

# 唯有建业 超越建业

## ——建业推进郑州战略纵深聚焦

本报记者 刘文良

一座城的湖居理想。  
建业郑西联盟新城。

过去10年,是中国房地产行业风起云涌的时代。当时光凝固为历史,建业兑现了战略启动初期的承诺,不仅圆满完成最初的战略设想,而且超出原有预期。如今,时间、机遇、命运,让战略纵深阶段的建业再次被聚焦。近日,建业在郑州市场的举动,亦是“天时地利”背景下均衡企业战略的完美布局。

此前,通过收购股权,河南龙宇成为建业间接全资附属公司的举动在资本市场引起强烈关注,并被认为是此举将进一步扩大建业在郑州市场的份额。话音未落,4月30日和5月9日,建业又相继摘得双义市商业地块、商住用地和平原新区住宅兼商业用地。

跟随企业战略发展的节拍,建业在郑州市场上持续发力,为企业战略纵深阶段打下坚实基础。而事实上,建业对此早已做好了准备。建业集团副总裁、郑州公司总经理陈剑曾透露,建业近两年来在郑州新区、高新区、二七区、惠济区、金水区等区域已有超过1500万平方米建筑面积的土地储备。

自2013年始,建业正式进入战略纵深阶段。而这一阶段的主要目标是均衡郑州市场与地市的开发规模。因此,自这一年,建业即已加大对郑州市场的布局力度。据悉,2014年,集萃22年匠心,建业布局郑州,将出现十盘联动之景,再建领导者格局。

2011年、2013年,中原经济区、郑州航空港实验区先后上升为国家战略,郑州的城市地位随之提升。在将要或正在进行的新型城镇化建设中,房地产发展契机巨大。大背景下的利好,恰逢建业的布局,无疑为企业提供了得天独厚的腾飞契机。

高铁给郑州带来的不仅是出行方式的变化,更颠覆了人们原有的时空观念,为郑州这个全国铁路交通大枢纽注入新的血液。

从时速250公里的中国铁路D时代,到时速300公里以上的中国铁路G时代,郑州将成为一个商业中心,各种物资在这里交换、转换,交互作用之下,郑州将成为重要的经济中心。

“郑州至开封、焦作、机场三条城际铁路2013年通车”、“郑州到机场只需14分钟,到开封只需19分钟,去焦作不过30多分钟”,我们看到的不仅仅是简单的几个新闻标题,而是一幅以郑州为中心通达开封、焦作以及未来预计通达洛阳、许昌、新乡、漯河、平顶山、济源等市的半小时交通圈的大郑州蓝图。以郑州为中心辐射周边城市的中原城市群轨道交通建设,预示着大郑州时代的真正到来。

胡葆森说:“企业发展需要讲究大势,应顺势而为、借势而起、逆势而上。建业集团能取得今日之成就,得益于城市化建设的大势,需要感恩于这个时代。河南城镇化率目前低于全国平均水平,未来河南将是城镇化建设的主战场,郑州无论是建设郑东新区,还是航空港经济综合实验区,都是河南城镇化建设的桥头堡和火车头。”

“郑州是建业的发轫地、主战场、根据地、井冈山。”这是建业集团董事长胡葆森对郑州的深情寄语。“住建业,最幸福。”这是建业人对全省十数万业主的郑重一诺。在建业集团成立22周年、建业足球20年系列纪念活动盛大开启之际,建业,又一次站在了超越自我的起跑线上——

### 发力郑州：城市化的必然选择

1954年,郑州成为省会,从商代都城到现代省会,这中间断代太久。作为一个现代都市和省会城市,郑州只有近60年的历史,相比于周边的省会城市如武汉、西安,郑州作为现代都市的历史较短。在成为省会城市之前,郑州只是一个交通枢纽,相当于一个大火车站,人口不足50万,仅仅经过60年的时间就发展建设到今天的城市规模,速度不可谓不快。

到了1992年建业创办之时,郑州户籍人口不足150万,如今包括所辖县、市在内,常住人口近千万,但就所占比例而言,郑州人口还不足河南总人口的10%。同样作为中西部省份的省会,目前武汉人口数量占湖北省总人口的比例在20%左右,其经济总量也占全省经济总量的五分之一强,陕西省会西安亦然,人口也占到陕西

