

如果将城市比作一部电影,其中的主角是建筑,而记者手中正好有一柄类似美国电影《神奇遥控器》主人公手中那样的遥控器,记者轻按快进键,日月如梭,星移斗转,转眼间岁月飞逝70年、100年,则现如今正在拔地而起的建筑楼群,大多在岁月风雨的剥蚀下或黯淡无光,或残破不堪,然而,总会有一座建筑群,历经时光轮替,岁月洗礼,风采依然,鲜艳如昨,浓缩着历史的印记,镌刻着时光的徽章,书写着经典的传奇,散发着艺术的光泽,一如陈年老窖,历久而醇厚;一如佳构华章,常读而常新。

如果说建筑是凝固的音乐,如果说生活是诗意的栖居,则每个时代,每座城市,都有这样的永恒旋律,都有这样的精神城堡,我们通常将这样的建筑称之为地标,称之为城市名片、城市标杆、城市榜样、城市印章,这样的建筑不仅引领一个时代,也将拥有未来彪炳着史册,一如美国的比弗利庄园,亦如北京的运河上的院子、上海的滨江凯旋门、广州的星河湾、深圳的万科第五园。

我们生于斯、长于斯的家园郑州,有着3600多年的商业历史文明,作为中国历史文化名城,作为我国人口第一大省、经济总量大省、文化资源大省的省会,作为中原城市群的龙头城市、中原经济区的核心增长区,作为我国最重要的铁路枢纽中心城市,作为规划建设中的千万级人口规模的国家中心城市和国际航空大都市,不仅有着二七塔的传统地标,有着千玺广场、绿地中心的商务地标,更应有人居新地标、华宅领街之作——建业天筑,一个举建业22年厚积,集绿色、科技、智能、现代、精装、华贵于一体的建业第四代新品,引领郑州人居风尚,缔造中原至尊生活。

居巅名自扬 天高筑为尊

——建业天筑对中原人居引领价值解构(一)

本报记者 刘文良

品牌引领：建业第四代作品领街者

“越了解房地产,越信赖建业。”这是建业的品牌口号之一,更是亿万中原人民凝聚的共识,也是建业22年深耕中原喜结的硕果。

“住建业,最幸福”,这是建业掌门人胡葆森对建业主人的寄语,也是对建业主人的郑重一诺。

“风雨二十年,深情寄河南。”“有建业足球在,谁能说建业更热爱河南。”“每逢建业足球20周年系列纪念活动盛大启幕,寄托着河南热望、河南责任,承载着河南精神、河南形象的建业足球,系结着建业与河南浓得化不开的情缘。”

建业对建业足球的不离不弃、永不言败,对足球的坚守和执着,不管经历了多少挫败和伤痛,本身就是一种超越,一种胜利。而作为河南地产领军企业,建业的建功立业,则主要体现在22年来建业对我省城市化进程、对社会进步、对房地产开发、对中原人居形象的助推、改变和提升。22年来,建业秉承着“让河南人民都住上好房子”的企业使命,“追求卓越 坚韧图成”的企业精神,“植根中原 造福百姓”的企业核心价值观,“做中原城市化进程和社会全面进步的推动者”的企业定位,固守中原,筑城不辍,不仅坚定不移、矢志不渝地行走在省域化战略的建业大道上,还将在建业而立之年之时,实现百城建业的宏愿,而且作为郑州房地产开发的开拓者、践行者,先后成功开发建设了金水花园、城市花园、桂园、森林半岛、联盟新城、壹号城邦、贰号城邦等名盘。这些项目的开发建设时间跨度近20年,每个项目不可避免烙上了时间的印痕,带有某个时期的特征,但是如今回望郑州20年来房地产的变迁史,不能不说建业每开发一个项目,都是特定时期的郑州地产代表作,都是其时郑州楼市的引领者,都具有标本、标杆的里程碑的意义。而当建业走过了20多个年轮,在建业省域化战略进入全面纵深的当下,建业仍一如既往地躬耕郑州、深耕郑州、发力郑州,全力打造建业第四代产品,继续书写建业在郑州的“王者”大剧,而天筑,因为逢中原经济区、郑州都市区、航空港实验区建设大势的天时,得郑东中央商务区、中央居住区、高铁商务区三足鼎立、三位一体的绝版地块的地利,欣逢高铁、地铁、机铁(轻轨)三铁合一搭建的大交通体系而带来的巨大的市场需求,以及世界500强企业的纷纷进驻、中原财智精英的人居追求所带来的高端客群,又得人和,可谓万宠爱集于一身,注定风华绝代卓尔不群,必将成为中原豪宅市场罕有其匹的“王者”。

