致之美。



○上坤诸暨·云锦东方 示范区实景图

以水为媒 寻美江南

本案展示中心设计灵感来源于江南水乡自然，设计团队为空间注入“水”的自然意象。围绕设计的核心，以海派、优雅、简洁的语言，抚慰快节奏的压力以及美学泛滥带来的审美疲劳。

洽谈区是整个区域中的另一条情感脉络，在搭建城市与人交流窗口的同时，利用软装呈现出显性的江南文化基因与隐性功能。素雅的灯光点缀于书架之上，映衬温润白瓷，赋予空间宁静之意。



○上坤诸暨·云锦东方 示范区实景图

家的起点 东方宜居

美好的居住环境，不是让景作为建筑的陪衬，而是让建筑生长在景观里，形成日常可享的景趣。空间打造上，设计形成“两轴六庭”的空间构架，构建出一个龙门高棣、曲水弦韵、松涛聆风、拂春绿庭、百草学堂、林下讲武的六重生活礼序暖心社区。

一进——龙门高棣 礼序门庭

台门兴旺，觉醒千年大院，门楣建筑形制。

二转——曲水弦韵 归家典仪

曲水弦韵，艺术气质引导归家，彰显名门礼仪风度。

花园水景动静皆宜，醉享移步换景之趣。

三阅——拂春绿庭 绿意盈目

拂春绿庭，绿意盈目阳光草坪，精彩纷呈生活天地。

四合——听泉茶舍 礼仪会客

听泉茶舍，谦谦君子清心雅居，打造艺术生活会客大厅。

五愉——健身运动 有氧生活

运动活力，解锁趣味活动空间，揽四季风华悠然自得。

六归——礼序尊享 舒朗官邸

跨越六重礼序风光，尊享舒朗官邸。

以层层叠进的园林礼序，涤荡满身烟火气息，打造城市礼序生活，将风光与建筑融为一体，让风景植入心灵。



户型篇

全生命周期户型 焕新美好生活

作为一个影响城市发展格局、打造宜居生活方式的人居品牌，中奥上坤·云锦东方联袂上坤设计团队，从建材选择、工艺运用到室内空间配置，践行上坤“云系”至臻品质标准，以海派艺术焕新人居体验。



约137m² 3+X魔方户型，空间百变灵活，可作为多功能房间。解锁先生挚爱的古玩藏宝阁、太太的潮流秀场，也可为孩子打造一个娱乐天地，承载父母的天伦之乐；四开间朝南，约9m三联观景阳台，每一处都能享受充分的阳光；约20m²一体化客餐厅，约25m²朗阔主卧，深U型大厨房……面面俱到的功能享受，让人心向往之。



○上坤诸暨·云锦东方样板房实景图

约165m²样板空间，设计师延续硬装静谧从容的风格，使得自然环境和室内空间自在融合，呈现简洁温暖色调，再现江南风物之柔美。大面宽客厅陈设精致，材质独到，明暗有序。借助超宽落地窗的通透采光，搭配原木材质矮凳，以诗意表达丰富山水韵味。



○上坤诸暨·云锦东方样板房实景图

主卧空间背景墙选用江南园林中标志性的十字型花窗造型，水墨江南画卷为整体空间增添了几分素雅。全屋灯具及配饰，选择温情的圆润造型，丰富人们视觉体验的同时，彰显出温馨兼柔的空间气质。



○上坤诸暨·云锦东方样板房实景图

设计的本身，是讲述空间的意蕴，它赋予空间特有的情感，每一种选择都是我们关于家、未来、生活方式的理解与感知。上坤诸暨·云锦东方，将空间与美链接，让艺术与家融合，在江南烟雨之地，觅得一隅诗意的空间。

云锦东方
上承千年文脉
下领当代宜居
千年诸暨之上，纳藏悠然谧境
以匠心精筑
一处城东繁华芯的新东方礼序雅居
开篇诸暨人居的盛世华章
礼献诸暨名仕

武汉·大都会，敢为长江先

每一次伟大的更新 都是为了让未来更进一步

城市篇

当武汉战略向东画圈 看见一座进击的阳逻

自古以来，武汉依水而起、因水而盛，孕育出“十里帆樯依市立，万家灯火彻夜明”的繁华景象，被誉为“东方芝加哥”。

阳逻，雄踞武汉东大门，长江腹地第一深水良港，与生俱来就具有码头、港口的基因，遂而生成“敢为人先 积极进取”的城市精神。依托深水港优势，更藉由产业导入、25家世界500强企业进驻、11家中央直属企业落户，背靠国际大临港、国家航天产业基地以及长江新城等高规格规划集聚，阳逻逐渐成为武汉的「浦东新区」。作为长江新城宜居建设先行区域，阳逻大力发展港口经济的同时，区域配套价值逐步兑现。双轨、双高速、四座过江大桥，立体交通加持下，一个宜居宜业、产城融合的全新“样板”，呼之欲出。

项目篇

从“好房子”到“好生活”百强上坤，为宜居而来

武汉从不缺好房子，缺的是好的生活方式，对于进击的阳逻亦是如此。作为武汉东崛进程的耀目明珠，阳逻孕育着码头经济与工业振兴的极强底色，却独缺一张代言大都会生活方式的居住名片。

在土地禀赋与时代召唤下，上坤集团，溯长江而来，立武汉东部崛起的战略桥头堡——阳逻之心，以居所为核心，揽城、路、园资源大器，以一座约60万方全能大城上坤·大都会，为区域赋能，揭开宜居大都会序幕。



○上坤·大都会(效果图)

双轨四桥双高速 用速度致敬未来

产业是城市发展的底盘，交通则是缝合、兑现城市价值的催化剂。作为武汉地铁开通时间最早、规划数量最多的新城区，阳逻通过四条地铁、双快速通道与后湖、汉口、青山、光谷等版块紧密缝合；四座长江大桥加持，形成“水、陆、轨”多维立体交通网络，加速区域提档升级。

5大顶流商业环伺 以繁华引领未来

以上坤·大都会为核，4KM为半径画圆，便是阳逻的繁华富集区。全国第“四座”万达广场旗舰店坐落于此，以50亿投入，再造一座“楚河汉街”，奏出武汉向东的繁华强音；而当步履外延，红星爱琴海购物公园、宝龙商业综合体等5大商业综合体环绕在旁，潮流、时尚、艺术……汇聚于此，上一秒流连于精彩的音乐剧，下一秒穿梭于风情咖啡厅，再下一秒漫步于公园的阳光草坪，自在生活随心切换。

蓝玉项链公园头排 与绿境共享未来

择自然而居，与公园为邻，是当代都会青年的居住理想，头排景观更是公园住区的核心板块。上坤·大都会坐拥约1500亩“蓝玉项链”滨水岸线中央公园头排资源，并通过绿植系统与公共空间串联整个居住区域，居于此，繁华之中瞰城市，静谧间赏云海日出，他处理想在此皆为日常。

一座大都会 一座可持续生产的全能之城

“我们希望这个空间能让现代人慢下脚步，安静地聆听自己的内心，获得精神上的全新解放。”为和鸣城市之作、解区域发展之题的项目，如何不浪费土地资源禀赋，如何为武汉带来全新的都会生活方式，成为上坤·大都会面临的一大命题。



○上坤·大都会(实景图)

此种考量下，上坤·大都会，把社区开发与运营的对象真正回归到“人”，汇教育、文化、潮流、成长于一体，让属于社群的故事，由此展开。

可阅读

武汉首个「大隐书局」落地 万本藏书，让阅读点亮生活之光

空间、建筑、环境与人所共同形成的整体居住氛围，但上坤·大都会更注从物质丰盛到精神美好。基于此，在打造项目实景示范区时，携手上海本土原创的实体书店「大隐书局」，打造成集阅读、美学、社交、体验等多功能为一体的共享书店，以“打卡式”沉浸体验串联起场景的变化组合，构造武汉全新的文化艺术地标。



○上坤·大都会(实景图)

不仅是武汉「书店深耕社区」的初次尝试，更是为都会青年量身定制生活模式。在万本藏书中，阅读、阅己、阅世界，以谦虚的姿态，耕读内心，邂逅一所精神博物馆。



○上坤·大都会(实景图)

懂潮流

潮流对味，食色番也
下楼即享约6万方先番荟商业

一种街区，两种生活。上坤·大都会内引入华中首个集特色餐饮、主题娱乐、艺术时尚等业态于一体的先番荟商业，在社区南北区域规划两个BLOCK街区，集吃喝玩乐于一体，建成有内容、有态度的潮玩圣地。

未来，将与外界商业形成合力，让这里不仅成为是青年潮圣地，更是全家人的社交场。



○上坤·大都会商业街坐标(实景图)

更全能

2街2园24景
全龄社交场 用成长陪伴成长

遵循“生活进化”的本质，上坤·大都会沿袭上坤云系「美学、人文、生态、智慧」的成长社区理念，通过对老中青三代生活场景的重构，精心打造出“两街两园24景”的园林景观，营造大都市高品质健康住区。



○上坤·大都会儿童游乐区(效果图)

7大成长空间，启迪孩子们的热爱以及探索的天性；9大活动场域，以活力爆炸的生活方式与都会青年对话；6大活动场景，让关爱的内核深深驻扎在每一位老年居者的内心，让不同年龄段居者有明显的社区归属感。



有眼界

拟引入武汉市知名小学
教育先行 涵养都会下一代

上坤·大都会在规划之初，便将优质学校教育作为立足重点。为了弥补区域内优质小学教育空白，计划花重金打造2所幼儿园、引入武汉市知名小学，以优质师资团队，解决年轻打拼者的教育焦虑。项目距离新洲一中仅约2.5公里。据媒体报道，2020年高考新洲一中武汉排名第二，仅仅比面向全湖北省招生的华师一附中略逊一筹。随着优质教育配套逐步兑现，形成家门口的优质教育链，随着优质教育配套逐步兑现，大都会将形成家门口的优质教育链，让孩子在书香之中成就未来。

可以想见，在武汉东进的蓝图上，上坤·大都会，将以“宜居生活”为内驱力，以城市共建者身份，在汇聚世界资本、融合生活价值的基础上，为长江新城带来一座崭新都会地标。而未来，随着上坤·大都会规划正式落地，将迭代长江新城的居住名片，让生活重新想象。

户型篇

全生命周期户型 方寸之间，演绎实用空间美学

在户型打造中，上坤·大都会践行上坤“云系”至臻品质标准，从一个人的简单到两个人的甜蜜，从三口之家的幸福再到三代同堂的圆满，以建筑面积约85-128㎡精工高层，满足全家对一生之所的幸福想象。

约85㎡三房两厅一卫

三房配置南北通透，双厅一体敞阔大气，三开间朝南，四季皆可沐浴暖阳。

A 约85㎡



三房两厅一卫



○上坤·大都会样板间(实拍图)

约96㎡三房两厅两卫

三开间朝南，南向奢适主卧配备独立干湿卫浴；南北3飘窗，高空间使用率，体味生活情趣。

B 约96㎡



三房两厅两卫

约118㎡四房两厅两卫

方正格局，全能四房盛纳三代人的美好生活；套房式主卧，配备干湿卫浴及衣帽间，兼顾私密与舒适。

E 约118㎡



四房两厅两卫

结语

12载匠心雕琢，“用心造好房子”的理念已经深深篆刻进上坤集团的骨子里。未来，上坤·大都会将继续秉承“为宜居而来”理念，从商业、教育、住宅等角度切入，推动美好生活落地生长。

山语云邸

海派都会美宅, 迭代道墟时代人居

【云系璀璨著品, 质敬千年道墟】

“上虞名郡, 溯自大舜。后妃淑德, 娥皇女英。汉有大儒, 王充论衡。晋则谢安, 东山大隐。曹娥至孝, 英台情深……文物大邦, 千古扬名。”

——金庸《上虞赋》

城市篇

跨越千年历史 潮动城市发展

上虞, 位于杭州湾南岸, 处在杭州与宁波之间, 与上海隔江相望, 历史悠久、人文荟萃。这座千年古城, 是中国古代传说中舜帝会百官之地、全球最早的青瓷发源地之一。浙江第二大河曹娥江穿城而过, 有英台故里、孝德圣地、有道之墟……这里, 深藏江南千年历史的骄傲与底气。

