

美丽郑州 美丽商务

——嘉亿·东方大厦人性化商务价值深度解读

本报记者 刘文良 通讯员 王雪阳

1 愈人性愈商务 郑州东站高铁商圈呼唤人性化商务

高铁被称为“陆地飞行”，京深高铁作为中国高铁真正意义上的“黄金新干线”，贯通北京、郑州、武汉、长沙、广州、深圳、香港等7个千万级人口规模的都会，不仅成为沿线城市经济发展的新引擎，加速沿线城市的工业化和城市化进程，推进沿线城市的城市功能、城市布局、城市产业的转型和升级，而且将北京作为首都的“首善之都”和广州作为华南政治、经济、文化中心，深圳作为中国改革开放的窗口城市的示范效应，香港作为国际化金融中心的辐射效应因一路畅通而实现共享和融合。城市之间的时间距离因为高铁的通达而大大缩短，房地产的地域观念将会淡化，跨区域置业、同城生活在过去的设想而变成触手可及的现实，远在北京、广州、深圳的河南籍人士返乡置业的几率倍速激增，中部地区的城市发展藉此插上了腾飞的翅膀。三十年前，“一句到沿海去”引得潮人纷纷“孔雀东南飞”，现如今，“一句到中部去，到中原去，那里有中原经济区，那里有双高铁交汇的城市——郑州，正成为沿海地区的“集体仰望”。

与此同时，高铁还将带来大量的人口、物流、资本流、如本流、人、财、物将会在高铁站区域高密度聚集，催生和催熟高铁商圈的形成。如同地铁、轻轨的开通带来城市的地铁物业、轻快物业快速升值并成为投资、置业的的首选和高地一样，高铁物业的价值也在不久的将来快速凸显并且持续升温。比如日本新干线的开通，大板北车站和南站就聚集了大量的商务办公楼、商店和休闲场所，还有我们熟悉的“欧洲之星”，催生了法国里尔还有英国圣潘丹可斯车站周边的物业价值倍增。

现如今，在郑州东站周边，一栋楼、一座座、一个个商务写字楼、五星级酒店、城市综合体如同春日繁花、雨后春笋正在竞相绽放、拔地而起，一个郑州新的商务、商业中心正在迅速形成，必将吸引省内、外、海内外的世界500强企业 and 上市公司以及成长性公司竞相入驻。“迁都”于此，高铁区域也成为或自在或投资的郑州乃至全国购房者关注和看好的焦点和热点区域。就在今年7月份，在本报与深圳特区报联合主办的郑州-深圳双城商业地产论坛上，深圳知名地产媒体人王月华先生就曾预言，上一个十年是中国住宅地产的黄金十年，下一个十年则是商业地产的黄金十年，而商业地产的主战场将从沿海城市转到中部、

内地，其中炙手可热的，则是郑州东站区域，因为两条高铁交会而形成的高铁商圈将成为中国商业地产、楼宇经济的新价值高地。虽然目前在建、在售的写字楼、城市综合体、商业项目多达20多个，但是对于一个亿方人口的大省和中国的高铁枢纽城市，该区域的写字楼项目远未过剩，未来仍有较大的发展空间，且价格仍将一路走高。目前正值高铁开通之初，区域的商业形象尚未建立，商业气氛尚未形成，且消费者和市民对高铁物业的价值认识不足，所以目前正在该区域购房、投资的最佳时机，等待和观望将会坐失良机，并且将会付出更大的机会成本。

一个毋庸置疑的事实是，在当今的郑州房地产市场，高铁版图用风头正劲、风起云涌、风生水起来形容绝不为过，该区域的写字楼也是今冬的热门话题。

一位不愿透露姓名的业内人士对记者表示：相比于早年间享有“财富大道”之称的经三路、郑州“长安街”金水路、“总部大道”农业路的写字楼和郑东CBD内外环的写字楼，高铁区域的写字楼无论从产品规划、建筑品质、配套设施、物业服务等诸多方面都有很多提升和改观，算得上是郑州第三代甚至是第四代写字楼，虽然比之于沿海地区上海、深圳新近涌现的写字楼尚有差距，但是作为二线城市中的郑州，高铁区域的写字楼在相当长的时间里将引领郑州楼宇经济的潮流和走向，成为郑州商务、商业地产的一个新亮点和新窗口。不过这位业内人士同时也表示，该区域的写字楼也存在着较为严重的同质化倾向，除了共享高铁这一特定优势资源外，不少写字楼缺乏之于自身的特质和个性，就连项目的卖点也是“你有我也有他也有”，广告也表现出千人一面、千部一腔的倾向，以至于外地来的客户进入这个区域，顿生如坠云雾中的感叹。