为了倾情匠造这一郑东新区孤品级精装华宅,建业集团联手组建了世界一流、全球领先的品牌方阵:曾经绘制过香港喜来登酒店、澳门美高梅酒店、上海滨江凯旋门、北京国贸三期建筑规划蓝图的香港王董国际担纲建筑规划设计;室内装修设计则邀请享有“亚洲设计之光”美誉的梁志天,他是全球30位最顶尖的室内设计大师之一,连续三年问鼎“全球著名室内设计大师”殊荣,堪称国内豪宅传奇的上海汤臣一品室内设计则是他的神来之笔;景观设计则是加拿大奥雅景观,奥雅在加拿大被称之为国宝级的景观设计公司,在国内,亚洲十大豪宅之一的北京运河上的院子的园林景观就是奥雅杰作;物业公司是台湾第一品牌的顶级豪宅物业管理——怡盛物业。怡盛物业将酒店服务与管理系统引入高档住宅服务之中,为业主提供私人定制般的管家式服务,让业主享受到超五星级酒店的尊贵与尊崇。建筑施工则由荣获中国建筑最高奖项“鲁班奖”的中天集团担承。如此强大的品牌阵容,只为天筑梦想而来,只为领衔中原人居使命而来,只为绿色、科技、智能、现代、精装、尊崇的应当如此美好的生活而来。

采访中,记者了解到,王董国际、梁志天工作室、怡盛物业皆是首次与郑州地产企业和项目进行合作,其中梁志天只与国内一线城市的顶级豪宅项目合作,此次与建业牵手,一是缘于建业掌门人胡葆森的个人魅力和精诚所至,二是对天筑在品质方面的极致追求的认同。

正是有了汇聚全球顶级智慧和脑库的品牌阵容的强强合作,天筑项目才能一飞冲天,奠定天下。

品质引领：天筑有大美而可言

庄子曰:“天地有大美而不言”,连日的采访,记者观赏天筑形象片,听取置业顾问沙盘讲解,登堂入室品鉴样板间,所见所闻,所思所感,不禁为天筑在品质方面的孜孜以求而深深震撼。

如果说深圳是中国房地产的样板间,天筑则是当之无愧的郑州房地产的样板间。记者注意到,在到访的人群中,除了真正的客户和买家,不乏郑州业内人士。虽然明知这些业内人士是为了踩盘而来,置业顾问依然不厌其烦地悉心详尽地进行讲解,所有的参观流程全部走完。

谈及对天筑的印象和观感,一位郑州知名房企分管工程和招采的副总经理坦言相告:“过去我们常常不远千里,到一线城市去参观、考察、学习、取经,其实不需要舍近求远,来天筑看看,就知道郑州与一线城市的差距在缩小,作为二线城市的郑州照样可以建造出足以与一线城市顶级豪宅比肩的好房子。其实,美就在我们身边,关键是要有发现美的眼光,天筑不仅值得郑州同业学习和仰望,更值得郑州业内人士购买。”

在天筑营销中心,记者巧遇了来自平顶山的刘女士。交谈中记者得知,刘女士虽非业内人士,但是因为在北京和海南的清水湾都购置有物业,也算是久买房成专家。李女士已在天筑购买了一套330平方米的大五房,当日是带着自己的数位亲友前来看房的。问起在天筑购房和推介购买的动因,李女士快人快语:“作为河南人,谁不希望在全省郑州拥有一套一步到位的房子。谁都知道,郑州买房,首选郑东新区;在郑东新区买房,首选建业的项目。我注意到,郑东新区的住宅项目越来越少,房以稀为贵,而天筑所在的地块是郑东新区最后一块住宅用地,再说天筑所在的地块面积不大,只有130多亩,容积率不高,绿化率又大,建筑密度低,只有10栋高层和超高层,这样的社区规模在我看来最为适中。天筑所在区域临近郑州的长安街金水东路,距CBD也不遥远,更重要的是,高铁近在咫尺,城际轻轨、地铁1号线、5号线就在项目周边,出行便利,不管是坐高铁还是乘飞机,都可以轻松到达,这样的绝版地段和区位优势,算是得天独厚了。在我看来,不管郑州楼市的走向如何,也不管政策如何变动,房地产作为不动产,地段不可复制,对于将天筑房子作为终极置业的我来说,买了就超值。”

如果说李女士作为外行尚能看出



天筑样板示范区实景公开

门道,在登封从事房地产开发、大学攻读专业为城建的徐先生的一番“夫子自道”,则是从专业人士的视角和眼光对天筑的规划品质、建造品质、景观品质进行了独到的解读:“我走遍郑州最后落在天筑,是因为我发现天筑是在用公建的标准来建设住宅,这在郑州是第一,在全国也为数不多。”他像编外置业顾问般地对记者历数天筑在绿色、科技、智能、精装方面的诸多亮点,言辞间充盈着作为天筑业主的自豪感:“天筑外立面大面积采用LOW-E玻璃幕墙和高级石材,玻璃是三层中空玻璃,这种标准只有在5A智能化写字楼中才会采用。反观郑州以前开发建设的一些小区,交付后五年、十年,外墙的涂料要么脱落、要么污损,有的看上去惨不忍睹,别说能撑到70年。而外立面,是建筑的封面,是最能显现建筑品质的直接外观,天筑的外立面,一定能经得起时间的检验,不管时间都去哪儿了,天筑的立面永不褪色。第二点就是天筑能在‘地王’地块上建出低密度的产品,这让我和我身边的朋友特别感叹,据我所知,天筑的建筑密度仅为22.71%,楼间距达110米,在这样一个寸土寸金的地段,这样的低密度、宽楼间距,是非常奢侈的,只有建业才能这样大舍。尤为让我动心的是,天筑打造了5万平方米的私家中央花园,如此规模,在中原极其罕见。我注意到,大部分北方的小区景观上只是种种草,大树寥寥无几,而天筑则能广种大树,有些大树甚至是从神农架长途运涉地冠移植,树龄大都在十年上下,作为业主,我们一住进来,就可以直接预享十年的浓荫。再有一点,

