

# 地产商冠名学校 抱大腿还是秀恩爱？

众所周知,教育是房子的重要配套之一,随着人们对孩子教育越来越重视,学区房也成为近年来房地产市场上的最大赢家,无论是市场行情好坏,学区房总会是人们追捧的宠儿。最近,记者采访发现,临沂的地产大鳄们对于教育似乎也是情有独钟,并且不断有名校进社区,开发商联合学校办学的现象发生,以此来达到扩大地产影响力,提升地产企业形象的目的。

本报记者 王文卿

## 现象:多家地产大鳄与名校“结缘”

在以往宣传中,很多开发商都会拿各自辖区范围内的学校“说事”,这本来是一件再平常不过的事情。可是,自从泰盛恒地产与临沂九中去年实现联合办学,鲁商地产积极与名校展开各种形式的合作,壹卡汽车生活港与临沂市第二十二中学合作成立小学部,永恒华府与临沂一小实现合作办学以来,开发商与名校频频“联姻”的案例成为地产市场的一大亮点。而这种在市场低迷的环境下,寻找名校“抱大腿”,也成为开发商提升影响力和软实力的有效途径之一。

“房地产企业与名校的结合,是资源整合,是强强联合,是互惠共赢。”永恒华府营销总监刘总说,“名校拥有良好的社会知名

度、口碑以及师资力量,而房地产商拥有雄厚的资金,两者的结合一方面学校方可获得更多的外力支持,来建设学校;另一方面,房地产企业也会从名校那里得到社会的认可,并借用学校的教育资源达到提升房地产项目的附加值。开发商与教育的结合,其动力源于一是作为企业的社会责任感的体现,二是提高企业知名度,提升品牌形象和增加项目附加值的需要。”

“孩子的教育已经成为众多消费者在买房时首个关注的话题,特别是师资力量雄厚,教学条件较好的学校周边的项目都是消费者争相关注的。”金泰华府营销中心吴经理说,“感受明显的是,我们项目与九中的合作办学,让不少业主‘闻声赶来’。”

## 延伸:开发商“软实力”很关键

随着地产市场的发展,现在的开发商竞争日渐激烈,之前单纯拼物业、产品、绿化的时代已经过去了,相反更多的业主对于小区的配套更加看重,特别是关系到孩子成长的教育配套更加关注,教育已经成为地产商绕不开的话题。

“一个负责任的企业不应该是只顾着经济效益,社会价值也是现代企业的重要使命,大盘和名校结合,相互助力,更重要的是实现了彼此的社会价值,这是对企业价值的诠释

和升华,而企业也正是因为因此提升了影响力和关注度。”鲁商地产陈经理说。

“从一个房地产商角度来讲,拥有一个好的名校教育资源是一个房地产项目最大的卖点,不仅能很好的提升项目知名度,增加销售量,树立一个富有社会责任感的的企业品牌形象,还能更好地提升社区的品质感。”刘总说,“俗话说,近朱者赤近墨者黑,孩子的教育好,邻里关系和谐,社区的品质感必定差不了。”

## 分析:校企“相互取暖”,优势互补

“跟着教育走,你永远不会觉得落伍。”采访中鲁商地产陈经理笑着说,“像前段时间我们联合报社组织的顶级出国留学咨询会,在社会上引起了很大反响,再就是现代社会是一个知识的世界,知识对社会的推动力越来越大,教育是提高个人知识水平最重要的方式,尤其是青少年的教育。让孩子从小有一个好的成长环境非常重要。”

事实上,历史故事中也不乏重视教育的案例,《三字经》里“昔孟母,择邻处”的故事,为的就是给孩子提供一个好的成长环境。“靠近名校的学区房,让孩子入读名校,无疑是提供给孩子最好的成长环境和学习环境。”采访中刘总告诉记者,“再一个

很现实的例证,不只在北京、上海这样的大城市,还包括像临沂这样的二、三线城市,靠近名校的学区房售价明显高于非学区房和非名校学区房。以上都可以表明,教育在买房中所占的地位是极为重要的。”

“鲁商集团作为一个负责任的大型国企,始终把社会责任放在第一位,在开发项目过程中,非常重视孩子的教育问题,不惜代价,引进知名学校,让孩子赢在起跑线上。为此在鲁商中心项目开发前,积极和政府协调,使项目业主和经营户的子女都能够从附近的临沂一小和临沂十二中就读,达到了双赢的效果。”陈经理告诉记者。

**JinYingMeiLe**  
**金鹰美乐**  
山东省著名商标

**全场低价 全城期待**

**全临沂美乐 36小时不打烊**

7月24日早10点-25日晚10点

三门冰箱 **999元**

美乐 O2O 商城: www.jinyingmeile.com

关注微信即可查询会员中奖信息  
在线预约免费空调移机

详情见店内海报