出路何在？什么样的写字楼才是最切合市场、赢得市场的写字楼？什么样的写字楼才能代言郑州东站高铁商圈写字楼的发展方向 and 潮流？什么样的写字楼历久弥新，经得起时间的检视成为城市的艺术品，为城市增添美丽风景，而不是昙花一现成为城市垃圾？在河南财经政法大学房地产经济研究所所长、教授、博导李晓峰看来，郑州既要像纽约帝国大厦、吉隆坡双子大厦（国家石油大厦）、香港IFC国际金融中心、上海国际金融中心、深圳京基100这样的地标建筑，更需要植根中原、脚踏实地，既有中原文脉，又顺应市场需求，还能面向未来，与国际接轨的商务地产，归根结底，一言以蔽之，是以人为本，以客户为尊，处处体现并能满足客户人性化办公需求的写字楼项目。“建筑是灰色的，生活是常青树。”万丈高楼从地起，再高的楼也要植根大地；商务以人为本，再尊贵的气派也要着眼于人，“人”才是所有建筑的出发点和必然归宿，离了“人”，离了人性化的元素，一切都将从无谈起。

这样的写字楼项目在郑州东站区域是不是无迹可寻？河南省房地产商会秘书长赵进京告诉记者：无需踏破铁鞋，首开郑州东站高铁商圈人性化商务办公先河的写字楼就在高铁站南600米处等着您。他说，嘉亿·东方大厦的开发商嘉亿集团成立11年间，一直致力于写字楼的开发，从郑东CBD外环的中国银行河南总部大厦，再到新乡第一高楼嘉亿东方明珠，再到在建的位于豫陕鄂三省交界的“黄河金三角”的区域性中心城市——三门峡最大的城市综合体嘉亿城市广场，嘉亿一路走来，锻造了自身的核心竞争力，成为中原首席写字楼专家。历经11年厚积，今年爆发，嘉亿举公司全力，进军郑东新客站区域，建设人性化商务殿堂——嘉亿·东方大厦，为懂您、您懂的中原乃至全国财富精英量身定制最适宜的最实用的最具人性化的写字楼。“嘉亿集团作为河南省房地产商会的会员单位，谨以商会秘书长的名义，隆重推介这一礼献郑州商务新潮流的项目。”

2 零浪费才是真美丽 嘉亿·东方大厦高得房率探秘

“宁可不赚钱，也不能让客户买了后悔。”谈及此，郭总字字有力，掷地有声，“消费者买我们的房子，是看得起我们，是对我们信任，我们不能辜负这种信任。将心比心，换位思考，假如你是在为自家建房，你能不用心吗？你能不千方百计地想办法降低公摊、提高使用面积吗？不充分利用每一寸空间，不能将每寸土地价值充分利用，就是对城市犯罪，就是对客户犯罪。”言及此，郭总情绪动于衷。

嘉亿人不仅是这么说的，也是这么做的，行动是金。嘉亿集团分管工程的副总工程师与良鸿告诉记者，嘉亿人正是本着为客户建房当做为自家建房子的原则、准则、规矩来干事业的。作为工程负责人，采访中，马总摊开设计图纸，如数家珍般地向记者讲解练就“真功夫”的“细”“秘”“巧”。

“宁可不赚钱，也不能让客户买了后悔。”谈及此，郭总字字有力，掷地有声，“消费者买我们的房子，是看得起我们，是对我们信任，我们不能辜负这种信任。将心比心，换位思考，假如你是在为自家建房，你能不用心吗？你能不千方百计地想办法降低公摊、提高使用面积吗？不充分利用每一寸空间，不能将每寸土地价值充分利用，就是对城市犯罪，就是对客户犯罪。”言及此，郭总情绪动于衷。

嘉亿人不仅是这么说的，也是这么做的，行动是金。嘉亿集团分管工程的副总工程师与良鸿告诉记者，嘉亿人正是本着为客户建房当做为自家建房子的原则、准则、规矩来干事业的。作为工程负责人，采访中，马总摊开设计图纸，如数家珍般地向记者讲解练就“真功夫”的“细”“秘”“巧”。