当历史跨越2000多年后, 时代潮动上虞这片土地, 腾飞的序章开始启动。

项目篇

上坤云系璀璨作品 质敬道墟层峯人仕

山语云邸, 择址千年古城道墟, 拥享城西醇熟生活配套: 多维立体交通, 畅达主城; 高速链接万达广场, 包括大型商业中心、步行街、写字楼等, 尽享一站式生活。



山语云邸隶属于上坤集团云系产品, 以领先普通住宅舒适的尺度, 将居住体验的每一个细节融入到作品中。作为上坤首进上虞之作, 山语云邸集云系作品之精粹, 承袭海派精工文化, 将国际大都会上海的审美、格调、标准等延续至江南历史文化之地, 唤醒古城千年骄傲, 礼遇道墟层峯人仕。



现代大都会风格 引领时尚风范

每一个时代的都会系作品, 向来懂得城市中芯的难得。收藏一座择址未来发展中心“都会系藏品”, 亦是持有一份不言而喻的财富。21世纪的上虞, 大都会的故事继续上演。因为, 如今上坤集团将这种大都会风格带到上虞, 带给道墟层峯人仕。



○上坤上虞·山语云邸示范区实景图

山语云邸以艺术方式传递大都会美学, 将艺术、景观、社交与生活紧密连接一起, 无处不在的大都会摩登因子让居者近距离感

受艺术与心灵、自然与空间的彼此欣赏。建筑承袭曼哈顿经典风格, 复刻大都会风情, 以温和主色调和简洁线条勾勒建筑外观, 流畅和谐, 给人静谧之感; 运用石材与镜面等材质, 让建筑更有尊崇感; 米黄色外立面, 让住宅更有品质感。



智能科技安防 为全家保驾护航

匠造全龄智慧Y-un社区, 将人工智能、大数据、5G技术等应用到社区防控感知平台, 五道安防系统, 做到“管、防、打、控、联”五位一体, 实现上坤产品智慧化升级。

大型童玩天地 童年不“童”样

社区规划上虞难得带有都会特色的童玩天地, 分龄段探索空间, 让童年不“童”样。其中0-3岁认知空间, 3-6岁初级探索空间, 6-12岁安全挑战空间, 让孩子尽情探索世界, 发挥奇思妙想, 开拓思维, 健康快乐成长。





○上坤上虞·山语云邸示范区实景

建面约89㎡精致户型，空间优化，功能完善。精致三房，三开间朝南，南北通透，采光通风佳，拥抱舒适明亮生活。观景飘窗，拥揽窗外四季自然风光。



科学规划U型厨房，对各个功能区域科学划分，明确洗涤区、烹饪区，操作面较大、动线较短、空间利用率高，让烹饪得心应手，与家人畅享更多美味食光。



○上坤上虞·山语云邸示范区样板房实景

建面约106㎡阳光户型，布局科学，空间合理。典雅三房，瞰景华居，南北通透，畅享阳光明媚生活。主卧套房设计，私享静谧生活；双卫浴配置，更多舒居生活享受。



客厅、主卧、次卧三开间朝南，南北通透，将更多阳光与清风收纳于室内，让每一寸空间都充满阳光与清风。主卧享格调飘窗，在阳光明媚的清晨，轻轻伸个懒腰，在窗前沐浴第一缕眼光，开启心情美好的一天。



○上坤上虞·山语云邸示范区实景

建面约126㎡全龄户型，尽显主人尊贵风范。设计遵循宽境、尊崇原则，以居住感受为准则，秉承精雕细琢空间哲学，创造都会质感生活体验，尽显主人从容生活态度。



朗阔四房，宽境舒居，共鸣当代人居美学。大面宽设计，餐客厅一体，主卧套房宽景阳台、浪漫飘窗，合理布局4房2厅2卫，居住于此让生活充满仪式感，轻松满足各种需求。



○上坤上虞·山语云邸示范区实景

山语云邸
 传承江南千年历史风蕴
 融合海派精工文化
 集上坤云系璀璨力作之粹粹
 一席云邸 境藏时代大都会风貌
 传递全新都会生活理念
 启幕道墟人居新篇

上坤臻心物业 提供全方位服务

上坤物业成立于2012年，通过国际权威认证机构CQC的三标一体管理体系认证。2021年2月22日，上坤集团旗下上海上坤物业管理有限公司荣获“诚信承诺AAA级企业”称号。物业工作人员始终坚守“四零四度”原则，悉心关怀每个业主、每个家庭，甚至记得每家宠物的名字，随时为业主提供最贴心和悉心的服务。

户型篇

全龄品质户型 焕新居住时光

上坤秉持“为宜居而来”的初心，以专业空间设计，细致入微的精工品质，打造云端品质户型，彰显主人优雅从容品味，焕新道墟居住时光。

I IWARE WORKS

2021年上坤宜居作品

春日之美·与爱共居



◀ 芜湖·铭悦四季

WUHU · MINGYUE SI JI



◀ 合肥·云栖麓

HEFEI · YUN QI LU

奔跑笑闹，去野去浪漫
和家人一起感受幸福，享受每一瞬时光
将美好，藏进一生梦境



◀ 杭州·云栖宸园

HANGZHOU · YUN QI CHEN YUAN

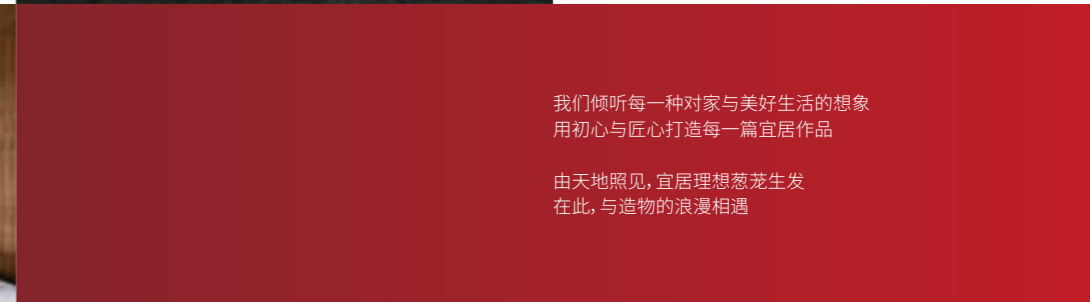
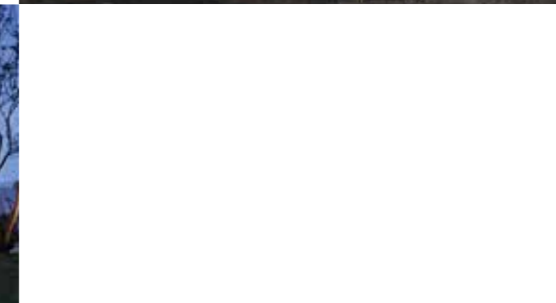
“小园新种红樱树，闲绕花行便当游”
轻风拂过枝头，浮云逃逸空中
青草香气萌动，阳光与绿意交织





佛山·云峯壹号

FUOSHAN · YUN FENG YI HAO

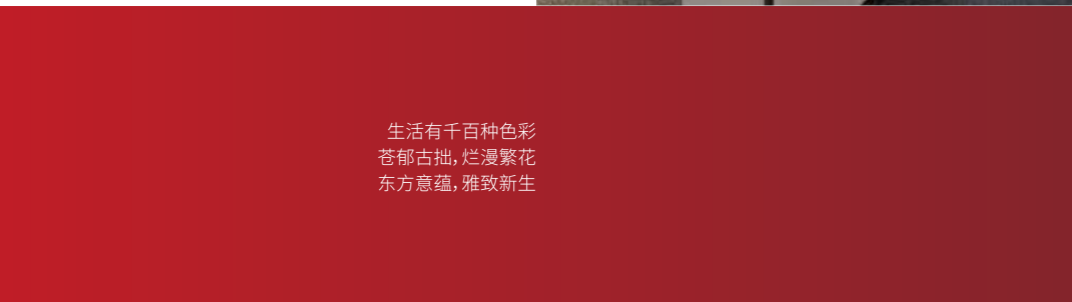


我们倾听每一种对家与美好生活的想象
用初心与匠心打造每一篇宜居作品

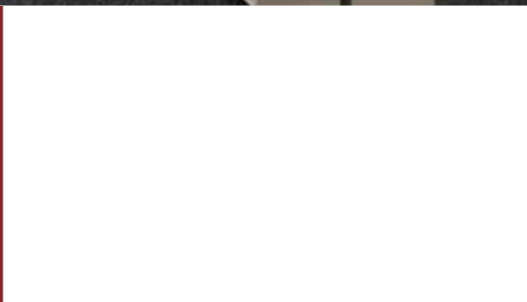
由天地照见，宜居理想葱茏生发
在此，与造物的浪漫相遇

武汉·大都会

WUHAN · DA DU HUI



生活有千百种色彩
苍郁古拙，烂漫繁花
东方意蕴，雅致新生



阜阳·抱龙石艺小镇

FUYANG · BAO LONG SHI YI XIAO ZHEN



诸暨·云锦东方

ZHUJI · YUN JIN DONG FANG



艺术宜居

ART IS LIVABLE



上坤K-HOME 五维成长家 理想生活, 内外皆美

有人说, 房子和生活的关系, 就如同“楛”和“珠”。当我们与世界的关联愈发紧密, 与之相对的, 人对生活的向往也更多地体现在了从“安身”到“安家”的转变。家, 是有阳光的客厅、有香气的厨房、有温暖灯光的卧室、有欢声笑语的家人——是生活赋予了房屋美好的含义。

上坤K-HOME五维成长家, 以设计者的视角探讨宜居本质, 寻求科技与生态平衡, 注重生活无处不在的美学享受, 打造与爱共成长的宜居好房, 更在乎美好生活本真。

上坤K-HOME 五维成长家·收纳体系

每套房子都有特定的住址, 每个角落都记录着人们平凡的故事。而收纳, 往往是一套房子最为基础的功能。我们想打造的收纳空间, 是隐蔽、美观、“大肚能容”, 因为在这些并不显眼的角落里, 往往藏着与生活不期而遇的幸福

“万事俱备”的玄关

进出门放一把钥匙、雨天备一把雨伞、遛狗后放下遛绳……家门口, 留有生活最本真的痕迹。

上坤玄关收纳依据回家模式与离家模式两条动线, 将10项收纳功能归于一墙之内。钥匙挂钩、雨伞挂钩、旋转鞋架……你想要的, “万事俱备”。



◎上坤杭州·云栖宸园示范区实景

内敛有度的客餐厅

喜欢家常小菜, 偶尔也想换个口味尝尝红酒牛排; 简约大气的电视柜, 更是收纳能手的“万能空间”。上坤客餐厅收纳系统, 中西厨双设计, 满足全家人的口味; 内嵌式电视墙兼顾美观实用, 打开柜门“别有洞天”。



◎上坤诸暨·云锦东方示范区实景

行云流水的厨房

菜品、调料、刀叉碗筷、烹饪工具……这里集合了最鲜活的人间烟火, 更需要配备触手可及的便利。上坤厨房收纳将大量零碎空间整合, 餐具、调味料、厨房家电等分类收纳, 厨房便利整洁, 给热爱生活的灵魂更多自由发挥的空间。

上坤K-HOME 五维成长家 人性化体系

“大光圈”厨房台面

享受美食的好心情要明亮，好菜肴的完美香味需要“聚光灯”。上坤人性化体系在厨房台面安装暖光照明，烹饪再无光线死角，帮助准确掌握火候，美味烹调更顺心。



◎上坤武汉·云峯示范区实景

镜子里的高清美颜

精心打造的完美妆容，只有不起雾的镜子才能展现细腻光泽肌的魅力。上坤为卫生间选用防雾镜面，在潮湿环境也能保持镜面洁净清爽，美丽不被模糊，居家幸福更清晰。



◎上坤阜阳·抱龙石艺小镇示范区实景

镜柜内的“续航神器”

生活的小麻烦总是用各种方式刷存在感。上坤在镜柜内部预留插口，吹风机即取即用，更可为家人常用的电动牙刷、牙刷消毒器等充电，收纳空间更充足，台面更整洁。

上坤K-HOME 五维成长家·健康体系

“家”，安身立命，共享天伦。疫情过后，那些被迫和亲人们呆在一起的日子，是否也渐渐滤去了无奈、迁就，回味出些许美好的记挂和安心？无论生活过出何种滋味，唯暖风春意与陪伴无可替代。

“黑科技”净化砖

厨房、卫生间是生活里使用频率最高的场所，也是家中容易出现异味的地方。上坤在厨房及卫生间加装负离子空气净化砖，特殊釉料可电离空气中水生成负离子，有效分解室内装修有害气体，让墙面像树木一样会“呼吸”。

