



## 比瀚宇天悦更广阔的是心灵

本报记者 刘文良 实习生 王 烨

建筑学家加里宁认为：“城市是一本打开的书，我们从中能读到她的抱负。”

如果说每座城市都有着独特的迥异于其他城市的城市性格、城市个性、城市表情，那么，以缔造城市之美为己任的城市运营商——房地产开发企业，各个有着不同的企业基因，诸如万科的“让建筑赞美生命”、金地的“科学筑家”、中海的“诚信卓越精品永恒”、绿地的“让生活更美好”、保利地产的“和者筑善”、华润置地的“品质带给城市更多改变”、碧桂园的“给您一个五星级的家”、绿城的“讲道义、走正道、结正果”、重庆龙湖地产的“善待您一生”，等等。

生生不息、常变常新的省会郑州，这座有着3600多年历史的商都，如今正焕发着凤凰正举、万象更新的青春，正阔步朝着千万级人口规模的国家级中心城市、国际航空大都市、国际陆港、世界文化名城、中原经济区核心增长区的大枢纽、大产业、大都市迈进，郑州一天天在变长，郑州一天天在扮靓，郑州一天天在变大。作为郑州城市建设的践行者、力行者，郑州房地产开发企业不仅建造着广厦万间，而且正在缔造着城市人居的幸福版图。

在郑州北区，在文化路与龙门路交会处，在东风渠和魏河双河环绕的在水一方，一座占地1300余亩、总规划建筑面积120多万平米的生态宜居城邦——瀚宇天悦，历时数年，拔地而起，一幅健康丰盛的生活画卷生动呈现，波光潋滟的天鹅湖，绿树婆娑、浓荫匝地的环湖景观跑道，健身中心、乒乓球、羽毛球、桌球等运动设施、运动场地一应俱全的双会所，郑州市纬五路一小、郑州八中两所名校强强联手共同打造的九年一贯制公办名校——龙门路实验学校，全业态滨河商业完善配套，以人为本、舒适健康的新古典主义风格的建筑，错落有致的多层电梯花园洋房、小高层、高层物业类型，将四年前的琉璃寺城中村华丽蝶变为北区诗意栖居、品质人居的标杆，因此，项目入市以来，即备受追捧销售飘红，连续三年蝉联金水区。

“成功的花，人们只惊慕地现时的明艳，然而当初它的芽儿，浸透了奋斗的泪泉，洒遍了牺牲的血雨。”（冰心语）7月15日的午后，当记者置身在夏雨淋漓、涟漪澄澈的湖畔，夏日的香气氤氲，满眼的绿意摇曳，让记者恍如置身在世外桃源，一种惊喜、一分敬意从湖心蔓延到心间。如果将瀚宇天悦比作“天衣锦绣”，那么，是谁持彩练当空舞，剪裁妙处非刀尺；如果将今日的瀚宇天悦比作初成之作“清如许”的渠水，那么，“为有源头活水来”的源泉又在何方？

职业的敏感、探究的冲动，让记者踏上了一次瀚宇天悦的“问道”之旅。记得一位哲人说过：当我们找不到前行的方向，我们还需回到初心。只有探寻到瀚宇天悦一路走来的初心、本心、责任心，我们才能揭秘瀚宇天悦的成功之道，才能像加里宁那样将瀚宇天悦这本厚重的大书徐徐打开——



“我们是一群平凡的人，在做一件不平凡的事”

如果将郑州房地产行业比作一条大河，大河奔流百川归海蔚为壮观，百舸争流千帆竞发波澜壮阔，这其中，既有逐鹿中原的千亿级房企如万科、绿地、恒大、碧桂园、华润、保利、雅居乐，更有发轫郑州深耕中原的我省本土领军企业如建业、正商、鑫苑等。当然，在郑州地产企业方阵中，还有这样一批企业，在相当长的时间里，或沉潜海底，大象无形，大音希声；或埋头苦干愚公移山稳健前行，虽然名不见经传，在社会上在媒体上寂寂无名，但是一旦浮出水面，一旦破茧成蝶，则厚积而发，则后来居上，后发制人，且不鸣则已，一鸣惊人，项目甫一面世，就不是一棵稚嫩、柔弱的小草，而是一株枝繁叶茂、遒劲有力的大树，一座体量庞大、产品丰盈、配套完善、景观绝佳的巨筑，让人们称奇，让世人惊叹，无疑，河南瀚宇置业有限公司（以下简称瀚宇置业）理当属于后者。

在郑州，瀚宇置业曾经是一个陌生的企业名称，对其前世今生人们知之甚少。瀚宇置业强力进入郑州业内和公众的视线，应该是在2013年瀚宇天悦项目入市前夕，其时，瀚宇天悦锐利的醒目巨幅广告赫然跃入金水西路大桥路段的铁路桥广告位，每每驱车途经，“瀚宇天悦”即无可阻挡地扑面而来，产生强烈的视觉冲击。自此，瀚宇置业和瀚宇天悦像两匹天马横空出世并驾齐驱，如同天外飞来，带给郑州的，不仅是惊艳，更多的是震撼，如同企业

