

一个“产品主义者”的执守

——访河南宏田置业董事长王二喜

本报记者 李 莉



“这是一个最好的时代，这是一个最坏的时代，这是一个智慧的时代，这是一个愚蠢的时代；人们面前应有尽有，人们面前一无所有。”这句狄更斯在《双城记》中的经典之言，正在成为当下郑州房地产市场最恰当的注脚。

对于置业者而言，一线房企与本土企业同台竞技，各种新理念、新产品、新营销层出不穷，让购房者迎来买房置业最好的时代，与此同时，市场的持续火热也带来了交房难、品质缩水等问题，让购房者陷入“眼花缭乱”的境地；对于开发商来讲，这是一个刚需凶猛、地主频出、市场激进的“好时代”，与此同时，这又是一个竞争空前激烈、优胜劣汰洗牌加速的“坏时代”。

众声喧哗、江流石转的市场中，如何选择，考验地产商智慧与眼界、格局与胸怀。

“对于产品主义者，这是一个梦想闪耀的时代，对于功利主义者，这是一个理想冷却的时代。”在躁动狂热的郑州楼市，有这样一位稍显执拗的开发商，他选择坚守最质朴却也最艰辛的“产品主义”，用臻于至善的项目设计与开发，让土地溢满灵性，让梦想闪耀光辉。

他就是河南宏田置业董事长王二喜，一个在郑州地产界浸淫近20年却依然初心不改的产品主义者。盛夏七月，记者实地探访王二喜产品主义情节下打磨出的作品——悦湖会，在绕屋树扶疏、蝉噪林逾静的天鹅湖畔，倾听他的初心与执守、研判与思考，看他如何用最具说服力的项目，做好现实与情怀、现在与未来这道解答题。

格局 以未来眼光决胜现在

骤雨初歇的仲夏上午，记者一行驱车从郑东新区出发，前往位于郑州国际文化创意产业园之畔的悦湖会，沿商都大道前行，一路白云相伴绿意绵延，平阔的道路两侧，鳞次栉比的巨幅广告牌和高耸的塔吊传递着郑州向东发展的蓬勃朝气与热度。经过省级公共服务核心区——白沙组团以及时尚创意文化旅游新城——郑州国际文化创意产业园，不到30分钟，就来到了地处郑州国际文化创意产业园和中牟新区交汇处、隐藏在一片浓绿中的悦湖会。

对王二喜的采访，从时下郑州地产业界最热的“地主”开始。

就在7月初，郑州市区拍出7宗地块，其中处于郑开大道、京港澳高速等主干道的围合区域的12号楼面地价最终拍出了96400万元的成交价，折合楼面地价为9108元/平方米，一跃成为该片区的新任“地主”。据了解，目前该地块周边在售的项目房价多在每平方米8000元~9000元，新地主楼面地价已经赶上了周边房价。

“10年前你会想到郑东新区能发展成为今天这个样子吗？很多人不信，但事实就是这样。从数据上看，郑东新区的房价从10年前的每平方米3000元左右到现在的每平方米15000元，上涨了五倍。”谈起区域发展，一贯给人“敏于行讷于言”之感的王二喜侃侃而谈，“如今，城市向东依然是大势所向，在郑东新区十年建设既成的现在，包括白沙组团、郑州国际文化创意产业园以及中牟新区在内的大郑东区域已经接棒郑东新区，开启一个加速起飞的新时代。”

布局城市发展的方向，无疑是悦湖会选址郑州国际文化创意产业园与中牟新区交汇处的重要原因。采访中记者发现，喜欢研读《毛泽东选集》的王二喜，对企业的战略有着明显的偏重，在他看来，区域选择就是项目开发的第一战略，“对于一家企业的掌舵者而言，战略方向的选择至关重要，因为，方向对了就意味着成功了一半。对城市发展大势的研判，既需要和当下城市建设保持一致，又要有适度的超前。”从数年前率先进驻南龙湖，到两年前布局大郑东打造悦湖会，无一不是他“立足未来决胜现在”战略思想的真实体现。