“隔离”地漏

地漏里的神秘味道，嫌恶里带着恐惧，随之而来的病菌更成了威胁家人安全的一大隐患。上坤针对普通地漏弊端，采用单向排水特殊设计防臭地漏，有效阻绝下水道污染气体反溢，降低病菌通扩散传可能。

上坤K-HOME 五维成长家 智能科技化体系

一键到家

上坤用科技加持家的大门，智能门锁再也不用担心忘带钥匙，指纹、密码双模式流畅入户，智能猫眼自动摄录可疑人员流动，强力安防排除隐患，守护家的安心。



◎苏州相城项目智能门锁示意图

“田螺”管家

手动开窗开灯？你out啦！语音唤起智能控制，电影里的科技名场面早已成为生活标配！我们的老朋友——上坤智能科技代表作小K管家，手机操作即可操控室内空调、新风、地暖、灯光等系统，更可实时监控室内情况。你的家，由你一手掌握。



◎小K管家移动端功能示意图

上坤K-HOME 五维成长家·美颜体系

淋浴间的艺术品

这是上坤独有的美学呈现，在于生活细节之处创造美好享受。淋浴墙瓷砖拼花的制作需要精密测量计算，切割拼接工艺比普通瓷砖拼贴难度更高，需要在专业人士的指导下才能完成。

缝隙里的完美主义者

美丽总是由无数个细节堆砌而成。上坤配备成本更高的瓷砖美缝工艺，能够防止瓷砖缝隙藏污纳垢，同时赋予墙体更优越的视觉美感。不要小看它——清理墙体的时候就会发现，多一道工序是多么的有必要。



◎苏州相城项目淋浴墙瓷砖拼花、瓷砖美缝示意图

更有深度的叠级吊顶+灯带

家有红毯，更要有无懈可击的灯光。

上坤运用叠级吊顶搭配灯带，纵向增加大空间层次感，漫射的光线足够优雅却不会喧宾夺主。在家里，就是生活的主角。



◎上坤武汉·云峯项目实景图

结语

在所有上坤K-HOME五维成长家为宜居所打造的细节里，承载的是每一位客户对家与美好生活的想象与期冀。舒心、人性化、健康、智能、美好，那些我们如数家珍的用心与文章之外更多未被提及的巧思一同，展现着设计者关于人与人、与时代、与自然、以及与美之间关系的探讨和思考，才呈现出今天的样貌。

从“安身”到“安家”，生活的舞台永远为每个饱含热爱的灵魂敞开。



上坤成长社区：自然与人居的和谐共生

一棵树的成长法则

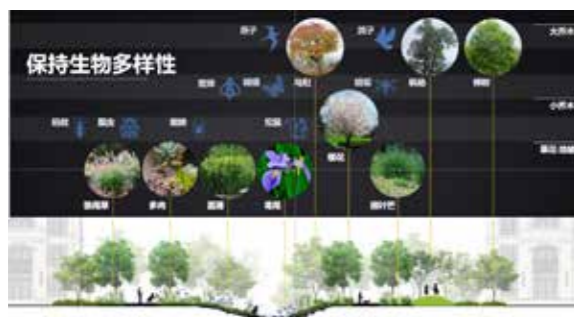
THE GROWTH RULE OF A TREE

一棵树最好的成长方式
是随四季抽枝，随水土萌芽
自然有他独特的定律
少一点条条框框 多一点互通共生
万物美好 进退守恒

我们不再频繁干预植被的生长搭配 而是用“自由”将它们的生机留住

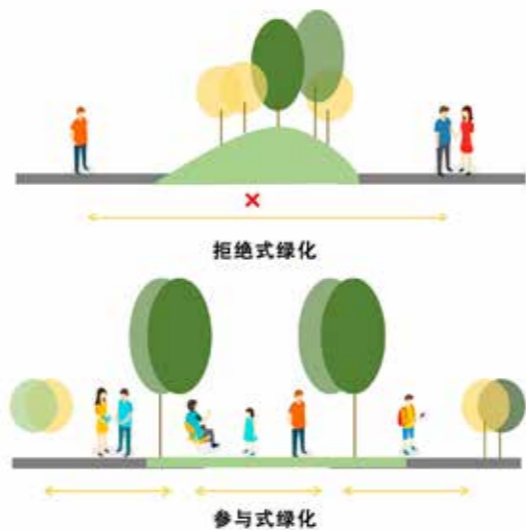
人为介入少一点，只为赋予自然更多发挥空间。很长一段时间，我们笃信欧式庭院中轴对称的完美主义，对植被的搭配多加干预，灌木可以被修剪成圆形、方形却唯独不是它该有的形状。但假如将眼光收回东方，“随形造景”的理念从始至终贯穿在中式审美体系之中。

行至当代，我们希望将被工业材料侵蚀的每一块社区场地还予自然，将生物多样的精彩引入生活，用虫鸣蝉噪疏解都市快节奏的高压，用鸟语花香培养孩子发现美的眼光。上坤成长社区正通过景观生态学理论寻找人与自然共生的平衡点。



◎景观生态示意图

上坤成长社区关注植物个体的生理特征和生态习性，营造自然式植物群落。希望人为干预少一点，只为赋予自然更多发挥空间，多一些自然生长的野趣自然，模拟自然的景观，让人们可以更接近自然，舒缓身心。将生活之境融入自然生境，赋予社区植被充分成长空间，创造兼顾舒适性、功能性、均好性的社区景观体验。



◎景观功能示意图

我们不再强求植物血统 而是将“合适”作为第一要义

少一些植被种类的生硬堆砌，多一点因地制宜、适地适树。甄选多一些土地记忆的乡土树种，留住珍贵的乡愁，打造温暖社区。如同“石无贵贱只有对错”，自然万物平等共生，而其价值只是人类赋予。好的标准从不唯一，园林之于社区正是“如人饮水”，合适才能长久予人欢心。

同时适当加入本地种植表现良好、与群落相协调的外来园林植物，提高群落景观的观赏性，形成四季有景的生态群落景观。让社区景观能够形成种植体系小循环，打造适宜于不同场地的最稳定的植物生态种植体系；减少人工维护的成本，形成独特的自然景观效果，唤醒人们心中对自然的向往。



◎上坤佛山·翰林湖壹号景观实景图

我们不再过多关注数据 而是用“空间”让植物充分呼吸

数据的计较少一点，自然的回馈多一点。上坤成长社区的景观开始尝试减少复杂的、无意义的植物层次，将绿化面积、绿化率等冰冷的数字单位与脱离实用主义的铺陈，放置于植物通风、遮荫、挡风的作用之后。



◎景观功能示意图



◎微环境模拟示意图

我们不再宣扬“驯化”自然 而是在“共生”中获得共荣

对自然少一分占据，自然便多还一分空间。人类活动与自然循环的关系并非“此消彼长”，上坤成长社区从自然规律中借力，将人类活动置于自然循环之中，强调人与自然共生、植被与场地相互成就。

可参与的、可步入的晴雨花园及早溪叠水，让孩子能够观察到自然界的雨水消长。儿童活动场地选育可食无毒、具有科普性树种，让其喜爱自然、体验自然、学习自然。上坤中心在商业区域中设置屋顶花园，灰色砾石搭配木质矮台，在城市的匆忙高效中邂逅一抹蓬勃绿意。社区中心大草坪为周末聚餐、露天电影、清晨瑜伽等活动提供最佳场所。植被与场地相互穿插打造的邻里互动空间，便于穿梭的闲谈同时更赋予社区温度。



◎上坤芜湖·铭悦四季景观实景图

上坤以一棵树为索引
倡导人居与自然的和谐共生

进退有度 大道当然
遵循万物的法则
美好生生不息

SUN KUAN

艺术赏析 | 莫奈 留住光影

原文刊载于 世界艺术ART

我想用一种鸟儿在唱歌的方式画画 ——莫奈



○莫奈《阿尔让特伊的人行漫步道》1872年

最光辉绚烂的、最激动人心的天空，莫过于我们通常在夏季所看到的了——那种朵朵白去在四散移动的蔚蓝色天空，生气盎然、变化多端。它像海浪那样使我们内心翻腾，使我们神往。



○莫奈《停泊着的游船》1872年

从印象派开始，绘画不再承载道德说教的任务，而只是快乐单纯地享受来自周遭视觉景象的快乐。观者欣赏印象派大师莫奈的作品时，完全不用考虑他要表现什么，只要全身心地去看画作所描写的场景就好了。眼光越是单纯，获得的快乐就越多。



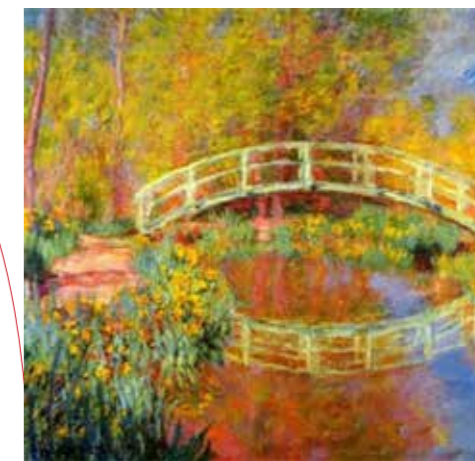
○莫奈《日本桥》(系列画) 1896年

印象派虽然诞生在一百多年前，但仍有极强的时代感：印象派反映平民生活和自然风光，亲切生动，符合现代人对绘画的认知；画面明亮灿烂、笔触奔放有力，极富动感，符合现代人快节奏生活方式的需要；画作充满唯美的元素、洋溢着激情的色彩，符合现代人对美好事物的向往。

莫奈把自己的思想感情迁入景物里去，深入体会景物的情趣，他的画作包藏着他真诚的思想感情，这也正是他的作品经久不衰的生命力所在。

莫奈创作时追求作品与现实生活的吻合性，没有具体的规则可循，作品给人一种轻松和愉悦感，但正是因为印象主义绘画的无规则性和原始美感，作品赢得了大众的喜爱，因此印象主义也被看作是眼睛对心灵的独裁。

睡莲是印象派大师莫奈晚年的杰作。他前后共画过三批不同风格的睡莲：1900年左右（一般有日式拱桥）、1904-1909年、1914年组画，各有各的精彩。虽然当时眼疾已经极大地影响了他的创作，但他的艺术已达登峰造极的地步。他的睡莲蕴藏着一种内在的美，同时兼备了造型和理想，使他的画面更接近音乐和诗歌。生命中瞬间的感悟，定格为永恒的经典。