全省人口的20%。

基于此,胡葆森认为,从周边省会城市的发展历史及发展结果来看,借势城市化建设大潮,未来郑州的人口及经济总量也要占全省的20%,这意味着还将会有超过1000万人要拥入郑州,按照平均每人需住房30平方米的标准,郑州住房需求量就超过3亿平方米,这又是非常巨大的发展机遇。

城镇化是中国经济未来的最大动力所在,也是今年政府工作报告重点提及的工作之一。李克强总理的政府工作报告就指出,今后一个时期,着重解决好现有“三个1亿人”问题,促进约1亿农业转移人口落户城镇,改造约1亿人居住的城镇棚户区和城中村,引导约1亿人在中西部地区就近城镇化。

国家对城镇化下的“功夫”,加之中原经济区、郑州航空港实验区先后上升为国家战略,郑州散发着巨大的吸引力。可以看到,围绕郑州市提出的组团式发展,进行“两环十七放射”道路建设,实施大规模城中村改造和合村并城,建业通过专业化介入,以高起点的城市规划和产业规划为先导,做到了与政府投资建设郑州的步调相吻合。

在胡葆森看来,“从原来的中原城市群,到现在的中原经济区、航空港区,在中部的网状城市群中,郑州都扮演着龙头的角色,而且郑州周边有上百个县级城市,未来会与郑州形成很好的互动。”对于郑州的未来,胡葆森感慨,“站在今天,无论我们如何大胆预测,也都难以想象10年之后郑州的城市模样。”

### 突围郑州：超越自我的必由之路

郑州市场前景向好,建业在河南市场不断向下发展的同时,一线房企纷纷涌入,争抢郑州这块巨型蛋糕,围猎中原,在这种竞争态势下,建业苦练内功,潜心向内,锻造产品与服务优势。

历史是有方向的。进入一座城市,通过开发楼盘改变城市的居住状态,继而推动城市的全面进步,是大

时代中一个企业的光荣与梦想。面对市场竞争格局的变化,胡葆森早已预料,“第一,每个城市的前10大地产商,基本上控制了市场份额的60%以上,这基本在70个大中城市,现在是这样一种格局。第二,大中城市的前10大地产商,有一半以上都不是本土的。前20名的大地产商,控制了70个大中城市至少30%到40%份

额。”万科、万达、恒大、碧桂园,一时间郑州市场群雄逐鹿。

22年郑州市场的不断努力,面对信息时代客户需求的变化,产品需求、服务需求的变化,作为产品发轫地的郑州建业,担负业主的市场期待,作为行业的领跑者,建业正以一代又一代产品的更新和换代,提升和改造郑州人居环境和理念。

### 产品升级：引领郑州楼市风向

从产品上来说,建业地产在产品方面的主要战略是在新市场复制郑州市场的老产品,同时在郑州不断推出新产品。从城市花园,到森林半岛,再到密码国际、壹号城邦,建业几乎每年都在郑州推出新产品。目前建业的产业体系已形成了绿色家园、建业城、桂园、森林半岛、壹号城邦、联盟新城等系列。通过系列化产品的成熟推广,在产品定位,设计管理,施工管理,成本管理各环节均得到了一定成效,使得建业的定位更加准确,设计、施工周期相应缩短,成本控制标准明确,保证了建业产品品质和成本目标,为后续产业化的实现奠定基础。

最早期的系列产品当属建业城市花园,强调“人与自然的和谐统一”;紧接着的建业绿色家园则强调

打造休闲、安全、健康的居家社区;为了更好地提供适宜中国人居的生活范本,建业开始思考如何用建筑语言,来表达对中原文化的尊重与传承,建业桂园用桂花表达居住的舒适于心,将传统文化在不经意间展现于建筑当中;如果说建业桂园是中高端项目的典型代表的话,那么森林半岛则属于建业高端产品的代表作,2004年在建业的主战场郑州形成雏形,森林半岛系列以“水”和“森林”为表达主题,注重小区内部的绿植造景,水景的穿插环流。紧跟着森林半岛,建业推出了升级换代作品壹号城邦。代表着建业集团对于顶级人居的最新理解,并将成为未来数年建业着力打造的城市高尚居住标杆。联盟新城,这个被称为“世界建筑博览会”的地产连锁品牌,填补了建业在高端国