事实上，包括白沙组团、绿博园组团、中牟新区在内的大郑东区域成为郑州市新的开发热点和置业热点，有着政府规划和招商建设的坚实支撑。按照相关规划，白沙组团向东，即为规划面积132平方公里的郑州国际文化创意产业园，这里是省重点培育的文化创意产业基地，将被建设成为国际化、现代化、时尚创意文化旅游游憩区。园区以文化创意、时尚旅游、高端商务为主导产业，采取“主题公园带动，文化产业驱动，旅游服务联动”的发展战略，将建成全国文化创意产业中心、中部游客集散中心、中原地区会议中心、市民休闲服务中心四大中心，实现年旅游人数3000万人次。

目前，园区内的郑州华强方特欢乐世界、水上乐园、梦幻王国已投入运营，方特“美丽中国三部曲”和建业·华谊兄弟电影文化小镇正在建设，未来还将有投资约150亿元的华特迪士尼、投资120亿元的凤凰国际文化创意产业园等众多文创项目落地于此。如是一个未来全省的文旅、休闲中心，自然也吸引了一大批知名开发商纷纷逐鹿于此，眼下这一区域的城市建筑用地基本已被划分完毕，成为名副其实的楼市新宠。

而打开地图可以清楚地看到，悦湖会项目所在的位置与郑州国际文化创意产业园仅仅是一条贾鲁河之隔，距离之近可谓是一衣带水。

“目前已有越来越多的人看到了这一区域的战略价值，悦湖会每月销量都在100套以上，从客户来源分析，来自郑州市区的置业者与周边地缘性客户的比例已经达到了4:6。”王二喜用最真实的数据，证实项目区域选择的远见。

初心 以敬畏之心增辉土地



作为从业近十年的地产行业记者，我曾曾踏访过各种类型各异的房地产项目，相对于众多面目模糊、庸常碌碌的项目，初见悦湖会就心生惊艳，乃至念念不忘、魂牵梦萦。所谓一见倾心，再倾倾情，大抵如是。

惊艳之一，为其“绿”。

远远望去，悦湖会项目隐藏在一片浓绿中，随意选一条石板路，穿过竹林飒飒的翠竹园，越过社区步道，向青草更青处慢行，即来到了坡地植物王国，这里绿林密布，亭台水榭，踏人其中，宛若爱丽丝梦游仙境，各种花草植物10万余株，堪称社区居民家门口的植物园。漫步密林之中，蝉鸣鸟叫以及孩童的嬉笑吵闹声隐约传来，燥热的盛夏在这里似乎也“温柔”了许多、清凉了许多。

除了豪阔的植物园林，景观设计亦为这片“绿”添上了浓重的一笔。悦湖会重金聘请全球的高级设计公司加拿大TESSUN景观公司担纲规划设计，构筑一横两纵八大景观组团，每个景观组团都有其代表性的花卉或建筑小品，精致诗意图境与私家庭院、隔篱建筑之间的视线接触，让每一栋楼都生长在绿林中，让每一户家庭都可以与阳光、绿树、花香嬉戏玩耍。

惊艳之二，为其“水”。

拈花拂柳，穿过蜿蜒曲折的坡地小路，豁然开朗之处，即是澄澈明净的天鹅湖，三个湖心小岛上，隐约可见野鸭、黑天鹅、鸳鸯等栖息其中。这个拥有500亩水域面积的天然湖泊，是中牟县目前唯一的一个生态湖泊。在水资源极度稀缺的郑州，如此天赋活水，远可凭望、近可嬉戏，仅此一汪碧波就足以让人心生“携一人白首，择于此终老”之感。