“宁可不赚钱，也不能让客户买了后悔。”谈及此，郭总字字有力，掷地有声，“消费者买我们的房子，是看得起我们，是对我们信任，我们不能辜负这种信任。将心比心，换位思考，假如你是在为自家建房，你能不用心吗？你能不千方百计地想办法降低公摊、提高使用面积吗？不充分利用每一寸空间，不能将每寸土地价值充分利用，就是对城市犯罪，就是对客户犯罪。”言及此，郭总情绪动于衷。

嘉亿人不仅是这么说的，也是这么做的，行动是金。嘉亿集团分管工程的副总工程师与良鸿告诉记者，嘉亿人正是本着为客户建房当做为自家建房子的原则、准则、规矩来干事业的。作为工程负责人，采访中，马总摊开设计图纸，如数家珍般地向记者讲解练就“真功夫”的“细”“秘”“巧”。

“真功夫”之一：客户型企业的必然选择

一切以客户为导向，将客户利益放在首位，以发现客户、满足客户需求、为客户创造价值和超值作为企业一切行为的出发点，作为企业存在的理由和根据，并将客户视为企业最宝贵的财富，视为“衣食父母”，将客户当作企业永远的合作伙伴，将客户满意度当作评价企业员工工作的最高标尺，这不仅是以万科、中海、金地、招商、龙湖、绿城、建业等国内一线品牌房地产企业奉行的客户型企业的准则，也是嘉亿集团成立至今恪守的客户服务理念。

“嘉亿亿众广厦万间”是嘉亿集团的企业使命，“务实守信”是嘉亿集团的企业品格，“以客户为尊，从心出发；关爱客户，此情不渝”是其客户服务观，也是嘉亿集团11年来的致

力，其中炙手可热的，则是郑州东站区域，因为两条高铁交会而形成的高铁商圈将成为中国商业地产、楼宇经济的新价值高地。虽然目前在建、在售的写字楼、城市综合体、商业项目多达20多个，但是对于一个亿方人口的大省和中国的高铁枢纽城市，该区域的写字楼项目远未过剩，未来仍有较大的发展空间，且价格仍将一路走高。目前正值高铁开通之初，区域的商业形象尚未建立，商业气氛尚未形成，且消费者和市民对高铁物业的价值认识不足，所以目前正在该区域购房、投资的最佳时机，等待和观望将会坐失良机，并且将会付出更大的机会成本。

一个毋庸置疑的事实是，在当今的郑州房地产市场，高铁版图用风头正劲、风起云涌、风生水起来形容绝不为过，该区域的写字楼也是今冬的热门话题。

一位不愿透露姓名的业内人士对记者表示：相比于早年间享有“财富大道”之称的经三路、郑州“长安街”金水路、“总部大道”农业路的写字楼和郑东CBD内外环的写字楼，高铁区域的写字楼无论从产品规划、建筑品质、配套设施、物业服务等诸多方面都有很多提升和改观，算得上是郑州第三代甚至是第四代写字楼，虽然比之于沿海地区上海、深圳新近涌现的写字楼尚有差距，但是作为二线城市中的郑州，高铁区域的写字楼在相当长的时间里将引领郑州楼宇经济的潮流和走向，成为郑州商务、商业地产的一个新亮点和新窗口。不过这位业内人士同时也表示，该区域的写字楼也存在着较为严重的同质化倾向，除了共享高铁这一特定优势资源外，不少写字楼缺乏之于自身的特质和个性，就连项目的卖点也是“你有我也有他也有”，广告也表现出千人一面、千部一腔的倾向，以至于外地来的客户进入这个区域，顿生如坠云雾中的感叹。

出路何在？什么样的写字楼才是最切合市场、赢得市场的写字楼？什么样的写字楼才能代言郑州东站高铁商圈写字楼的发展方向 and 潮流？什么样的写字楼历久弥新，经得起时间的检视成为城市的艺术品，为城市增添美丽风景，而不是昙花一现成为城市垃圾？在河南财经政法大学房地产经济研究所所长、教授、博导李晓峰看来，郑州既要像纽约帝国大厦、吉隆坡双子大厦（国家石油大厦）、香港IFC国际金融中心、上海国际金融中心、深圳京基100这样的地标建筑，更需要植根中原、脚踏实地，既有中原文脉，又顺应市场需求，还能面向未来，与国际接轨的商务地产，归根结底，一言以蔽之，是以人为本，以客户为尊，处处体现并能满足客户人性化办公需求的写字楼项目。“建筑是灰色的，生活是常青树。”万丈高楼从地起，再高的楼也要植根大地；商务以人为本，再尊贵的气派也要着眼于人，“人”才是所有建筑的出发点和必然归宿，离了“人”，离了人性化的元素，一切都将从无谈起。