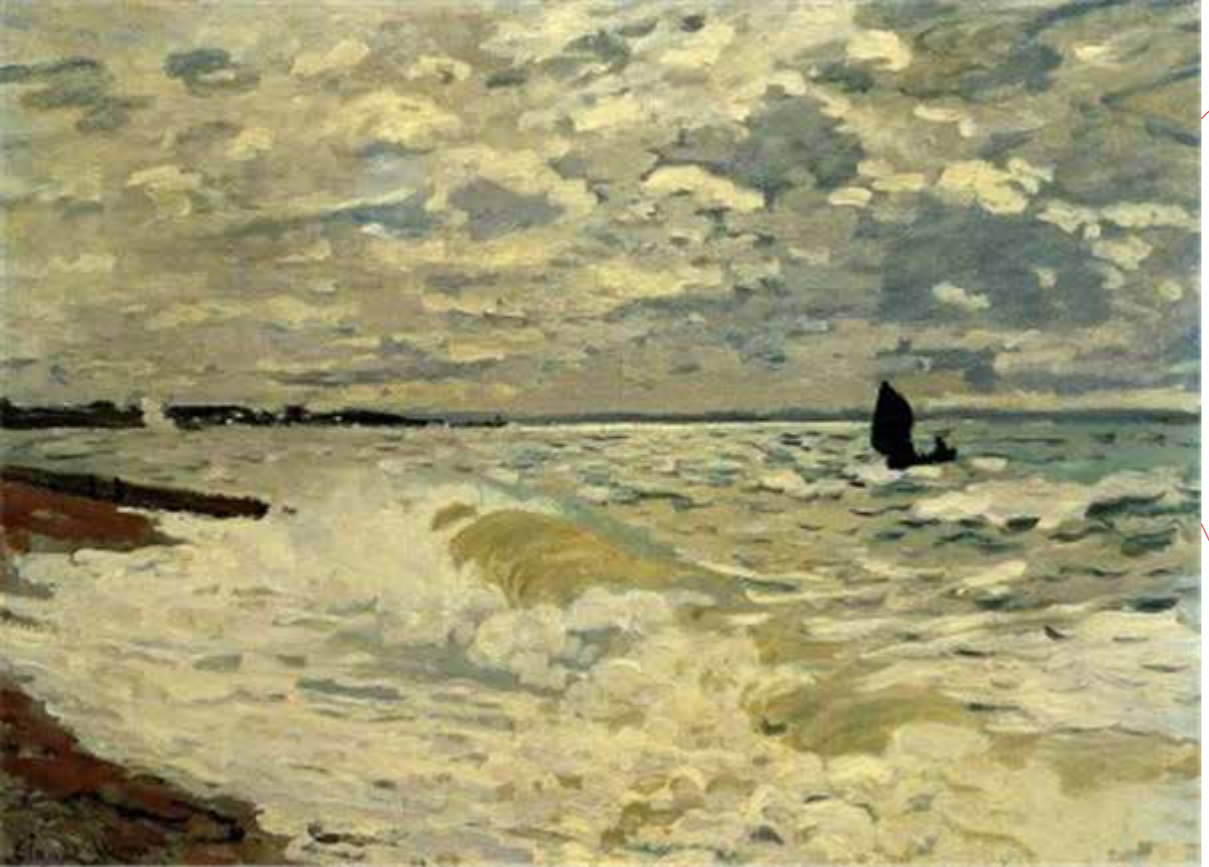


○莫奈《日本桥》(系列画) 1896年

○莫奈《睡莲》



莫奈认为一切色彩皆产生于光，所以他依据光谱中赤、橙、黄、绿、青、蓝、紫来调配颜色；由于光是瞬息万变的，所以他认为只有捕捉瞬息间光的照耀才能揭示自然界的奥妙；他提倡户外写生，在阳光下依据眼睛观察和现场直感作画，所以他的作品具有一种特有的清新和艳丽。莫奈的成就是绘画史上一个重大历史转折点，一场以光影为主题的革命。



○莫奈《圣艾迪雷斯的海》1868年

印象派的创作让观者感到快乐，他们用自己掌握得最有力的手段——色彩创造了欢乐；观画犹如听一曲轻音乐，欢快、颤动、飘渺，心情顿时轻松；或是奔放、果敢、不拘小节，云层的翻滚、海浪的排空之势，跃然纸上。

莫奈在描绘阳光普照下的树木花草、波光帆影等一类题材时，采用了快速的逗点状短笔触，这种笔触能够真实记录他观察到的每一个明暗层次，在画面上形成一层由颤动的小圆点和小笔触所组成的活泼的肌理，充分再现光线感强烈的氛围。这逐渐成为印象派标志性的独特技法。

○莫奈《日尔曼森林的灌木丛》



莫奈把大自然作为最钟爱的主题，根据光与季节的不同捕捉所有生命的瞬间，充分表达个人的感性知觉，以一种超然欣赏的姿态，来描绘大自然瞬间的美，还有什么比闪烁的壮丽，绚烂的光芒，怡人的影子更富有诗意的呢？这使他的作品成为永恒的经典，艺术殿堂的瑰宝。



○莫奈《台阶》1878年

莫奈明确地把光和空气的表现纳入绘画色彩之中，在他的作品中，由于使用光谱色彩而不是混合色彩，使阴影部分也变得透明和充满丰富的色彩，分不清层次的空间透视把远景和近景联合一体，因而把无形的阳光以及弥漫于景物四周的空气都画得非常具体而且充满着生命力。用饱和简洁的色彩来体现一种空间感，表现出的明亮天空与其它画家相比色彩更具视觉冲击力，严密的整体色调让观者心情豁然开朗。

莫奈驾驭光影的艺术造诣在某种意义上说是物我相融的境界使然，其画中光照所投的连绵阴影，颇具中国艺术含蓄和空寂的意味，有着东方美术空白空间所具有的审美效能，可谓亦真亦幻，虚中有实；或许可以说他作品能流芳百世，正是因为它引导出了这种虚实相映的真实感。

他的色彩、线条、形体和构图都是激动不安的，他用笔彩的颤动制造曲线、螺旋线来加强画面的节奏和力度，那些富有韵律的线条和色彩是他心灵颤动的可视笔迹；他通过极具感染力的笔触，在表现光影色变化的同时也表现一种情绪，这种情绪可以引起观者感情的共鸣和联想。



○莫奈《枫丹白露森林的博德默橡树》1865年

他洞悉大自然每一个瞬间，将转瞬即逝的美景转化为永恒。他是追逐太阳的使者，光是他作画的氧气；他的画是用色彩和笔触凝固的时间和空间，这不仅是审美视野的延伸，更是一扇被推开的心灵之窗。

艺术，一切皆有可能

ART, EVERYTHING IS POSSIBLE

上坤地产蝉联蓝筹百强企业 产品力再获肯定

RECOGNITION
OF PRODUCT STRENGTH

5月25日,由《经济观察报》主办的“第十八届(2021)蓝筹年会”于北京举办,众多房企管理者出席此次活动,共同探讨行业未来发展趋势及方向。本次盛典,上坤凭借领先的综合实力和优质产品力,蝉联第十八届(2021)蓝筹百强企业,并荣获卓越产品力十强。

此次蝉联获奖,在彰显上坤稳健增长的综合实力的同时,亦是行业及市场对上坤产品实力的高度认可。十二年耕耘成长,上坤将继续保持对产品的高要求,实现产品领先、效率优先为底层逻辑的高质量适度规模发展。



○上坤地产荣获第十八届蓝筹百强企业

品质升级

匠心营造 行稳致远

在这个快速变革的时代,建筑改变城市美好生活的方式在不断刷新。上坤十二年征程,秉承“为宜居而来”的初心,在提供好房子、好服务之外,更提供更多可能的美好生活方式,让生活更贴近于每个人的理想。

作为“城市优质生活服务商”,上坤洞察精研市场与用户,随着客户需求迭代不断进行产品迭新。2021年,上坤产品系再升级,根据不同年龄段客户对于居住空间、生活场景的需求,打造TOP系、云系、四季系、特色系四大产品系,在保证产品竞争力与市场影响力的同时,持续为客户提供有品质、有温度的美好生活体验。



○上坤地产荣获第十八届蓝筹年会卓越产品力10强

匠心致远

INGENUITY





○上坤苏州·望湖四季：第二客厅，让生活更精彩

为了使场景化营造有更好的效果与使用感，上坤不断整合自身资源，进而实现跨界嫁接，与大隐书局、变奏区、幸福集荟等知名IP跨界联动，打造了一系列场景化生活图景，引领关于美好生活的全新想象。

多元升级

发展提速 高效赋能

2020年，上坤地产(6900.HK)香港上市，成功登陆资本市场。在品牌影响力不断跃升的同时，业绩规模及综合实力也在持续增长。

开年以来，上坤土储规模不断增长，先后进驻南京、无锡、郑州、汕头、信阳等多个城市，同时深耕长三角、珠三角及中部核心经济区，助力上坤实现“产品领先、效率优先为底层逻辑的高质量适度规模发展”。

今年4月，涵盖时尚、休闲、社交等多元消费场景的社交生活聚集地——先番城于上海七宝落地，开启了上坤商业发展的新篇章，助力上坤进一步深入推进城市优质生活，为城市美好生活贡献力量。

结语

尽管行业风向在不断变化，但上坤在顺应局势的同时，始终坚守初心，践行匠心，创造稳定的产品价值，让客户真切地感受到上坤的温暖与关怀。

对美好生活的追求，是永不停息的征程。未来，上坤将继续优化提升产品力，不断创造出更多更好的作品，为城市优质生活，不断成长，持续进化。



○上坤携手变奏区打造绘本剧，登上保利大剧院舞台

○2021年4月，先番城启幕新世代



在时代趋同的行业背景下，上坤坚持有标准而不标准化，在标准的产品线中根据不同城市客户需求进行个性化产品打造，聚焦客群真实的居住感受，为人们带去优质的居所与生活。

上坤从美学、智慧、生态、人文等维度出发，以体感种植链接人与自然，以艺术对话人文，以智慧化产品“小K管家”赋能科技生活，以美学点缀每一天的日常。人与自然、人与建筑、人与人在此相互守望，居所链接了人与生活，也承载起每个人心中对于家与美好生活的无限想象。

场景升级

成长社区 品质体验

在不断提升产品价值的同时，上坤精准把握住宅从“安居”到“宜居”的趋势转变，通过居住内部软硬件全面升级，不断提升着居者生活体验。



○上坤苏州·云栖时光：书香人文，浸润生活



○上坤佛山·云峯壹号：艺术之美，漫而有光

SUNKWAN HUBEI
FOUR NEW WORKS RELEASED

上坤湖北四大新作发布 宜居之力幸会中部核心经济圈

5月18日，上坤2021湖北区域品牌发布会在武汉汉口江滩隆重启幕。本场发布会以“溯江而上，幸会江湖”为主题，全面呈现上坤布局湖北区域的品牌战略。现场发布了上坤湖北即将面世4大宜居新作，充分展示上坤聚焦武汉、匠心深耕的诚意和决心。

跨越山海·布局华中 为世界武汉而来

发布会现场，上坤集团湖北区域总经理文汉清表示，武汉是中部地区具有广阔发展前景的枢纽城市，也是上坤深耕的核心城市。发布会向现场来宾介绍了上坤品牌理念、发展历程和产品体系，将上坤的初心与江城缘分娓娓道来。



○上坤集团湖北区域事业部总经理 文汉清

武汉作为我国中部和长江中游地区唯一一个人口超千万人、地区GDP超万亿的国家中心城市，地理位置优越、科教资源丰富、文化底蕴深厚，房地产市场需求旺盛，增长空间大。近年来，武汉发展迅速，GDP全国排名一直稳居前十，发展前景大好。自2016年上坤开启全国化进程便始终坚持“3+X”战略布局，即依托上海，做透长三角、进入珠三角，布局中部核心经济区域，形成以中心城市及省会城市为管理核心，向周边城市群辐射的战略核心经济圈。



○上坤湖北品牌发布会现场

“敢为人先，追求卓越”，自黄浦江一路溯游而上，上坤与武汉的相逢不仅是发展战略的选择，更是匠心追求的共鸣。2018年，上坤湖北区域成立，同年以高定产品——博译上坤·云峯献礼江城。随着布局进程加快，上坤计划建立以武汉为中心的城市圈，辐射周边二三线城市，实现规模化、全国化和品牌化。截至2020年底，上坤土储总建筑面积达520万平方米，约30%位于中部核心经济区，增长潜力强劲。



○博译上坤·云峯效果图

标杆作品·四盘共振 宜居之力赋新江城

上坤始终相信，建筑之上，房子更应该成为生活容器，承载生活，更安顿身心。在上坤的价值体系中，自然、艺术、人文之美从未缺席。从2010年上坤第一个项目1919旧园区创意改造，到融入自然主旨的售楼处、项目IP打造，上坤的思考与创意不断得到应用和落地，并真正地将我们所秉持的理念融入产品。2018年，上坤首次落子武汉，于沙湖之畔献礼顶级产品系作品，建造出一座真正能与城市产生共鸣的宜居家园——博译上坤·云峯。

此次发布会上，一举推出4个新项目，包括两个云系产品上坤大都会和上坤云启都会，以及两大高端产品樾湖半岛、上坤博大·书院仕家，因地制宜考量不同区域人们的生活需求，精准化打造宜居之所。

◎**上坤·大都会**，择址长江新城阳逻之心，坐享世界级的产业产能，约60万方恢弘体量，涵盖产业、商业、居住等版块的大型综合体，打造集文旅融合、文创转型、电竞赛事以及高校实训于一体的宜居宜业新城；

◎**上坤·云启都会**，位于“两江六湖”核心区域——汉阳四新片区，定位办公+高层住宅，打造限量款塔尖精粹住区，为武汉城市新中产带来品质居住体验；

◎**上坤·樾湖半岛**，落子光谷中轴汤逊湖畔，以绝版一线湖景资源和光谷千亿产业集群依托，献给武汉独一无二的半岛生活范本；

◎**上坤博大·书院仕家**，为阳逻之心双子巨著，与上坤·大都会联动呼应，以开放、活力的时尚学府气质，为都市精英打造优雅人文社区。

从申城到江城，上坤作为城市优质生活服务商，将海派精工匠心诚意带入武汉的日常。从好房子、好服务到更好的生活方式，上坤将自己对于美好、对于艺术、对于宜居的追求倾注于作品之中，以匠心和诚意，在江城的未来中添上属于自己的光辉。