诚然，不同于江海之浩瀚奔放，不似河流之汹涌澎湃，湖的波澜不惊，隐隐契合着名士们进退从容的心态与气定神闲的气质，也正因此，湖居一直是无数人的终生置业梦想。在悦湖会，不仅项目内有天鹅湖带来的真湖居生活，社区北门还面对目前正在治理中的贾鲁河，如是一湖一河所润泽出的亲水生活，值得用一生去感受、去体味、去记忆。

“浓墨重彩的绿与精心呵护的水，是悦湖会项目对这片土地的最大诚意和奉献。”作为一个十足的性情中人，在王二喜眼中，每一块土地都鲜活且充满着生命力，每一块土地都值得开发者呵护乃至敬畏。他说，纯工业化的“打造”不能在“活”的土地上实现“活”的产品，打造项目首要考虑的是遵循对土地和自然资源的尊重，与地块气质与文脉的匹配，还要倾注感情，通过“有机”的路径实现致极的品质，最终才能让产品为土地增辉。

如是“有机开发”理论，源自王二喜对土地的敬畏之心。在南龙湖，王二喜拥有自己的农场，农场里有他精心种植的各种蔬菜瓜果，采访时他特意把从农场采摘的西瓜让记者品尝，像个孩子似的“炫耀”着自己的种植成果。

“土地从来不会辜负任何人，只要你热爱它，并用心浇灌、全心付出，必然会有厚报。耕种如此，土地开发亦如此。”一句随意却充满着哲思的感叹，让记者不禁对这个外在粗犷但内心细腻的男子肃然起敬。

蹊径 以匠造精神打磨产品

按照中国房产信息集团发布的2015年度房企销售金额百强榜，万科、恒大、绿地、万达、中海、保利、碧桂园、华润、融创等销量排名位列全国前十的“地产十强”如今已齐聚郑州，与本土开发商共舞中原，中原楼市迎来真正的群雄逐鹿时代。而仅仅悦湖会所在的大郑东区域，就有融创、雅居乐、华强、建业、绿地、名门等排兵布阵，在弱肉强食的丛林法则下，作为一个在品牌及规模上并不具备很强竞争力的本土房企，王二喜及悦湖会如何在当下激烈的市场竞争中突围？面对这个稍显尖锐的话题，王二喜给出的答案是：“产品，产品，唯有产品。”

“对我们而言，产品即品牌，产品至上任何时候都是真理。”质朴真诚如其为人，在开发理念上，与部分房企偏重土地投机，侧重营销制胜不同，王二喜一直有着浓厚的产品主义情结。他说，他更希望用实实在在的楼盘精品化和人性化，去赢得市场。

业内人士都明白，产品主义看似简单，但其实是一条让地产回归居住本质的价值回归之路，也是一条注定要倾注开发者无数心血、考验开发者恒心与毅力的艰难之路。作为在房地产市场浸淫数十年、对地产开发各个环节都了如指掌的专家，王二喜认为无论市场如何风云激荡、竞争如何激烈，好的产品依然会脱颖而出，“其实，品质大家都在讲，在我看来，品质意味产品必须有自己的特色，同时，地产开发进入精细化时代，品质也意味着对细节精益求精、臻于至善的追求。”

“取法于上，仅得为中，取法于中，故为其下。既然做，就要做到最好，从接手项目开始，我们就是冲着区域开发标准重建，建筑标杆的树立而来的。”依旧简洁明快的话语，却有着重于千钧的力度。

据悉，悦湖会项目的景观设计、户型设计、建筑品质、施工质量等，均采用一流标准设计制作，施工工地多次被评为中牟样板示范区。在品质打造上，项目更是创出了多个中牟第一：第一个使用指纹密码锁的社区；第一个在社区公共部位实现WiFi全覆盖；第一个在业主只要进入小区，无论是园林里还是草坡上，打开电脑、手机，即可获得无线网络支持；第一个使用智能灭蚊系统的社区，考虑到树木多、水多的社区环境会有大量蚊虫存在，为了让业主既能享受到优美的环境，又不受到蚊虫的滋扰，社区专门引进了先进的智能灭蚊系统。

