



在品牌养老企业工作的实践与思考

——龙骏家园华东六省销售总监彭劲松

利润点及风险点的考察成为了最重要的环节。

2012年,一个偶然的机会,我有幸结识了“中国社工协会社会养老工作委员会”副总干事张运防先生,他是龙骏集团董事长也是中国最早进入养老产业的民营企业企业家之一,与之交谈,他思维开阔,为人谦和低调,有着东方儒商“求同共赢”的特质,我觉得他很有眼光,对自己从事的产业有系统的理念,更难能可贵的是他把中国孝文化纳入龙骏企业文化当中,当即我加入了龙骏家园销售团队。

某地产董事长宋广菊曾经说过,“美国养老地产的优势在于构建了一个集开发商、投资商和专业运营商的金融生态链……”2014年年底,集团公司在从事养生养老事业的同时,把总部搬迁到中国金融改革的最前沿“特区中的特区”深圳前海,还成立了除银行业务外的金融产业服务中心,公司利用国家强有力的金融创新政策,催生金融结果,助力养生产业的规划、布局及完善,使得公司形成了从基础实体养老事业到金融投资的多元化的产业格局。我想起2012年张董就说过“养老地产前期投入资金量大、回报周期较长、功能规划复杂、产业相关要素多,需要在金融这个关键平台上进行整合……”。

我宣誓:“我将以最饱满的热情投入工作,为天下老人分忧,替天下儿女尽孝,做到爱心、孝心、真心、耐心、细心,为实现中国养老梦奋斗终身!”这是龙骏家园的员工每周定期举行的宣誓活动的宣誓词。有人说,能够生存3年的企业靠运气,能够生存5年的企业靠老板,能够生存10年的企业靠管理,能够生存20年的企业靠文化,能够生存40年的企业靠信仰。天地之性,人为贵;人之行,莫大于孝。孝文化是中华民族生生不息的命脉,也是龙骏企业文化的重要组成部分。龙骏家园的管理理念倡导的就是从“孝”入门,升华到“家园”的“大孝、大爱”的家园文化。这是张运防董事长对管理龙骏企业的指导思想,也是引领我的“航标”。公司常常告诫我们要以厚德载物的心境,以宽厚慈悲之念,以身体力行,影响着龙骏人,并通过龙骏影响着整个行业。

通过一年的工作,我发现龙骏家园在休闲旅游式养老服务方面的探索和实践是成功的,非常人性化,不管是“三八”上海会员慈善拍卖捐赠,还是五月“母亲节”诗歌征集活动,“六一”忆童年洛阳老君山杯金色年华中原艺术节等等,参与的家人都喜笑颜开,都觉得非常有意义。

现在各分公司团队茁壮成长,南京分公司成立于2012年现南京已发展有3个办事处,杭州分公司成立于2015年5月,江西南昌分公司成立于2015年6月;福建分公司8月启动,山东、安徽分公司年内启动。龙骏家园华东六省各分公司的成立,显示着龙骏集团养生、养老事业的快速发展。

经过各位同仁的不懈努力,龙骏家园线上营销牵手了各大旅游网平台:天猫、去哪儿、携程、艺龙旅行网、同城旅行、途牛旅行网、驴妈妈旅行网等。线上开花的同时,线下营销团队也不断壮大,迅猛发展。分支机构遍地开花,从呼和浩特到深圳,从郑州到上海,从武汉到

广州,龙骏家园营销中心已占据华中、华南、华北、华东等多省市,未来将走向国际。

通过多年的摸索,龙骏家园已经形成了以养老服务为核心的产业规模,成为集养老地产、医疗保健、养生休闲、文化娱乐、旅游观光等为一体的综合型养老服务公司。已建成的休闲养生基地均分布在全国4A、5A级名胜景区,目前在世界长寿之乡广西巴马,洛阳养子沟,海南澄迈、琼海、文昌,苏州太湖及云南大理已落成休闲养生基地,在辽宁、内蒙古、广东、南昌等地开始布局规划,最终使龙骏家园的养生基地遍布全国,使更多的中老年人享受到美好的老年生活。

“精诚所至,金石为开”。当社会上的老年人,对美好的传说正在观望徘徊时,我们常常走上街头,宣讲老年人如何养生养老?并诠释了“美好是属于自信者,机会是属于开拓者,成功是属于执着者的”的谏言。很多中老年人朋友,说他选择看中的就是龙骏家园推出的“候鸟式”养老服务。因为,龙骏家园在全国拥有10多个养生养老基地。可以根据自己的喜好任意选择,住够了就换个地方,一年四季,飞春秋,飞冬夏,飞海角,飞天涯,南来北往,往返养生,好不快乐!随着人们收入的增加,“居家养老”的单一模式逐渐被打破,越来越多的老年人具备了旅游养老的条件。“候鸟式”养生养老正成为老年人的时尚。龙骏家园布局的都是都市人在青山绿水、碧海银滩之间的第二居所。夏季可到呼伦贝尔大草原,欣赏异域风情,品尝草原美味;冬季可去海南三亚、琼海天来泉、文昌高隆湾、澄迈红树湾,感受自然风情,领略椰风海韵。如果想延年益寿,可以到地球人最长寿的地方广西巴马,感受和煦的阳光、鲜活的空气、奇异的水源、高强的地磁和科学的饮食。吃住在基地,消费又很低,高标准提供适宜老年人居住、生活、娱乐、休闲的养生养老场所和服务设施。