之名，如同项目之名，大气磅礴，不同凡响。瀚宇天悦是瀚宇置业在郑州的开山之作，这份作品呱呱坠地那一刻起，就注定了不是一个“宁馨儿”，而是一个巨人。或许，在坊间，在业界，曾经有过这样的声音：“小个子”的瀚宇置业，又将如何托举这一“巨子”？看似年轻、稚嫩的瀚宇置业，又会凭藉什么样的巨手，高擎起总占地面积1300余亩、总建筑面积120多万平米、物业形态涵盖多层电梯花园洋房、小高层、高层的北区住宅地标、生态宜居城邦？更有业内人士质疑：瀚宇置业这样一匹“小马”如何拉动瀚宇天悦这头“大象”？

现如今，当瀚宇天悦安置房幸福入住、商品住宅一期全面交房、二期全面升级、三期入市在望，人们不再担忧，不再质疑，人们方始确信，原来瀚宇置业不是“小个子”，不是“小马”，隶属于瀚宇集团。瀚宇集团成立于2006年，迄今已经走过10年的企业生命年轮。经过近10年的厚积，瀚宇集团业已发展成为拥有国家二级资质的房地产开发公司、一级资质的建筑施工公司和二级资质的物业管理公司等七家分公司，形成以房地产开发为主导，集建筑工程、建筑设计、物业管理、园林景观、商品混凝土生产等为一体的现代化产业集团。项目布局郑州、驻马店等地。近年来，瀚宇置业连续多次被评为“精神文明建设先进单位”、“质量管理先进单位”、被省、市政府评为“纳税先进

集体”，还被金水区区委、区政府评为“群众最满意”的企业。瀚宇品牌也被评选为“2013年度消费者值得信赖品牌”。现如今，瀚宇置业不仅正在加速开发瀚宇天悦项目，而且西进荥阳，在荥阳开发3600亩的超级大盘即将磅礴面世，必将成为郑上新区、中原新区又一建筑巨擘。

群众满意，是一项至高的殊荣，意味着村民满意、业主满意、社会满意、政府满意，实现群众、社会、政府多方共赢。当然，“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。”如果说瀚宇置业交上的这份满意答卷是“果”，瀚宇置业人从2006年参与金水区琉璃寺村城中村改造，一步一个坚实脚印地将城中村蝶变为生态宜居大城，九年辛苦不寻常，才是结出正果的“因”。“我们是一群平凡的人，在做一件不平凡的事。”这是瀚宇置业创始人、掌门人杨宝宏董事长的“夫子自道”，也是瀚宇人的“座右铭”，“口头禅”，更是瀚宇人的自觉追求和行为准则。

采访中，记者了解到，与新田集团董事长田大广、清华园集团董事长李发臣一样，杨宝宏是地地道道的郑州北区人。作为生于斯、长于斯、创业于斯、成长于斯、成功于斯的本土企业家，杨宝宏不仅对郑州这片故土有着浓得化不开的情结，还对脚下这片热土有着深沉的爱。因此，在家门口建房，他深知要承担更多

的责任，对土地、对城市、对区域、对村民、对业主、对政府、对社会，更是责无旁贷。杨宝宏毕业于西北大学企业管理专业、中国人民大学EMBA，经过多年的建筑公司总经理的砥砺、历练，更加深切地懂得品质地产、责任地产的个中要义。如何无愧于这片故土和热土；如何将城中村改造成为生态宜居城邦，不至于拆掉一个城中村，再演变为另一个城中村；如何让建筑成为作品、成为艺术品、成为百年经典，如何让让自己的产品经得起时间的检验而不致于随着时间的迁延，岁月的洗礼变成城市垃圾；如何让精益求精、客户价值从企业的核心价值观化为立体、生动、鲜活的现实等，但凡参与郑州城中村改造的房企无法绕开的命题，对于视精品为企业生命、为企业生存和发展的唯一理由的瀚宇置业，对于瀚宇置业在郑州的首发之作瀚宇天悦，也就显得尤为迫在眉睫。

不忘初心，方得始终。正是基于对这片土地深沉的大爱，正是基于对城市特别是城中村改造项目自觉担负的让群众满意、让政府满意、让业主满意的重责，正是有了“不求做大，只求做精”明晰的企业经营战略，正是有了让一群平凡的人集萃到一起，超越梦想、追求卓越的团队精神，瀚宇置业，从她诞生那一刻起，就注定了她的品质基因，就注定了瀚宇天悦从面世之初，就已然是一位卓而不群、挺拔俊朗的巨人，欲与天公试比高，敢持彩练当空舞。



