

东原仁知服务集团： 后疫情时代的物业高质量发展样本

好的物业，就是以人为本，而这也是东原仁知服务的企业文化核心。

□ 记者 | 金 姬

随着新冠疫情这一黑天鹅事件对于全球影响日益加重，这两年，老百姓对于物业服务提出了更高的要求。毕竟，他们在室内的时间可能更长。而无论是住宅、写字楼还是学校或医院，每一栋建筑物都需要相应的物业提供配套服务。因此，好的物业，在后疫情时代无疑成了香饽饽。

在2021年11月举行的“蓄势·新动能2021中国城市运营与发展峰会”上，东原仁知服务集团荣获“2021年度物业服务满意度模范企业”。就在同一个月，东原仁知服务集团还在2021中国地产时代百强论坛暨百强榜颁奖典礼上荣获“2021年度金牌物业奖”。而东原仁知服务集团副董事长兼联席总裁衡清达更是连续两年当选“中国物业年度CEO 30强”。

东原仁知服务集团凭什么能在众多物业企业中卓尔不群？带着这样的疑问，《新民周刊》在2021年12月下旬专访了衡清达。在这位外企出来的70后物业CEO看来，好的物业，就是以人为本，而这也是东原仁知服务的企业文化核心。



衡清达当选2021中国物业年度CEO 30强。

这只是2021年1月以来的名字。在此之前，它还有一个更为被人熟知的名字——东原物业。

东原物业成立于2003年，当时是重庆第一家上市民企——迪马股份旗下东原地产的一部分，并于2004年开始为东原地产的项目提供物业管理服务。

对于购房者来说，评判一个住宅项目，是从入住以后开始的，除了过硬的房屋质量，物业服务就成了最大的竞争优势。

《新民周刊》此前多次专访迪马股份董事长兼总裁罗韶颖女士，她不止一次提到“童梦童享”和“原·聚场”等引以为傲的IP运营，彰显物业的用心和服务的温度。

例如，从2014年起，东原物业着力打造东原“友邻有趣——Mr.东的幸福生活”社区物业服务品牌，其中包含“童梦童享”、

“老友趣生活”等系统性社区活动和增值服务内容。

而2017年横空出世的“原·聚场”，是国内首个社群实体，植入亲子互动类、亲子成长类、生活美学类等内容，打通线上线下“最后一公里”的社区运营，成为东原的爆款。

2018年，不满于住宅项目运营的东原物业开启了“跨区域、跨业态、跨业务”的外拓市场化征程，在上海、浙江、重庆、武汉、成都等省市开展外拓服务布局。

2019年，一直在外企工作的衡清达先生加入东原物业。这

18年的变和不变

很多人可能对“东原仁知服务集团”有些陌生，

2019年，一直在外企工作的衡清达先生加入东原物业。这