中国养老产业的传奇人物龙骏集团董事长张运



防告诉我们:龙骏家园推出的是亲情式,管家式,贴身式,保姆式服务。就是给天下老人一个移动的家、温馨的家、幸福的家。按照龙骏家园的规划,正在打造的养老社区就将集娱乐、运动、医疗、老年大学、生活于一体,倡导更细致,更个性的服务以及积极活跃的养老生活方式。针对不同年龄阶段和生活自理能力进行区别照顾,包括临终关怀等服务都将纳入。为了进一步为自己的养老基地输送专业人才,龙骏集团已经收购了一所技工学校,将有针对性地进行课程设置和岗前技能培训,然后再输送到全国各地,确保养老服务的专业化程度。

商场打拼靠的是诚信。反哺社会,“为天下老人分忧,替天下儿女尽孝”,我们是中国养老事业的践行者,“常回家看看”被写入法律,说明整个社会敬老孝亲文化氛围的稀薄。这样的情况我们将长期面对,我们将用实际行动来推动新养老观念的涵育。每一个人的成功都有他坚持的理由,是一份为梦想努力的信念,感恩父母、感恩龙骏、感恩队友,带有这份爱、这份坚定和执着,天道酬勤,感恩!一路相伴,有你有我!为找到适合中国国情的休闲养老模式提供更多更有意义的经验。



喜报!

龙骏集团暨苏州太湖东山岱湖山庄养生基地收购成功签约

■ 张辉

2015年6月28日,龙骏集团暨苏州太湖东山岱湖山庄养生基地收购签约圆满成功。礼花绽放、礼炮响起,在掌声与欢呼声中我们期盼已久的龙骏家园·太湖养生基地正式落地!

朱其中董事长将岱湖山庄形容成是他满怀感情、用心血打造、抚养大的女儿,今天与龙骏集团的签约,将是强强联姻,今天就是“女儿”出嫁的日子,而最舍不得的人就是他了。龙骏集团张运防董事长在签约仪式上也激动地致词:龙骏集团今天将朱总的“女儿”娶回家,未来我们会用心将岱湖山庄经营好,在龙骏的卓越管理下,使我们的“儿媳妇”变为更美更有韵味的江南女子。

岱湖山庄连续多年被评为最美的度假庄园,曾经多次接待江泽民等多位国家领导人及国际政要在此度假疗养。龙骏家园·岱湖山庄背倚岱松山,面临太湖,风景绝



佳。度假中心占地28.8亩,建筑面积达万余平方米,建筑风格古朴典雅,并有石供盆景四处点缀,山庄内还有凌波池、浣月池,是所有龙骏家人们向往的江南水乡,梦中人间仙境。

家园龙骏接下来将倾情打造龙骏家园·太湖岱湖山庄养生基地,结合龙骏家园的家园文化与家园理念,使岱湖山庄焕然一新,以全新的面貌迎接全国龙骏家人们入住。

太湖东山岱湖山庄养生基地收购签约圆满成功、再次为龙骏家园在全国的养生基地布局锦上添花。在各级领导的关怀下、在全国龙骏家人们的支持下,龙骏集团将继续在祖国大好河山开拓更多风景优美的养生养老基地,让龙骏的所有家人们“智慧养生,与候鸟同行”,与我们共同携手描绘中国养生养老行业新蓝图!为了更多中老年人的幸福,龙骏家园一直在路上!



■ 张辉 钟丽

生活从来都不是容易的事,来到这个世界,就要学会承担无数的责任。我们这代人,其实是新中国成立后的第二代人,吃苦一生的父母为了不让我们过他们过过的苦日子,都把我们捧在手心里养,外加社会因素,导致我们成为“晚熟”的一代。如今父母养老的问题已经逐渐显现出来,我工作20多年也算“衣食无忧”,常常在想,父母都老了,需要子女的关心和照顾,越早越好,少留遗憾。社会要走出中国式养老困局,让老年人的晚年生活充满温暖,需要更多的人关注和去做这项事业。

按照国际标准,65岁以上人口占总人口的7%或者60岁以上人口占总人口的10%以上时即为老龄化社会。我国是老龄人口最多的国家,据全国第六次人口普查数据显示,60岁以上的人约为1.78亿,占总人口的13.26%,并且每年以3%的速度在增长,到2020年,我国60岁以上人群将达2.43亿,占总人口的17%,到本世纪中叶,60岁以上的人群可达4亿,占总人口的25%。与此同时,随着经济的发展,老年人的收入将不断增长。据预测,仅退休金一项,到2020年将增至28145亿元,2030年增至73219亿元。这将为老龄产业带来巨大的商机,发展前景广阔。随着社会的发展以及人口年龄结构的转变,银发产业的兴起是必然趋势,而养老地产做为房地产领域里的最后一个金矿,受到资本的高度关注,社会资本纷纷进军养老地产,目前主要集中在房地产公司、保险公司、社会养老服务机构。出于对市场的敏感,我这几年一直想“进军”到这项产业发展,我在传统行业拥有20多年的销售经验,对市场有自己的观察力,虽然养老地产潜力巨大,但是由于产业本身的需求相对明确,使得养老地产与传统房地产行业有着本质上的区别,养老地产的关键并非在建房子,而是在管理、服务体系的建立,这与要求高回报的传统房地产投资之间就行成了巨大的反差。某地产董事长宋广菊曾经说过“截至目前,关于养老地产尤其是机构养老,我们仍未探索出一套成熟的盈利模式。”因此对养老产业的投资人来说,对



苏州太湖东山岱湖山庄朱其中董事长为龙骏家园题词
云龙飞驰莫厘峰
太湖山岸骏马腾
习李时政山川秀
龙骏家园岱湖韵