际化生活豪宅市场的空白,也为地产界提供了一种无法复制的世界级居住梦想。

站在百亿的新起点上,建业秉承着超越自己的梦想持续前行,以放眼全球的胸怀谋篇河南,在18地市筹划最具代表性新城中心的城市综合体——建业十八城。

在整合建筑设计(王董国际)、物业管理(台湾怡盛)、景观(加拿大奥雅)、室内设计(香港梁志天)等全球优势资源的前提下,以建业天筑项目为标志,建业第四代产品磅礴面世,树立了中原人居新标杆。绿色、现代、科技、精装,天筑彰显了建业一以贯之的作品意识,指明了建业未来产品的方向,开启了河南房地产市场全装修高档物业的新时代。

### 服务体系：“建业版”私人定制

所有的服务都源自于客户的需求。建业不仅从产品的升级换代上超越自己,更从服务本身提升业主的居住感受。集团在地产界率先提出七大服务体系,用最细致的服务来完善自我。“随着建业省域化布局的完成,目前仅至尊卡客户就有3万多个,未来会更多,如何服务好这些客户,为他们创造更大价值,我们依托于建业省内已建成的社区等,通过呼叫中心9617777和建业至尊卡两条脉络,将物业、教育、足球、至尊服务、商业、酒店和绿色基地等7大服务资源串联起来,进而形成成为全省业主提供时间、内容、地域皆无盲点的具有建业特色的服务平台。”胡葆森如是阐述建业“大服务体系”的内涵。

这就是说,通过这一“大服务体系”,其客户无论是购物、看球,还是子女教育,以及省内外旅行住宿,均可享受建业便利、优质和实惠的服务。而若从另一个角度,建业“大服务体系”在为业主创造更大价值的

同时,所呼应的不仅是其省域化战略与房地产业主业,更在于服务本身的“独立”创造价值。而这个价值,毫无疑问是建业在纷争的市场中获得业主一致好评的关键。建业大服务体系,所体现的其实是超越了服务本身的真真切切对于业主的关爱和实惠。

通过努力,建业全力构建的大服务体系也得到进一步夯实。郑州建业艾美酒店开业,建业酒店投资事业再启新篇章;建业足球提前冲超并勇夺2013赛季中甲联赛冠军;建业首个大规模体验型商业综合体建业凯悦广场华彩开业。

与此同时,为了业主主得到最人文的教化滋养,建业还倾力打造了小哈佛双语幼儿园学前教育,小学、初中、高中双语义务教育及学历教育,本源社区书院国学教育,建业讲堂等人居教育。建业认为,教育不仅维系着一个民族的未来,更肩负着建设社区无数家庭明天的希望。

### 卓越图成：面向未来的进发

一如金水花园之中,至今仍成为众多家庭欢笑的殿堂;一如郑州森林半岛的园林里,到现在仍聚集的巅峰会晤;一如联盟新城的屋脊下,久久不能忘怀的世界风华……即便过往成就,至今仍是中原巅峰。但在建业看来,始于经典,但不止于经典,才是传奇的真正含义。

上世纪90年代的河南,经济发展滞后,市场发育程度不高。有人将这种投资环境形容为盐碱地,而盐碱地上的企业往往难以长大。就是在这样极度困难的背景下,建业开发了第一个项目“金水花园”。它的成功开发,不仅为河南房地产业提供了新的住宅开发模式,同时也在一定程度上推动了郑州城市化进程——大量的房地产资本开始聚集东部区域,使该区域成为郑州金融、贸易、高档生活区的聚集地,并为今天的郑东新区积蓄了相当完善的城市公共资源。

1999年至2001年,建业成功推出了建业城市花园项目,并连续三年雄踞郑州

楼市销售额排行第一名,开发模式日渐成熟。

2002年,成立不过10年的建业集团就向社会发出郑重的承诺:建业每到一个城市都要做到“为这个城市打造一张新的名片;为当地百姓创造一种新型生活方式;与当地开发商一起提高这个城市的建设水平;为当地政府上缴更多税收,融入城市,当好这个城市的宣传员”。郑州建业的二十二年历程中,始终把“五个承诺”当做行为准则和追求目标。

检验一个企业的行为永远不要看它说了什么,而要观察它做了什么。建业的言必行,行必果,一切都用行动明证。随着企业资金、品牌、人才、商业模式、客户等方面资源愈发充足和成熟,金水花园、城市花园、桂园、森林半岛、联盟新城、置地广场、壹号城邦、贰号城邦、春天里、天筑相继面世并持续受到市场的追捧和民众的青睐,建业每一代的产品都成为引领城市发展的中坚力量和地标性建筑。

2014,郑州建业再出发!