这样的写字楼项目在郑州东站区域是不是无迹可寻？河南省房地产商会秘书长赵进京告诉记者：无需踏破铁鞋，首开郑州东站高铁商圈人性化商务办公先河的写字楼就在高铁站南600米处等着您。他说，嘉亿·东方大厦的开发商嘉亿集团成立11年间，一直致力于写字楼的开发，从郑东CBD外环的中国银行河南总部大厦，再到新乡第一高楼嘉亿东方明珠，再到在建的位于豫陕鄂三省交界的“黄河金三角”的区域性中心城市——三门峡最大的城市综合体嘉亿城市广场，嘉亿一路走来，锻造了自身的核心竞争力，成为中原首席写字楼专家。历经11年厚积，今年爆发，嘉亿举公司全力，进军郑东新客站区域，建设人性化商务殿堂——嘉亿·东方大厦，为懂您、您懂的中原乃至全国财富精英量身定制最适宜的最实用的最具人性化的写字楼。“嘉亿集团作为河南省房地产商会的会员单位，谨以商会秘书长的名义，隆重推介这一礼献郑州商务新潮流的项目。”

“真功夫”之二：建写字楼如同建自家房

在《一本热畅销书》，讲述了这样一个颇为耐人寻味的故事：一位老木匠，建了一辈子房子，每套房子都坚固耐用，住户无不交口称赞。临近退休时，老板让他再建最后一套房子，老木匠心想，既然是最后一套，不需要精细雕琢，干脆粗制滥造。房子建好后，老板对老木匠说：你辛苦建房一辈子，这套房子就送给你了。闻此，老木匠啼哭皆非。

这个故事阐明了一个道理：你不是在为老板工作，也不是在为客户建房，你是在为自己工作和建房。

“宁可不赚钱，也不能让客户买了后悔。”谈及此，郭总字字有力，掷地有声，“消费者买我们的房子，是看得起我们，是对我们信任，我们不能辜负这种信任。将心比心，换位思考，假如你是在为自家建房，你能不用心吗？你能不千方百计地想办法降低公摊、提高使用面积吗？不充分利用每一寸空间，不能将每寸土地价值充分利用，就是对城市犯罪，就是对客户犯罪。”言及此，郭总情绪动于衷。

嘉亿人不仅是这么说的，也是这么做的，行动是金。嘉亿集团分管工程的副总工程师与良鸿告诉记者，嘉亿人正是本着为客户建房当做为自家建房子的原则、准则、规矩来干事业的。作为工程负责人，采访中，马总摊开设计图纸，如数家珍般地向记者讲解练就“真功夫”的“细”“秘”“巧”。

“真功夫”之三：建写字楼如同建自家房

在《一本热畅销书》，讲述了这样一个颇为耐人寻味的故事：一位老木匠，建了一辈子房子，每套房子都坚固耐用，住户无不交口称赞。临近退休时，老板让他再建最后一套房子，老木匠心想，既然是最后一套，不需要精细雕琢，干脆粗制滥造。房子建好后，老板对老木匠说：你辛苦建房一辈子，这套房子就送给你了。闻此，老木匠啼哭皆非。

这个故事阐明了一个道理：你不是在为老板工作，也不是在为客户建房，你是在为自己工作和建房。



嘉亿·东方明珠开盘盛典



嘉亿·东方大厦鸟瞰图



嘉亿·东方明珠和新闻大厦鸟瞰图

3 铅华洗尽见真纯 淡极始知花更艳 嘉亿·东方大厦人性化元素品鉴

尊重女性 方显文明商务

女作家冰心在散文中写道：“这世上若是没有女人，若是少了女性，则少了十分之五的真，十分之六的善，十分之七的美。”前英国首相撒切尔夫人说过：“判定一个城市的文明程度，一是看大街上有没有围观的人群；二是看公共女厕所前排队是否排起长队。”因此，对女性的尊重，其意义远远超过女性本身，而上升为判定城市文明的标尺。