让我怦然心动的是,当置业顾问告诉我,天筑的两层地下车库均进行精装修,既没有漏水之忧,也不会看见裸露的管道和网线,更不会像某些地下车库那样人车进入如同进入冰窟般黑灯瞎火的感觉。尤为难能可贵的是,地下车库设置了大堂,且层高6.4米,这在中原地区更是绝无仅有的,加上地面首层入户大堂和6号楼楼王中的私家电梯大堂,天筑形成了三重大堂体系,这充分体现了天筑以业主为尊的品质感。”

采访中,天筑营销部有关负责人告诉记者,以天筑的品质和售价,天筑礼献的,不仅是高踞金字塔塔尖的特定人群,更是那些既创造财富又富有智慧、富有远见、追求品质、面向未来的财富智慧精英阶层。在天筑已成交的客户人群中,这部分人群为数甚众,其中不乏从海外归来、郑州创业的海归阶层。这位负责人对记者略举一例:何先生生长于深圳、留学于英国,为了追逐爱情,学成后与河南籍留学英国的孙小姐双双来到郑州,拟在郑东新区创办一家致力于中英文化交流的公司。虽然公司的“三军”未动,两人购买住房的“粮草”先行,在天筑楼王6号楼定下了一套600多平方米带泳池的大平层。记者通过天筑置业顾问提供的联系方式,辗转找到了何先生和孙小姐,说起记者的采访意图,两人并不抗拒,直言告诉记者选择天筑的购房心路历程:“我们在英国留学期间,不仅游历了英国和欧洲其他国家,足迹还遍及美国、加拿大、澳大利亚、新西兰,发达国家的好房子见识不少,原以为在郑州遇不到心仪的房子,后来经郑州的朋友推荐,抱着试试

的心态去天筑看看,但是当我们认真听了置业顾问的讲解,特别是参观了样板间后,我们当即决定在此安家落户,先买房再创业。天筑打动我们的亮点真的很多,但是最大的价值点就是天筑虽然地处中原,却有世界的格局和未来的视野。比如说,天筑的建筑高度是120米,这在郑州住宅项目中当属第一高度,虽然很多人厌倦高楼大厦,但是对于我们这些有着海外生活的年轻人来说,这种高度既能居高临下俯瞰中央景观,让一园风景尽收眼底,更是人生的高度,激励我们奋发进取,直冲霄汉;另外,我们认为,买房子,买的不仅是安身之所,更是一种生活方式,买怎样品质的房子,决定着你将引入怎样的生活方式。我们首要考虑的是择邻而居,住在这里,不需要像孟母那样三迁,希望一买永逸,既没有大妈广场舞之聒噪,也没有烧烤摊的刺鼻烟味,谈笑有鸿儒,往来是白丁,迎面走来的,不是企业界的巨擘,就是知识界的泰斗,与他们为邻,不仅邻里和睦为贵,更重要的是,可以近水楼台,耳濡目染,三人为邻,皆有我师焉。其次,是为了我们未来的孩子着想。我们曾经见过这样一句广告语,让人悄然动容:我们在哪里陪孩子慢慢长大?换言之,我们在哪里培养未来的绅士?当我们知道天筑除了房屋中配备有私家游泳池,小区里面还有两家会所,一是2800平方米的私家会所,地上、地下共两层,既有宴会厅,还有室内恒温游泳池和室外可开合的穹顶式游泳池,在北方城市,配备双泳池,的确让我们惊叹而惊喜,而这也是豪宅的重要标志。而会所的下一层,设置有多种运动休闲场所和设施,特别是七星级的耀莱成龙影院,可播放4D影片,我们不仅可以在周末邀请家人及生意上的合作伙伴来此专场观赏类似《归来》这样的热播大片,还可以在一旁的下沉花园中的休闲咖啡吧约会,如同我们在国外那样身边飘拂着咖啡的馨香。另一个会所是四级恒温花房,里面遍栽来自世界各地的绿色植物,四季繁花似锦,花香袭人,让孩子们冬天不再蜗居在家中,而在花房中尽情玩耍,冬日里享受春天的诗意。当我们听说花房中将引入建业本源书院,在花香四溢的环境中又能嗅到书香,在这里可以饱读国学精粹,让孩子们不出天筑,就能受到国学的熏陶,培养书法和绘画的禀赋。总而言之,正是这些非同一般的感受,不仅让我们将家安在此,也将心泊于此。”



天筑园林景观实景公开