结语

一直以来，上坤都以锐意进取的姿态，勇立时代与城市的前沿，致力于打造有理想而不理想化、有标准而不标准化的宜居产品。未来，上坤将深耕武汉及中部核心经济圈，结合城市独特文化落地海派精工情怀，心怀宜居理想，力求推动城市优质生活实现。



○上坤武汉·大都会示范区实景图

SUNKUAN

上坤先番城启幕 打造Z世代社群第三空间



4月28日,由上坤集团与融信集团联手打造的商业综合体融信·上坤先番城盛大启幕。作为上坤商业的代表作,先番城关注消费群体对生活品质和情感体验的追求,为区域人群呈现丰富、立体、多元的生活方式。现场,数十位领导嘉宾及各大主流媒体出席开幕仪式,共同见证融信·上坤先番城的首次亮相。



社群商业新地标 开启新消费体验场

开幕仪式上,上坤集团助理总裁兼商用资产事业部总经理梁晶先生首先表达了自己的感谢。先番城的顺利落地离不开区域领导和商户伙伴的信任支持,也离不开每一位团队成员的努力。因为先番,上坤有幸与许多优秀伙伴结缘,并最终构筑起这一宜居宜业、文化共生、生态和谐的全新都市商务区范本。

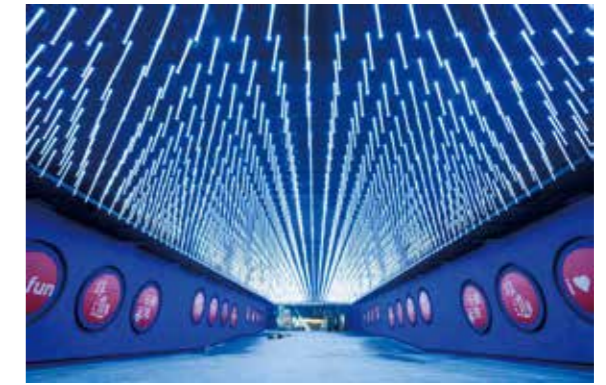


○上坤集团助理总裁兼商用资产事业部总经理 梁晶

梁晶表示,后疫情时代,人群共同的经历赋予了“先番”更富时代特色的含义——“敢为人先,翻天动地”。先番城将继续围绕新生代全新生活方式,从“社区”走向“社群”,精心打造更多好奇好看,好味更好玩的“先番生活”。

TOD商业综合体 打造Z世代社群第三空间

作为七宝生态商务区第一站,融信·上坤中心为上海轨交10号线航中路站地铁上盖项目,今天启幕的先番城商业汇聚零售、时尚、餐饮、娱乐为一体,同时吸引了华住集团旗下,全国首家德国高端精品酒店品牌——“美轮美奂”入驻。



为了给顾客带来更具沉浸式的消费体验,让“会玩”的沪上青年在此找到共鸣,接下来一段时期内,先番城将根据客户多元的喜好需求,集结6家潮酷快闪店,通过潮玩、艺术、美食等不同主题内容的变换锁住新鲜感,展现全新的生活方式。



先番登场,与众不同,先番城联合众多商家,准备了多样惊喜预热。以优质品牌为媒,加码丰富新消费场景,先番城对于魔都青年而言不仅是一个购物场所,更将是一个全方位社交休闲空间。



六大维度价值闭环 文化纽带凝聚社群活力

在美好生活需求的驱动下，商业地产正在由“以商业为中心”向“以体验为中心”演变。先番城通过布局客群、场景、主题、空间、内容和服务六大维度体系之间的协同，打造文化+商业一体化的价值闭环。

先番城将“好奇、好看、好玩、好味”作为目标，聚拢高同步、高活力、高粘性的年轻社群来激发商业的新生力，构筑商业-文化-年轻人之间深层的情感交互模式，开辟一条商业与文化共融共生、社交与情感互联互通的美好生活体验场景模式。

先番城以社群文化为纽带，带动起更深层情感粘连互通，并以此巩固密集城市环境中的社区凝聚力。未来，先番城将持续升级，创新社群商业模式，孵化出专属先番城的产品IP，树立极具标识性的商业品牌，实现规模发展。不断深耕，诠释关于美好生活的无限可能。



商住并举势能提升 行稳规模发展快车道

在以先番为名的上坤商用四大产品系之中，“先番城”打造区域级社群商业综合体，围绕年轻客群打造创新活力的社群生活场景；“先番荟”在一二线城市大型社区中打造邻里生活中心，构建一站式社交客厅；“先番小镇”择址优质人文自然资源区，建设大型主题文旅综合体；“先番中心”则在一线城市核心区域打造绿色生态办公综合体。



先番城此次面世，是上坤集团深化商住联动双轮驱动的一次重要尝试。商用业务之于集团，承担着打造品牌竞争力、助力资本估值等重要作用；之于区域，则肩负拓地、议价等重要功能。以商促住，以住育商，上坤商用与住宅开发的协同发展，也将是上坤在规模快速发展之下的必然选择。

结语

以内容赋能空间，从场景到情景，以文化链接客群，并为其量身打造心仪的生活方式，是未来商业的增长引擎，亦是美好生活的重要打造法则。

大型商业综合体作为当今都市生活文化的重要载体，只有不断创新才能在竞争中取得一席之地。先番城作为上坤集团商业项目的缩影，展现了上坤紧跟时代，不断创新营销模式的决心，更是品牌业态升级，持续赋能美好生活的又一次实践落地。

征程
协同共赢

JOURNEY



感谢有你相伴 上坤成长的每一步

——2021年上坤合作伙伴春茗会

因为理想，所以携手
因为相知，所以共进

4月9日，上坤集团举办2021年合作伙伴春茗会，超百家优秀合作伙伴代表出席，回顾并肩同行来时路，展望未来的崭新征程。上坤集团董事长朱静、执行总裁周青、新业务板块总裁陈舟等集团高管、上坤集团各区域总经理出席了本次活动。



同心同路 见证成长

本次春茗会别出心裁地将举办地选在了黄浦江十六铺码头的游轮之上。与数百位合作伙伴一道泛舟江上，尽享夜色下的东方繁华盛景。上坤集团董事长朱静在发言中首先感谢了多年来相伴相携的合作伙伴，上坤始终相信“同心者同路、同道者同行”，也因此坚持理想的路上得到了众多同行者的支持。面对未来行业发展的黄金十年，上坤愿与合作伙伴通力携手、共赴新征程。



上坤集团执行总裁周青表示，“合作”和“同行”两个词背后，不仅是双方价值观上的契合和经营开发模式的共识，更是合作过程中坦诚公开的态度，以及在长期合作中练就的高效。房地产是一个需要大量资源整合的行业，在经济快速发展、行业纷繁变化的今天，期待和感谢每一位合作伙伴的支持。

上坤集团成本合约中心总经理李秋表示，良好合作伙伴关系的形成弥足珍贵，同时稳固的合作关系能产生更多价值。面对瞬息万变的市场环境，上坤坚持以客户为导向，致力于实现与合作伙伴共赢，未来将在“以客户为导向”的产品理念下，上坤期待与战略合作伙伴展开长期稳定、互利互惠的合作。

上坤研发中心副总经理马之春在发言中提到，多年来上坤以优质产品力与独具风格的产品IP获得了行业内外众多荣誉与好评，而每一分荣誉皆离不开优秀合作伙伴们的相互扶持与共同发展。未来上坤将在顺应市场变化且满足企业自身发展诉求的前提下，不断实现产品共荣、品质共创、客户共鸣、成长共生、未来共赢。

并肩携手 互助共赢

长期以来，上坤与合作伙伴们共同成长、互助共赢，在全国各地打造多个宜居作品。本次春茗会上，上坤为优秀供应商颁奖，感谢他们多年以来的信任和支持。本次共颁出包括“产品力优秀合作伙伴”“匠心品质优秀合作伙伴”“一路同行优秀合作伙伴”等六项大奖，表达上坤对每一位合作伙伴的感谢。



夜幕降临，人们来到游轮甲板上观赏整座城市的流光夜色，在乐队悠扬伴奏下，赏一杯精心调制的鸡尾酒，枕着江上流风，畅谈长远未来。

一场春茗会是上坤向一路陪伴的亲密战友致以最诚挚的谢意，亦是邀请合作伙伴一起奔赴更长远和更美好的未来。上坤坚持以客户为导向，公开、公正、诚信、透明的采购价值观，在众多合作伙伴的鼎力相助下砥砺前行。



合作伙伴是上坤成长道路上的“同路人”，因为有了这群人的支持，才有了上坤快速的发展和进步。2019年，上坤以联盟伙伴的身份与众多开发商共同成立新虹桥采购联盟，与众多优秀供应商达成战略合作，大力促进了行业资源的共享。

步入第12年的上坤，坚持践行宜居理想，正在时代开辟的新赛道下全力奔跑，与众多合作伙伴携手，以三大核心经济圈为基础，把宜居理想带去更多城市，满足更多人对家与美好生活的希望。



结语

并肩来时路，携手新征程。上坤与众多合作伙伴一路同行，不断深入了解，以地产供应链的精彩合作筑就行业标杆作品。我们坚信，一路相伴，朝着共赢的目标步履不停，更加宜居美好的未来，才刚刚开始。

Sunkwan

上坤地产携手平安不动产

打造乌镇·新栅，落地“地产+产业”战略

S U N K W A N D I C H A N X I E S H O U P I N G A N B U D O N G C H A N

1月9日，上坤地产(6900.HK)与平安不动产、首创置业(2868.HK)于桐乡乌镇签署战略合作协议，落地乌镇·新栅国际人文艺术村项目。平安不动产总经理朱政坚、首创置业副总裁兼华东区域总经理李旭华、上坤地产董事会主席兼行政总裁朱静女士等领导出席本次会议。

三方合力 书写乌镇全新未来

枕水江南，比邻沪杭——乌镇如同江南乌托邦，因为文化而与众不同。上坤、平安、首创三家携手，令多元、艺术、自由、活力的生活场景赋能乌镇，以精诚之心预见下一个时代模样。

乌镇·新栅国际人文艺术村依托平安不动产上坤地产、首创置业三大企业联合投资开发，值得一提的是，通过本次合作，上坤地产已进入平安不动产合作白名单，是其合作企业中为数不多的非50强房企，彰显了平安不动产对其运营质量及开发能力的认可。

上坤集团积极探索发展新模式，形成产业与地产的联动，提供全方位服务，打造美好生活。上坤积极挖掘地方产业特色，为其注入适配的艺术人文资源，构建极具标识性的场景地标，唤醒产业活力。三大企业强强合力，一场声势浩大的文艺复兴即将在这座小桥流水人家的小镇中掀起，构建以艺术空间吸睛、文化内容塑核、社交内容引爆的乌镇新主场。



艺术赋能 世界进入乌镇时间

如今的乌镇，已成为传统文化与当代生活的交汇点。它展示过去，融于现在，面向未来。乌镇·新栅国际人文艺术村坐落于浙江省桐乡市乌镇新城区，将以戏剧、音乐产业为基础，延展电影、艺术、人文、旅游、教育等打造全方位文化艺术产业链。此次成功签约，将为乌镇带来全新生活场景——以社群社交为内核、高端酒店为载体、艺术人文为主题，以社交激活艺术、更令艺术融入生活。

未来，乌镇将融合消费、度假、会务、亲子、社交、生活多场景于一体，上坤整合其内外资源，除了引入上坤·上美美育品牌、上坤·上瓷艺术品牌等自有品牌外，还将联合合作伙伴大隐书局、艺术互动、幸福集荟等，共同推动乌镇艺术空间的落成。

2019年，上坤地产将合作模式进一步打开，即从股权合作到股权开放，从与头部房企合作到进驻地所在国企平台优势互补。在上坤的宜居版图中，越来越多的产业小镇落地，为公司未来的增长打造第二曲线更将上坤的宜居理想以更系统、更具象的形式呈现给世界。

地产+产业 打造未来增长第二曲线

在城市的发展演进中，乌镇不仅是历史的见证者，更是与时代共生共进的亲历者。这座安宁的江南小镇正通过资源有机整合、产业深度融合发展，成为长三角乃至全国的示范生。上坤“三五战略”将“城市优质生活服务商”作为其全新的定位指导其未来五年的发展，这与小镇落地乌镇新栅项目的理念不谋而合。上坤将“城市”作为起点与未来，始终秉持“为宜居而来”的初心打造好产品，更通过商用地产运营、社区跨界赋能、宜居优质服务等全方位打造美好生活。