嘉亿人从现实中发现，大凡公共场所，女厕所门前往往排起长龙，上厕所成为女性的畏途；而男厕所门前则门可罗雀。处处细心的嘉亿人，却从这一强烈的反差对比中，悟出了写字楼中男女厕所蹲位必须谋求和进行改变，何况如今的写字楼上班人群中，女性白领的人数甚至高于男性。纽约世贸大厦遭遇恐怖袭击的瞬间，不少美国绅士主动将消防通道让位于女性，在生死攸关的危急时刻将生命通道留给母亲或准妈妈，作为人性化写字楼中实不多见。其实，增加的不仅是数字比例，而是大厦的一抹亮色，一份美丽心情，一种商务文明。

另外，为了避免高端商务写字楼中常见的人们拎着饭盒、嚼着包子乘坐电梯，电梯间里弥漫着饭菜的味道，让人掩鼻的情形，本案将硬性限定，但凡带饭、送饭上楼，必须乘坐消防电梯，不得乘坐客梯，此举虽然会给部分员工带来些许不便，但是更重要的是，保证了高端写字楼的商务形象和商务环境，在郑州同类物业中不失为一大创举。

电梯超高速 转瞬到顶层

在考量写字楼品质的诸多要素中，电梯的品牌、电梯的速度、电梯的数量、电梯的新旧乘坐的人数、电梯的运行分区等等至关重要，甚至成为衡量写字楼办公环境、办公效率、办公质量的主要标尺。

据了解，嘉亿·东方大厦将配套十部国际一线品牌高速电梯，每部电梯为1.35吨吨吨位，可容纳18人，从首层到顶层不超过40秒，速度可达3米/秒，坐上电梯，来不及多看身边美女一眼，来不及欣赏新楼中的精美广告，转瞬之间就到达你所在的楼层。大厦电梯没有采用高、低层分区运行的常规模式，而是采用单层双群控设置，目的是为了便于大厦内各楼层之间的便捷到达，避免高层的人们到低层，乘坐电梯到一层再转乘之困扰。此种运行分区，仍体现了嘉亿人对客户周到细致的用心之处。

心有灵犀物业通

嘉亿·东方大厦在公摊面积上做“减法”，目的是在客户价值上做“加法”甚至“乘法”。

其实，做“加法”甚至“乘法”，在本案中俯拾皆是，比如引入世界五大行之一的威德举行担物业服务顾问，更是项目加分的例证。

采访中，嘉亿集团物业总经理崔总告诉记者，嘉亿·东方大厦将进行五星级酒店一站式访客查询、信息管家式服务的铂金式物业服务模式，真正实现“零干扰管理、零抱怨服务”的服务理念，颠覆业主和客户对传统意义写字楼的认知，让每一位业主，每一位在此办公的一员感受到全新的、便捷的、舒心的、尊贵的有深度的服务特色。

为了体现这种服务特色，本大厦物业服务将超前一步挖掘业主的潜在需求，推出标准化基础服务之外的增值服务和特色服务，比如在大堂安装液晶电子水牌系统，以满足访客查询、企业自身宣传和信息发布的需求；同时，还将建立大厦内部的网络共享平台，以满足大厦各入驻公司、机构互通有无、资源共享的需求；再者，还将完善联盟商家系统，为业主和商务办公人员提供增值和超值的服务。除此之外，本大厦物业不仅做“表面文章”，更重视“内功”修炼，比如将定期邀请业主代表参观设备房，增进业主对大厦设施、设备的信任感和安全感。

活风景中 四季皆风景

嘉亿·东方大厦的人性化元素可谓多端，可谓繁花似锦，妙不可言，记者实在有限的篇幅内实在难用文字描述和穷尽，比如，总裁专用电梯，彰显尊贵身份，更显私密情趣，顺应办公家具化的世界潮流；每个办公楼层专设的吸烟室，既让办公楼的烟民们在此烟雾缭绕，还能保持大厦清新空气，既保证高端商务办公形象，又不失人性化的灵动；顶层空中花园的设计，可常漫步、可运动健身，可欣赏风景，让人驻其中的商务人士，活在风景中，永远是主角。

消防电梯分列 预留生命通道

采访中，记者了解到，嘉亿·东方大厦总高120米，属于超高层建筑，标准层每层建筑面积是2000平方米，应该配备两部消防电梯和两个消防步出，如果按照传统的写字楼常见的设计，两部消防电梯通常并列、紧靠，这样排列的弊端是，若发生火灾或其他自然灾害，分布在楼层各个办公间的人们都需往一个方向逃生，在与时间