志在打造郑州北区别墅、标杆之作



龙门路实验学校实景

站在媒体平台，面对整个郑州房地产行业，郑州所有在建、在售项目都是记者关注和报道的对象，也曾时常南下广州、深圳，东进上海，西出西安，北上北京参观、考察、学习、取经，可谓赏尽全国名盘，知名项目几乎尽收眼底，品鉴的样板间可谓多矣，自然练就一双火眼金睛，对好房子有着近乎极致的苛求评判。然而相当长的时间里，虽然瀚宇天悦销售飘红的消息时有听闻，身边的亲朋好友趋之若鹜地在此购房，但是记者虽数次经过瀚宇天悦之门，却未能登堂入室，一直未能睹到真容，直到此次亲临其景，眼见为实，迟来为憾，所见所闻所感，不得不叹服瀚宇天悦景观营造之优美、建筑品质之精工、户型设计之舒适、双会所设计之健康、教育配套之优质，这里有恒大的湖，重

庆龙湖的景，深圳中海的匠造精神，万科物业的阳光服务，难怪客户只有入乎其内，无不悄然动容，心动不已，只要到达现场，没有不被眼前的建筑、湖景、园林所倾倒的，没有不痴迷的，更有客户感慨系之：“如果忘了回家的路，那一定是在瀚宇天悦”，记者也顿生“湖风吹得记者醉，直把郑州当杭州”之联想。

记者一位同业说过：判定一个项目是否成功，判定一个楼盘的房子是否为好房子，有这样几个评判标尺：一是看销售量，销售是硬道理；二是看地产同业、媒体记者等意见领袖是否购买，相信专业人士的眼光，还有他们的传播力和影响力；三是看老客户口碑相传以一个老带新在成交中的占比。当然，好有最重要的一个标尺，就是看项目的开发商的董事长、总经理、

总监等高管和员工自己是否购买。

诚哉斯言。数字为证，2013年4月，瀚宇天悦营销中心低调入市，虽未进行密集的广告宣传，仍然迎来了开门红，日均150组的超高到访量，也让郑州楼市见证着品质地产的巨大魅力。当年5月11日，首批产品推出，认筹开启，售楼部门前排起长龙般的队伍，4小时客户量突破1400组；5月25日，一期开盘当日即售罄，并一举摘得“郑州楼市第二季度销售冠军楼盘”的桂冠。作为新入市项目，在短短50天时间，实现了客户逾千组、7亿销售额的骄人业绩。继首次开盘热销，刷新同期郑州楼市销售纪录，同年8月31日，加推460套房源开盘销售，3个小时即实现清盘；同年10月19日，一期三批房源开盘，同样实现开盘清盘；当年12月29日，一期收官力作瞰景楼王开盘，百余组客户争相抢购……

接受记者采访时，瀚宇置业副总经理乔林辉坦承：好房子自己会说话，无营销是最好的营销，因为客户是理性的，是成熟的，对好房子是渴求的。“一期所售房源的客户群体构成中，有相当多的业内人士、媒体同仁购买，老客户重复购买、推荐购买也占了较大的比重，尤为值得一提的是，我们公司的高管、员工，也争相购买自己的作品，因为他们比客户更清楚，更了解，瀚宇天悦多么值得他们拥有。”

在乔林辉的办公室，他将爱不释手的笔记本向记者和盘托出，记者分明看见，这位分管营销的副总经理，能将每天的客户到访人数、成交客户、未成交客户制成表格，不仅一目了然，能实时监控销售动态，还能分析和研判客户成交的动因、未成交的原因。记者发现，在今年5、6两个月份，瀚宇天悦依然保持着每月百余套的成交量，最高峰是一天成交19套。谈及项目热销、客户争相购买的原因，乔

林辉开诚布公，坦言相告：“品质，品质，还是品质。在我国房地产整体进入白银时代，进入下半场，我国的房地产市场进入深度细分的后购房时代，因市场竞争激烈，今年以来市场成交相对低迷，我们项目之所以逆势热销，并无销售秘籍，乃因我们没有对项目品质做减法，而是坚持做加法，在品质上不惜真金白银地投入。”

采访中，记者得知：瀚宇天悦从规划设计之初，即已确定高起点、高标准、高规格的原则，志在打造郑州北区别墅、标杆之作。因此，在项目总体规划上，项目决策团队经过反复地考察，聘请知名建筑规划设计院——深圳市天方建筑设计有限公司、英国TAF担纲设计。

在景观营造上，瀚宇天悦首先选择了“先做园林，再做建筑”的模式，迥异于目前市场上先做建筑再造园林的既有套路。先做园林的优势和利好在，园林的生长期至少提前两年，也就意味着业主入住之时，园林的成熟度基本实现，业主可以直接享受到成熟园林的景色之美，避免了业主入住之时看到的是光秃秃的树干，零零散散分布的绿植花草。同时，通过两年的养护，可以保证所有树木绿植全部成活，避免了交付以后，园林出现死树荒草而无人养护的问题。相信每一位选择瀚宇天悦的业主，都会被那郁郁葱葱的归家之路所倾倒，为数千平米的中心湖胜景所迷醉，沿着滨湖景观道漫步，湖岸两边树干直径超过30厘米的大树迎风摇曳。夏季到项目看房的客户都有深刻体会，一走进瀚宇天悦，迎面而来的朗润清风就驱散了酷暑的燥热，绿植氤氲下的环境要比外界温度低3-5度，恍如置身在春天。

（下转十版）