阜阳·抱龙小镇，立足于地方本土产业底色，整体建筑形态以徽派建筑为基础，结合石文化特色，打造最具商业体验的石文化首秀小镇；阜阳三合·中国木文化小镇，打造全产业链融合的木文化产业生态圈，实现当地形象、产业双重提升；上海·上坤崧山，以酒店为核心驱动、艺术为亮点、商业为载体，打造余山“商、办、旅、居”产品集聚地和城市魅力展示地……

结语

一座特色小镇，看似偶然形成的风格、自然发生的风情，事实上都是经过各个模块多尺度设计的结果。此次平安上坤乌镇项目成功签约，上坤全力用艺术为乌镇新栅赋能，同时将上坤地产宜居理念引入乌镇，打造长三角乃至国际一流的戏剧、音乐、艺术、展演及交易创作平台。



01 上坤集团 战略携手华信集团, 宜居理想深耕中原

2021年2月28日, 上坤集团与信阳华信投资集团(下称“华信集团”)举行战略合作协议签署仪式。华信集团董事长万汉华、华信集团副总经理韦向智, 中国银行信阳分行副行长王文生, 上坤集团董事长朱静、副总裁熊本奎等领导共同出席并见证了本次签约仪式。



此次合作, 双方将本着优势互补、合作共赢的原则, 在信阳市范围内积极促进双方业务领域内的全面合作发展。华信在信阳有着丰富的项目资源储备, 而上坤有专业、成熟的项目开发团队, 在市场上有着良好的产品口碑和品牌形象, 上坤也有信心、有能力承接好华信的项目资源, 助力华信提升资产价值, 为信阳创造更美好的城市生活。

此次上坤和华信首次合作的北环路项目, 隶属于上坤四大产品系之一的高端改善产品系——“云系”, 以优质便捷的城市配套和智慧服务, 融入上坤“美学、智慧、生态、人文”的产品理念, 创造有质感的生活, 打造信阳的高品质理想社区。

02 上坤广东 战略携手世茂海峡, 与湾区共有为

近日, 上坤集团广东区域与世茂海峡发展公司在广州签署战略合作框架协议, 就粤港澳大湾区及广西市场的投资拓展展开合作。世茂海峡发展公司助理总裁尚晓伟、世茂海峡广佛城市公司总经理解涛、投资负责人代永力, 上坤集团广东区域总经理王正东、副总经理吴晓国、投资总监周勇等领导共同出席本次签约仪式。



签约仪式上, 双方领导就各自公司情况、业务发展、资源优势及业务协同等方面进行了深入交流与探讨, 并就发展理念达成了一致, 希望以此次签约为起点, 发挥各自资源及专业优势, 深化多维合作, 实现区域市场房地产项目的高品质开发和运营。

此次与世茂海峡的战略合作达成, 不仅是基于双方实力的强强联手, 更是上坤集团在深耕大湾区进程中的重要一步。未来, 上坤将继续以匠心筑就产品, 进一步提升区域品牌影响力, 为长久发展蓄力、与湾区共有为。



03 上坤战略携手云峰集团, 强化长三角地区发展优势

2021年3月8日, 上坤集团与云峰集团有限公司签署战略合作框架协议, 双方将在地产开发、建设、商业等多板块领域展开合作。云峰集团董事长李权、总裁助理江有学、总会计师余长明, 上坤集团董事长朱静、副总裁熊本奎、副总裁兼江苏区域总经理杨占东等领导共同出席本次签约仪式。此次合作, 双方将本着优势互补、合作共赢的原则, 在地产开发、建设、商业等领域开展多元化合作, 助力双方进一步深耕长三角地区, 为更多城市带去宜居美好。

近年来, 上坤坚持以“3+X”进行战略布局, 即依托上海, 做透长三角, 进入珠三角, 布局中部核心经济区域, 形成以中心城市及省会城市为管理核心, 向周边城市群辐射的战略核心经济圈。其中, 长三角一直是上坤的重仓区域。这里是中国经济最具活力的经济带, 开发、创新、人口增长水平高, 成为房地产市场战略高地。起家于上海, 作为本土企业, 上坤在对长三角市场熟悉度、深耕程度、以及良好的政商关系上具有天然优势。

近一个月, 上坤先后与信阳华信集团、世茂海峡签订战略合作框架协议, 深化布局中原地区与大湾区, 此次携手云峰集团深耕长三角, 正契合上坤集团“3+X”布局战略, 为宜居版图的拓阔与集团未来发展打下坚实基础。



星熠
组织共聚

STAR SHINING





上坤 | 以业务驱动管理 价值共生打造自我驱动的学习型组织

专访上坤集团
郭亚林
人力资源中心总经理

文/克而瑞地产研究·人力资本研究小组

面对管理红利时代和后规模时期波动较快的市场行情，上坤如何脱颖而出？战略制定、组织变革又有何独到之处？带着这些问题，我们与上坤集团人力资源中心总经理郭亚林进行了深入交流。

一、以战略目标为“梁” 解码落地为“柱”，牵引组织变革

房地产行业发展至今，竞争愈发同质化，想要进一步实现规模上的突破与长久发展，准确的战略定位和适配的组织承载力至关重要。

1. 战略制定

在战略制定上，上坤经过了大量的论证和思考，为找到适配“三五战略”方向的发展模式，做了大量的推演和讨论。“2020年制订三五战略时，我们一直从资源、资本、产品、营销和管理5个维度来层层分析、解码演绎，找到最适合自己的路”郭亚林介绍到。通过三个多月反复论证，经历六月“乌镇会议”，上坤最终确定了“三五战略”目标。提出产品领先、效率优先为底层逻辑的高质量适度规模发展。

拆解来看，上坤的战略目标与当前行业发展大势、企业发展阶段相吻合。产品作为上坤起家之本，也是后规模时代的核心竞争力之一；运营则是管理红利时代提质增、效稳健发展的根基。而资产作为增量市场到存量市场过渡的产物，是未来房企重要赛道之一。

2. 战略解码

当然，富有远见的战略是企业基业长青的起点，如何有效落地、自上而下形成合力则是核心。完成“三五战略”规划后，为确保战略能顺利落地执行，上坤在运营牵头下做了详细的三层战略解码。第一步是所有高管团队在一起研讨和论证，包括总裁、运营、投融、财务、人力总等参加。第二步是扩大会议，各中心总、区域总都要参与进来，再次推演。讨论清楚后，开始第三步，到各区域去做战略解码。

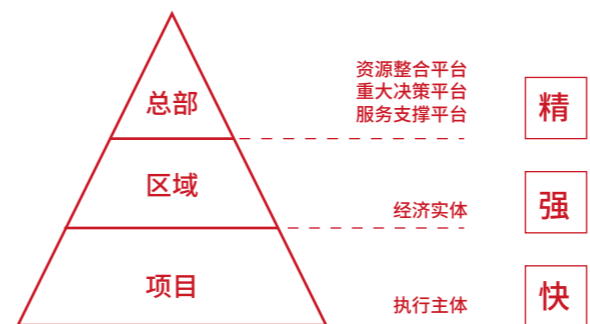
“区域做战略解码花的时间会比较长，第一步要把集团目标和实施路径讲解清楚；第二步集团跟区域一起制订各区域目标和实施路径。反复论证，多轮推导。”郭亚林说到。最后通过半年度、季度会议来进行复盘和反思，回顾各项指标的达成情况，把各区域好的模式和做法在全集团复制推广。



二、以业务驱动管理2020 投融破局，2021构建“五好模型”

基于战略指向清晰、落地性强，上坤组织变革、组织能力的提升均与战略紧密关联。以往经验来看，管理动作不能太多，多了就忙着应付而达不到管理实际效果。郭亚林也提到，“小而美往中而美过程中，一定是业务驱动管理，不能大量前置配置人员和资源”。

发展至今，上坤一共经历了三次组织调整。第一次，2018年，由于整体项目并不多，采取两级管控。第二次，2019年，随着业务扩展，项目数量增加，组织架构演变成2.5级，逐步搭建区域平台职能。第三次，2020年，上坤项目数量已接近70（截止到2020年底），形成了比较成熟的七大区域布局。至2021年4月底，项目数量快速增加至近80个，管理幅度和宽度已不是两级管控所能覆盖。因此上坤再次对架构进行优化调整。尤其2020年下半年，集团“投、融、运、产、销”管理体系基本成型，在区域同步也做了一些组织架构的对应调整，同步再次梳理集团、区域、项目的角色定位和授权赋能，逐渐过渡到三级管控，其中总部做专、区域做精、项目做快。



近一年架构优化过程中，我们发现，上坤的每一步动作都贴近业务，且变革自上而下、思想高度统一。郭亚林认为“2020年是资源驱动的组织能力升级，钱和地是最重要的”。在这样的前提下，上坤首先加强了投资、融资的职能，形成投融一体的形态。其次，定向选择了还没有那么充分竞争的市场，并在部分市场采用适度的合作杠杆，最后，找到合适的人和团队，吸引了一批优秀的投资、融资高管加盟。

整体来看，通过投融模式打开局面是阶段性成功的。财务方面，2020年上坤现金短债比2.3已达绿档，短债总额同比大幅下降，债务结构明显优化，净负债率大幅降低至54.3%。投资端，2020

年上坤地产共新增24幅土地，新增土储总建面306.0万平方米，拿地销售比高达0.58，投资力度领先百强房企。值得一提的是，克而瑞数据显示，2021年以来，企业仍在积极纳储，1-4月新增货值179亿元，位列新增货值第40名。

2021年上坤的组织调整和能力升级并未停下脚步，但侧重点略有不同。郭亚林说到“今年的打法与去年不太一样，在完成了阶段性目标后，更要关注企业持续稳健有质量的增长，组织能力提升的手段，效能不断提升是目的”。

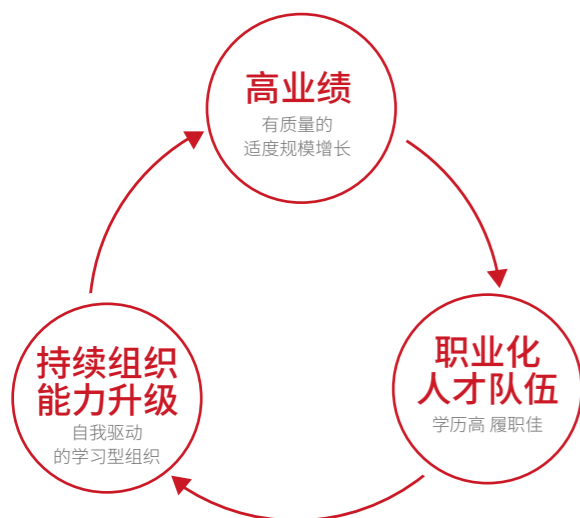
其实不难理解，在初期阶段将投融端口放大，的确可以起到立竿见影的规模效果，但不利于企业长期稳健发展。继续加大资源引入，一方面是会稀释权益，一方面则是对组织承载力提出更高的要求。所以，2021年上坤提出了新的组织方向，“全面发展的“五好模型”即：拿好地、供好货、卖好房、回好款、管好人。新战略下，组织架构上和结构上也同步做了一些调整。务必将“投、融、运、产、销”这五个环节完全打通，形成一个高效的商业闭环。交流过程中能够感受到，大运营将是今年上坤的重中之重，但不同于投融端口能力建设，夯实大运营的基础或许需要一年左右时间。



三、打造合伙人平台，优化人才结构、 模型，让组织与个人价值共生

陈春花教授在其新书中曾说到：“从组织的视角，个体组合到一起能发挥的作用是巨大的，但在个体视角，很多人又会觉得组织禁锢了个体的梦想和激情”。有了清晰的战略、灵活的组织，上坤是如何让员工在组织中发挥最大价值？

交流过程中，郭亚林也对2021年上坤组织战略大方向做了解释，即“组织”+“人才”的双轮驱动模式。郭总认为“组织与个体是价值共生的，也是相辅相成的。组织给予适当资源加强个体的发展，个体发展同步驱动组织的成长”。