除此之外，项目建筑采用了新古典主义Art Deco建筑风格，建筑立面三层以上的干挂石材，三层以下采用真石漆成面，简约、凝练而又质感十足，处处可以显示开发商打造精品住宅的匠心；小区实行人车分流，车位配比达到1:1.2，可以最大程度满足业主自由漫步、安全停车的需求；物业服务上，更是下大力气引进国家一级资质的品牌物业，同时配置红外监控系统、智能IC卡一卡通、背景音乐系统、网络管理系统等6大安防系统，让业主安全无忧。

就在记者采访前几天，一位来自郑州某品牌开发商的项目总监刚刚在悦湖会一次性定下4套房，这种来自行业内的认可，比任何奖项都有说服力。

“重剑无锋、大巧不工，无论市场冷与热，地产开发最终都需回归本质，用产品赢得用户，赢得市场。”王二喜表示，这是在当下郑州房地产市场众声喧哗下，悦湖会所选择的突围蹊径。

情怀 以丰盛生活怡悦时光

曾有业内人士评论称：对于郑州的地产企业而言，这是最好的时代，也是最坏的时代。最好源于需求的不断攀升和市场的持续火热，最坏则是这种火热让不少开发商迷失在快销快赚的激进中，反而忽略了对产品品质的坚守与打磨。

由是观之，王二喜对地产行业产品主义的清醒认识和自觉践行尤为令人敬佩。

“真正的产品主义是什么？我想应该是在最具价值的地方，尊重土地个性化，在市场的诱惑中保持理性，用精准的产品定位、严苛的精工标准，匠造出最合适的产品，关照业主的所需，成就丰盛而纯粹的理想生活。”他说，产品最终是为了生活，悦湖会所做的种种努力，均致力于给业主带来“悦生活”。

“悦生活”源于与自然的无限亲近：在悦湖会，“开窗揽湖景，移步入花间”，与天鹅为伴，与百鸟为邻，生活的美丽篇章徐徐展开，当别人奔波千里寻找“诗与远方”时，悦湖会的业主在社区内“说走就走”的环湖漫步，即可邂逅“诗与远方”。

“悦生活”源自交通的快捷通达：项目距离郑州东站、高铁站只需约20分钟的车程，到新郑机场仅需20分钟，更有城际轻轨、城际公交活力联动，尽享繁华，退拥自然，畅享同城繁华和双城生活。

“悦生活”源于配套的醇熟：相对于其他新兴板块，位于中牟新老城区结合处的悦湖会周边新世纪广场、中牟大厦等配套完备；小区内自配有北师大实验幼儿园，项目西有口碑极佳的中牟三小以及外国语学校、中牟一高、易斯顿美术学院、郑州电力学校，东有中牟二中、河南农业职业学院、南有实验中学、东风路小学、北侧紧邻中牟二高，满足一站式的优质教育需求。

“悦生活”源于品牌物业的保驾护航以及社区内频频推出的缤纷活动：中华轩辕龙舟赛、钓鱼大赛、水上皮划艇……让悦湖会俨然成为一个多彩的水上乐园，业主的周末生活也因此而绚烂。

“悦生活”更源于区域价值的快速攀升：随着大郑东区域建设的快速推进，悦湖会所在的板块价值日益凸显，目前悦湖会的房价在每平方米6500元左右，是名副其实的价值高地、价格洼地。

的确，初见悦湖会，惊艳的理由或许各不相同，或为那一片碧波荡漾，或为独有的浪漫格调，或为可以预见的价值飞升，但爱上悦湖会，一定是为那值得用一生时光去慢慢品味的“悦生活”。“自然而随心，精致且从容，丰盛而简单。”王二喜说，这是他的生活理想，也是悦湖会致力为业主雕琢的湖居时光。