上坤在组织战略上,把持续提升组织能力放在“C位”,学习型组织打造上强调自驱力和敏捷性。



1.组织敏捷

郭总解释:“兵无常势,水无常形;行业发展到今天,没有一招鲜吃遍天的打法,战略要清晰,但战术必须灵活”。

上坤的敏捷性在于“船小好调头”,在行业逻辑、市场背景发生转变过程中,能快速学习标杆企业的先进打法来及时调整业务策略和管控模式。比如在投融上,上坤打法灵活;但在大运营、大产品等底层能力打造上,上坤更看重万科、龙湖、中海等标杆企业体系打法,并于自身结合发展,打造自身能力。

2.团队加强

人在事先,事在人为,优秀人才是组织驱动的重要力量。对于个体而言,在价值共生中需要有不可替代的一面,需要对组织有价值贡献。因此上坤在人才战略上也进行了调整,优化了人才结构,重塑了人才的模型,以此来寻找志同道合的人。这一轮变革以来,上坤持续从外部引入了大量高管和区域总,整体而言,事业带头人均由从业十年以上的房地产标杆企业专业人士组成。而随着优秀经理人的加入,上坤的业务发展与组织契合度在不断提升。



在人才筛选上,结合价值共创,上坤提出了两个模型。第一是能力模型,从能力、经历、业绩、动力四个方面来评判,第二是素质模型,对核心素质上坤做了三层定义。简而言之,更看重奋斗者文化,上坤要求基层应有“敬业精神”,强调学习力和执行力;中层有“拼搏精神”,善于资源整合和组织协调,带领团队前进;而高管则要具备“创业精神”,有愿景奋斗和目标,有企业家情怀。



○上坤集团“2021行动领导力”活动

3.机制牵引,平台打造

2020年上坤也对薪酬绩效、激励机制进行一定的调整,以匹配当前组织发展需要。首先,优化薪酬体系,将奖金、绩效工资比例加大。这也是目前地产薪酬的大趋势。此外,上坤的三五战略中也提出人均年度综合收入位列地产百强80分位值。其次,通过打造合伙人平台、股权期权等长效激励来激发组织的活力。在上坤“组织+人才”的战略下,强个体和组织并不像以往的雇



佣关系,更多的是合作。构建组织平台十分重要,给予内部优秀人才更多成长和发展机会同样不容忽视。可以看到,上坤强化绩效导向,聚焦绩优员工同时,晋升机会也逐步向一线倾斜。



4.授权赋能

权责清晰方能组织高效,“理得清,授得下,帮到位,接得住”,是上坤授权赋能的大原则。上坤在专总部、强区域、快项目之下,让决策重心下移,并强调以流程为导向、项目为导向,权责对等。经过几轮的梳理调整,给予了一线更多的自主权。

结语

综合而言,上坤清晰的战略与组织变革高度匹配,通过业务驱动管理以价值共生让员工发挥最大价值,保障企业在“小而美”到“中而美”的道路上加速前行。正如郭总所说,“战略是变革的前提和大方向,健康的组织是保障”。



人才驱动发展

2021年上坤项目总营销总培养第一期集训圆满结束

THE FIRST PHASE OF THE TRAINING WAS SUCCESSFULLY COMPLETED

版图愈阔，人才更需。随着公司上市后规模的不断扩张，“组织”+“人才”正成为上坤发展的重要驱动力。为加强上坤人才梯队建设，集团于2021年4月正式启动项目总训练营——「上将计划」和项目营销总训练营——「干将计划」。

上将&干将 链接战略与执行的关键

三五战略进入第二年，上坤集团进入飞速发展阶段。在实现经营战略目标的过程中，一线管理者——项目总和项目营销总的作用极为关键。为了打造上坤的一线铁军，确保战略落地，这两个关键人群的培养至关重要。

此次，我们要帮助各位项目总从“工程型”转变为“经营型”，打造一批懂经营、熟运营、通专业、善沟通、会领导的，具有强烈事业心和拼劲的上坤上将。也要通过懂经营、懂产品、懂风险、强专业、强领导打造具备“三懂两强”的上坤干将，培养一支会干、想干、敢干的冠军营销团队！经过层层考核，集团人力资源中心从全集团的报名员工中选拔出本次“上将计划”和“干将计划”的学员，通过多周期的在池培养，进入更高人才梯队，成为上坤经营目标兑现的最强管理者和执行者。

空杯出发，为理想而战

4月17日，上坤·项目总/项目营销总培养·第一期第一阶段集训正式开启，来自集团各区域共计51位学员正式开始集训，大家怀着期待与憧憬，向着目标奋进！



通过上坤塔、入营宣誓等环节，学员们快速熟悉。并以空杯心态，勤于学习，乐于分享，不断提升，共同努力，以成为上坤最优秀的管理者为目标，为上坤成为满足客户对家和美好生活想象的百年企业而全力以赴。

文化认同，同心者同路

次日上午，上坤集团董事长朱静莅临现场，就上将&干将计划开营发表讲话。“希望今天参加培训的每一个人，在上坤未来第三个五年规划、第四个五年规划都能长成参天大树，引领一片沃土。要做到这样，最重要的因素不是上坤，也不是人力资源中心，而是自己！我希望每个人都能找到自己真正喜欢并热爱的事情，并能为之投入时间与精力，也真切希望每个人都能有所成就。”



在“高管面对面”环节，集团董事长朱静、集团执行总裁周青、人力资源中心总经理郭亚林以及品牌营销中心总经理吕彬，就公司文化及价值观、经营发展、业务痛点等方面问题，与在场学员互动，真诚分享自己的经验与观点，并解答学员们的疑问。随后，由人力资源中心总经理郭亚林向学员们介绍项目总与营销总的角色定位与认知。郭亚林从“转型”与“谋战”两个角度进行阐述，提出“从挑战看人才”和“从未来看现在”的观点，即项目总与营销总在奋斗过程中，应认同并坚持人才体系与文化体系，以六大核心价值观为原则，坚持八项规定，弘扬奋斗者文化，倡导管理者精神。

烧脑沙盘：强经营、夯管理、拔专业、提协同

“房地产项目大运营沙盘”，由百锐外部专业讲师沈老师进行授课，整个沙盘演练的总时长跨越了两天共18个小时。演练采用的是ERP电子沙盘系统，模拟了真实房地产项目开发的八大流程、七大岗位。它专注项目操盘手的经营视角，通过数据驱动的实时操作反馈让学员在AI对战中感受真实而又紧张的房地产项目操盘全过程。本次采用的沙盘对学员的要求更高，目的是为了打造更职业化的项目操盘手；课程内容跟沙盘玩法也都进行了升级，操练从线下搬到线上完成，操作简单、反馈及时、情景逼真、对抗全面。通过沙盘模拟演练，各位项目总和项目营销总认识到项目总是“带队伍”的“管理者”，掌握了全流程大运营

系统的操盘技能，也学习到了行业领先的专业打法。各位“上将”和“干将”也会将所学所思带回各自工作岗位，结合项目的实际情况，变成真正上坤化的操盘能力。



本阶段的学习暂告一段落，集团执行总裁周青在结训讲话中表示：“上坤现阶段对大家的要求是比较高，集团也非常重视大家的培养，这两天集训只是开始，希望大家带着这两天所思所想回到各区域、项目中实践，在实践过程中改变思维，提高标准。相信大家一定能够在自己岗位做得更好，更快进步，为上坤未来发展贡献最大的力量！”



最后，经过两天的激烈PK，诞生了本次集训的优秀小组。经百般考验，不坠争先之雄心；历千番磨炼，方成中流之砥柱。风正劲，帆高悬！愿上坤学员们能继续乘风破浪，破万里浪！第二阶段，我们拭目以待！



人才驱动发展 向阳逐光，触见未来

上坤集团2021届向阳生体验之旅

TALENT DRIVEN DEVELOPMENT
FACING THE SUN TO SEE THE FUTURE

向阳逐光，与青春共发展。随着公司上市后规模的不断扩张，“组织”+“人才”正成为上坤发展的重要驱动力。为增加上坤储备人才厚度、促进管培生快速成长，2021年4月，集团开展2021届向阳生体验之旅，启航新生力量职场第一站。



千里逢迎 热血集结

4月20日，首批通过层层筛选的2021届向阳新生齐聚上坤集团总部。面对这些初入职场、青涩却朝气蓬勃的少年，作为同样在17年前初出校门以管培生身份加入地产行业的前辈，上坤集团执行总裁周青首先向大家送上鼓励和祝福。

“在时代发展的风口中，选择有潜力的行业企业将为个人带来快速发展。上坤作为一个年轻且正处于快速发展中的企业，愿意为你们的年轻人提供成长的土壤。在未来的工作生活中，热爱你们的选择、热爱你们的事业，志存高远、脚踏实地，上坤期待与新生们共创未来。”



人才被上坤视为最珍贵的资产，向阳生更是上坤发展的生力军，是企业未来的中坚力量。在大咖面对面环节，上坤集团执行总裁周青、人力资源中心总经理郭亚林、品牌营销中心总经理吕彬作为高管代表来到现场，与各位向阳新生面对面交流，分享关于上坤、关于职场、关于未来的点点滴滴。

面对向阳新生们对管培生培养体系的好奇、对区域发展的探究、乃至关于行业未来的思考，三位高管以专业为基础，给出了具有深度的回答。这不仅是为向阳新生们答疑解惑，更是一次上坤与新生代年轻人的交流，以青年人才成长力赋能集团未来。



学无止境 聚力而行

上坤为各位职场新人们准备了丰富课程，帮助向阳新生们快速了解房地产行业。上坤集团投资发展中心副总经理蒋艳深入浅出地分析了房地产行业及上坤发展战略，研发设计中心副总经理马之春解读上坤产品研发设计体系，品牌营销中心总经理吕彬则系统介绍了上坤营销体系，并邀请品牌资深专业经理孙欣辛分享跨界营销案例，共同为向阳新生夯实专业基础、拓宽专业视野。



往届优秀的向阳生前辈们也来到现场，畅聊自己在上坤的成长故事，或风趣或专业的干货分享让在场同学们收获满满。在今后的成长道路上要始终听从内心的声音，祝福大家在上坤遇见更好的自己。



匠心上坤，品质为先。关于产品，最好的说辞便是置身其中。当天下午，向阳新生们来到上坤云系代表作——苏州·云栖时光参观。独具美感的标志性艺术装置上坤之树、携手大隐书局首入苏州打造“社区中的书店”，打造了绝无仅有的优质人文氛围。通过对代表项目的设计讲解，实地参观营销中心、示范区、样板房，向阳新生们不仅领略了人文艺术之美，更能感受到上坤追求产品极致的宜居之心。

结语

上坤相信，2021届向阳生校园招聘中诞生的“上坤新生代”，定会成为集团未来发展的中坚力量。上坤愿全力投入助力鸿鹄成长，为向阳新生们搭建理论+实践的多维学习成长平台，让新生快速了解行业、发掘自身潜力，同时为企业锁定优秀人才、丰富人才储备厚度，实现人才和企业双赢发展。

新绿
持续共存

PUBLIC WELFARE



2020年上坤地产 可持续发展报告

SUNKWAN PROPERTIES

2020年,上坤地产成功登陆港交所,在房地产行业高效发展的时代背景下,上坤始终拥抱变化、自我更新,持续升级产品质量和服务,加速人才培养和战略合作,将可持续发展理念融入企业经营,为客户提供绿色宜居产品。

——上坤地产董事会主席兼行政总裁 朱静

01 数说2020

高质量适度规模增长



(截至2020年12月31日)

核心净利润 **91%** 当年新增项目平均开盘周期 **6.9**个月
员工总数 **974**人 绿色建筑认证面积累计 **808.9**万㎡

2020年中国房地产开发企业100强
TOP **79**

2020年中国房地产开发企业经营绩效10强
TOP **8**

02 深化管制

保障企业高效运营

01 合规运营

制定《反舞弊管理办法》《上坤集团诚信监察制度》《廉洁管理协议》等内部管理制度,规范员工的职业行为。

02 ESG管理



董事会负责统领ESG相关管理工作
ESG工作小组经由董事会授权
引导各职能部门开展ESG相关工作并向董事会汇报ESG事宜

SUNKWAN PROPERTIES

03 宜居共生

构建绿色生态城市

绿色建筑技术集成示意图

截至2020年12月31日
上坤地产共有 **68**个项目获得绿色建筑认证或评价
绿色建筑总建筑面积达 **8,089,038**平方米
报告期内,我们所获得的主要绿色建筑相关认证情况如下:

绿建星级	项目状态
一星	已交付项目: 17个 在建项目: 37个 未开工项目: 1个
二星	已交付项目: 3个 在建项目: 8个 未开工项目: 1个
三星	在建项目: 1个

01 绿色环境设计

坚守「生态与人的融合」理念

小区水系系统	丰富的物种多样性
晴雨花园	可持续的能量循环装置



02 绿色环境设计

搭建七大生态绿色系统



03 绿色建筑认证

HONOR

上坤·红树湾
2020年上海市建筑节能和绿色建筑示范项目
上海市住房和城乡建设管理委员会

上坤中心
LEED金级预认证
美国绿色建筑协会(USGBC)

上坤中心
美国WELL金级预认证
国际WELL建筑研究所

04 产品共筑

赋能宜居美好生活

01 产品为胜

HONOR

TOP69

2020年中国房地产企业产品力

易居克而瑞研究中心

上坤云系

2020年十大轻奢精品产品系

易居克而瑞研究中心

博译·上坤云峯

武汉市广厦奖 规划设计奖、户型设计奖

武汉市房地产开发协会

融信·上坤中心

ICONIC AWARDS

2020年度最佳创新设计优秀奖

德国设计委员会

融信·上坤中心

金盘奖

2020年度最佳商业办公空间

时代楼盘

02 科技赋能

借助智能物联、大数据等技术的发展,开发并推广使用包括智能门禁、小K管家等智能化应用,不断将科技融入产品体系和生活空间。



03 多元化客户活动

将美好生活的愿景从理想成为现实
构筑小区生活的美好蓝图



团圆爱家节



芳林酒帐

04 完善的投诉机制

制定《客户投诉管理办法》《客户群诉处理作业指引》《危机事件信息上报表》等内部管理制度。

投诉渠道：网络投诉（公司网站在线投诉模块、其他商业网站业主论坛、集团公开邮箱等）、来电投诉（400热线、营销销售热线、物业中心热线等）、来访投诉。

2020年受理客户投诉**331**件，投诉解决率**99.09%**

05 组织共聚

PART 爱心聚力携手并进



上坤地产致力于打造

“平台化+自我驱动的学习型组织”

根据岗位特点设定阶段性培训方案，采用内外结合的方式，全面提升人员专业能力，打造专属上坤地产的培训体系。



领导力提升

拓展全球视野



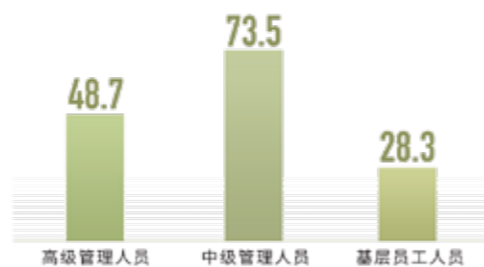
专业能力提升

新员工入职集体培训

制定《培训管理制度》《内部讲师管理办法》《新员工融入操作指引》等内部制度。

员工受训人次达**8,816**人，培训覆盖率达**100%**

按职级划分的员工平均培训数（小时）



06 共生共赢

PART 营造良好营商环境

与政府、企业等不同类型的伙伴建立战略合作关系，充分整合双方资源优势，共同推动行业的进步与发展。



2020年4月27日，上坤地产与大隐书局战略签约仪式在苏州名城艺术馆举行，双方合作于上坤地产「云栖时光」项目首次落地。



2020年4月30日，上坤地产携手医美区全国战略合作签约仪式暨上坤美育品牌发布盛典成功举行，旗下美育品牌“上坤·上美”正式诞生。



2020年12月24日，上坤地产与平安不动产、首创置业(2868.HK)签署项目合作协议；2021年1月9日，三方于桐乡乌镇签署战略合作协议，落地乌镇·新樾国际人文艺术村项目。

07 向善共益

PART 勇担企业社会责任

真正的宜居，不只是好房子、好小区，而是人与自然、环境的和谐共生。

01 「碳汇林」防风固沙治理



自2018年起上坤地产联手员工，提出「碳汇林」计划，累积向中国绿色碳汇基金会捐资近人民币100万元。



「碳汇林」项目启动以来，150亩的栽种工作已全部完成，栽植防风固沙的灌木树种3.3万株，完成3次浇水任务，苗木大部分长势良好，为参与造林的所有农民带来人均3,000多元的劳务收入增长。

02 共克疫情时艰

集团与员工累计向武汉慈善总会捐款**111**万元



2020年2月
佛山项目全面启动「有为计划」，联合多方资源上演暖心接力赛；



2020年3月
上海云栖麓推行「小区关照计划」，为城市守护者和小区友邻送上四色防疫礼包；

2020年3月
佛山项目代表上坤地产为丹灶派出所送上10箱防疫物资、200份果蔬礼包、20箱水果礼盒，为驻扎抗击疫情一线的民警送上温暖；

2020年4月
武汉云峯定制百万复工健康礼包，通过在线登记报名的方式，向全城展开公益福利大派送。

结语

未来，上坤将继续围绕构建宜居生活不断努力，提升公司对客户、环境及社会的价值，为各利益相关方创造共享价值，为实现社会可持续发展贡献力量。





SUNKWAN COMMONWEAL PLAN 上坤集团发布年度 公益计划

上善若水 与自然共生

上坤所认为的善，是人与万物的和谐共生、保护自然生态，也是人与人之间跨越地域的帮扶联结，做好乡村建设、振兴当地经济，同时以村落改建、社区中心建设等方式留下我们的“善果”。

从为客户提供好房子、好服务，到更加丰富美好的生活方式，再到今日今时，保护我们赖以生存的自然环境，以企业之力助力乡村振兴，上坤宜居理想的内涵，也正随着时代的前行而不断丰盈。行至十二载的上坤，在规模不断扩大、综合实力不断提升的今日，更将以公益之名承担起企业社会责任，将我们所接受的善意结为善果，回馈社会、回馈自然。

万物共生 点亮美好

2021年，上坤将成立“上坤公益基金会”，借此整合公益资源独立运作，汇集企业、员工乃至社会的向善之心和社会责任感，为将来上坤公益计划的实施提供基础保障。同时，2021年上坤全年公益计划将细分为双线并行，即绿色环保公益和乡村振兴扶贫公益。

自2018年起，上坤联合中国绿色碳汇基金会联合发起“上坤碳汇林公益”的荒漠化治理扶持项目，在西部甘肃省武威市腾格里沙漠实施防风造林工程，四年来已栽种近10万灌木树种，造林近500亩，为改善沙地生态系统贡献出企业力量。



○上坤碳汇林种植指示牌

溯回来处，我们也将目光投向乡野之间。在这里，无数乡村在千百年间自由生长，却碍于道路的阻塞、交流的匮乏而在发展之路上困难重重。步入二十一世纪，作为建设现代化经济体系的重要基础、建设美丽中国的关键举措，乡村振兴战略得到了越来越广泛的重视。上坤2021年度公益将乡村扶贫单列一线，计划在自然条件差、经济基础弱、贫困程度深的“三区三州”开展乡村建设及助学扶贫工作，用善意联结此山与彼岸，以企业向善之心托举更多无限可能的精彩人生。



○上坤碳汇林种植实景

守护蔚蓝 蓄势起航

放眼整个地球，约3.6亿平方公里的汪洋承托着土地，也承载着这片土地上的生灵们对于生命的思考与渴望。据统计，每年约有800万吨垃圾流入海洋，保护海洋纯净成为全社会共同的责任。同时，绿色环保公益将增加另一重要内容——海洋净滩行动。上坤成立于上海，海洋为我们留下了深刻印记。为美化海洋景观、改善海洋生态，上坤联合公益组织仁渡海洋发展中心开展净滩行动，并将以上海为起点，沿海岸线扩展至更多城市，播撒环保降碳的种子。



2021年起，上坤公益将联合目前国内唯一一家专注于海洋垃圾议题的公益组织——仁渡海洋，开启海洋净滩行动。作为2021上坤公益计划的首发活动，上海南汇嘴净滩行在5月15日顺利举行。未来，上坤将计划在多城市内进行净滩公益，保护海洋，减少海洋垃圾，持续推动绿色环保的公益新项目。

结语

上善之心，知善致善；微则无声，巨则汹涌；无人无争，纳百川而利万物。

上坤公益以“善”为名，承担企业社会责任，践行宜居理想，将万千善意汇聚，带领更多人向理想奔赴。

上坤公益X国际家庭日 ——与家「益起」，与爱共生

5月15日，上坤联合仁渡海洋公益环保组织，于上海南汇嘴风车港海岸线共同开启上坤公益首次海洋净滩活动。恰逢国际家庭日，近百名上坤员工携家人共同参与此次活动，以家庭的名义守卫纯净海岸线。

上坤X仁渡海洋 将蔚蓝守护到底

全球每年生产约7800万吨塑料，约800万吨塑料流入海洋之中，相当于每分钟就有一整卡车的塑料倾泻入海。如今，海洋环境面临的挑战不容小觑，绵延千里的海岸线上堆满了众多的塑料垃圾，敲击着海洋生态破坏的警钟。

仁渡海洋作为目前国内唯一一家专注于海洋垃圾议题的公益组织，旨在通过组织和支​​持净滩活动，推动海洋垃圾治理，减少入海垃圾，保护海洋环境，恢复海洋与人类的友好关系。仁渡海洋在上海组织净滩行动已有超14年经验，累积清理海滩垃圾约452吨、动员志愿者超9.5万人次。此次上坤联手仁渡海洋，以实际行动保护蔚蓝海岸，净化自然环境，希望人们能够通过切身体验，意识到环境保护的重要性，做到公益先行，责任担当。



○上坤净滩行公益活动现场

双手为桨 重现碧海蓝天

印象中的海岸线，总是水天一色，偶有海鸥点缀，诗意袅袅。但是真正走进海滩才会发现，随处可见的饮料瓶、塑料袋等垃圾，正让原本纯净的海滩变得脏乱不堪。5月15日上午，上坤志愿者们到达南汇嘴风车港，领取捡拾垃圾的环保袋，以分队竞赛的方式投入垃圾捡拾中。在队伍负责人的带领下，志愿者们聚成数十组，以家庭为单位分头行动，沿着海岸线或深入沟渠捡拾清理，玻璃瓶、易拉罐、塑料制品，志愿者们用双手一点一点还原海滩的原本面貌。



○上坤净滩行公益活动现场

净滩活动共持续近三小时，清理海滩垃圾共486公斤。在本次活动中获得优胜的是第四组，由平均年龄将近70岁的上坤业主们组成。他们说，公益之心不在年龄，更在于与家人一起、为净化我们生存的环境而尽一份力。

怀抱公益之心 温暖与爱同行

公益是社会责任的彰显，更是对社会共同美好的追求。此次净滩行动是2021上坤公益计划的首发活动，未来上坤将计划在多城市内进行净滩公益，保护海洋，减少海洋垃圾，持续推动绿色环保的公益新项目。此次净滩行恰逢国际家庭日，志愿者们与家人们共同参与公益，保护环境，让家庭日更显温馨。



○上坤净滩行公益活动现场

第四组冠军队-上坤业主队发言——

“虽然我们的年纪都比较大，都七十多岁，看到其他组也非常感慨，都比他们大很多很多。天很热，但我们很努力、很有志气，非常开心，也感谢大家给我们的鼓励。”

志愿者们纷纷表示——

“我觉得这就是为公益做一点自己的贡献，多捡一点垃圾。捡的时候会觉得很辛苦很累，也很意外地捡到了很多金属垃圾，想到人们制造垃圾、丢弃垃圾是很容易的一件事，但是要把垃圾重新从环境中清理出来却很难。”

“第四组的叔叔阿姨们在天气非常热的情况下，非常辛苦地捡了很多。我想我们公司组织这次活动的意义也是公益活动的开始，希望邀请到更多业主参与其中，共同为良好环境的打造出力。今天的活动大家也都非常辛苦，但也很开心收获了非常多的欢笑和快乐。”



○上坤净滩行公益活动现场

作为一家迅速成长的企业，上坤始终不忘自己肩负的社会责任。2021上坤公益将成立“上坤公益基金会”，汇集企业、员工乃至社会的向善之心和社会责任感，推动绿色环保公益和乡村振兴扶贫。

结语

承担社会责任，推动公益事业发展，是企业的责任与义务，亦是企业发展成功的必然趋势。未来，上坤将秉持上善之心，承担企业责任，号召更多社会力量携手共赴美好未来。

 **上坤** | 6900.HK
为 宜 居 而 来 | 股 票 代 码