

这是“黄河之子”“中原之子”建业对“母亲河”“大中原”的深情报答——

新时代“黄河大合唱”中的建业“好声音”



建业电影小镇
民国风情街道

每个文明都有中心。“上善若水，水善利万物而不争。”古今中外，大河孕育了人类，孕育了文明。黄河自古就是中华民族的“母亲河”，5000多年前，中华文明的第一缕曙光闪耀在中原大地，肇创了源远流长、博大精深的黄河文明，中原成为华夏文明的发源地和摇篮，中华儿女的心灵故乡。在中原，遇见“中国龙”；在中原，遇见“母亲河”；在中原，遇见“中国姓”；在中原，遇见“中国字”；在中原，遇见“中国思想”；在中原，遇见“中国功夫”。在中原，“伸手一摸就是春秋文化，两脚一踩就是秦砖汉瓦”。九曲黄河，奔腾向前，以百折不挠的磅礴气势，塑造了中华民族自强不息的民族品格，是中华民族坚定文化自信

的重要根基。黄河宁天下平。在九曲黄河滋养、孕育下，中华儿女，龙的传人生生不息，中华文化、中原文化薪火相传。2019年，黄河流域生态保护和高质量发展上升为重大国家战略。今年是黄河国家战略两周年，河南省、郑州市领导多次在讲话中强调要讲好黄河故事、河南故事、郑州故事。本月，为打造展示黄河文化的载体平台，讲好黄河故事，坚定文化自信，共同唱响新时代的“黄河大合唱”，隆重开启“黄河文化月”。作为发轫于中原、成长于中原、成功于中原、成就于中原的本土企业，建业不仅是“黄河之子”，以“绿叶对根的情意”，用一座座文旅小镇、一个个文化工程，传承黄河文化，

承载黄河精神，讲述黄河故事，建业也是“中原之子”，一直秉承“根植中原，造福百姓”的核心价值观念，厚土深耕，追求卓越，坚忍图成，从房地产开发商转型为新型生活方式运营商，从“让河南人民都住上好房子”到“让河南人民都过上好生活”，建业29年，深情寄中原。今年以来，建业从河南这一“根据地”“井冈山”“大本营”出发，将企业战略根据地的半径从300公里延长至500公里，从深耕河南到走出河南，走向大中原，服务大中原，开启建业新篇章，五代建业人同心，五级市场联动，在大中原唱响一曲豪迈激昂的新时代“黄河大合唱”，志在“让中原人民都过上好生活”。

新时代“黄河大合唱”中的建业文化自觉 大河奔流五千年 文化灿烂满中原

有朝一日，我们要让中原文化小镇，包括中原的美食、建筑、戏曲、杂技、武术、国学、中医等能够代表中原文化的元素，走向全国，走向世界，让河南人作为中国文化的传播者，以中原文化为载体，传播中国文化。

——胡葆森

“有朋自远方来，不亦乐乎？”在这最美人间四月天，建业电影小镇迎来了参加2021中国（郑州）国际旅游城市市长论坛的来自武汉、杭州、成都等30多个国内旅游城市的市长、代表，以及日本、老挝、菲律宾、斯里兰卡、土耳其等多个国家的嘉宾。

夜幕降临，建业电影小镇一场跨越时空的奇妙约会悄然而至：演员们身着旗袍或长袍马褂，徜徉于老字号云集的民国风情街道；黄包车穿梭其中，叫卖声不绝于耳；电影小镇夜间大型沉浸式交互体验演出《一路有戏》华丽绽放……

置身在电影大道和太极街头，200余名演员各展演技，市长和嘉宾们兴趣盎然、热情高涨，纷纷拿出手机记录这一精彩时刻，还饶有兴致地与演员互动。

在这场华丽的穿越之旅中，我感受到了电影文化和中原文化的魅力。走在人群中，不知不觉已是剧中人。“安徽省芜湖市文旅局副局长孙万胜盛赞，“电影小镇的运营模式新颖，文旅体验丰富，是以文促旅、以旅彰文、协同发展的优秀案例，值得我们学习。”

建业电影小镇自开业以来，已累计接待游客300余万人次，其中，在2019年国庆黄金周打卡热门景点排行榜中，建业电影小镇仅次于天安门、上海外滩、黄山，在全国位居第四。现如今，游郑州不去建业小镇，等于虚此行。河南省委、郑州市委主要领导多次到建业电影小镇调研、考察，对建业电影小镇的规划、设计、产品等方面给予高度评价。毫无疑问，建业电影小镇已成为郑州东部强劲的城市“夜经济”引擎，成为郑州市民网红打卡地和全新的旅游目的地。

建业电影小镇自开业以来不断出新，常演常新。今年春节前夕，新推剧目《穿越德化街》，以老郑州德化街的历史为原型，生动再现了豫商在时代洪流中的大仁大义，集中体现了德化街“以德化人”的精神。剧目打破了传统的观演模式，以沉浸式入场，带领游客穿越至1938年的老郑州。彼时，京汉铁路沿线最繁华的商埠——郑州，最繁华的德化街上，商铺林立，百业兴隆。但愈发严峻的抗战形势，元宵佳节突如其来，一次次拷问着德化街的每一个人。哭与笑，爱与恨，生与死，家国情怀和民族大义交织成壮丽史诗。《穿越德化街》穿越的不仅是一段时光，更是一段老郑州的热血历史。让每一位沉浸其中的游客，重温历史，感受黄河文化之魂，中原大地之义，郑州城市之心。

在建业文化旅游项目方阵中，建业电影小镇仅仅是一个杰出的代表，自2005年建业涉足文旅产业、主动担当中原文化复兴的使命，“建业+文旅”不断开花散叶。“寻常一样窗前月，才有梅花便不同。”正是因为对中原厚土的热爱、对黄河文化的致敬、对中原文化的礼赞，有着坚定的文化自信、文化自豪的建业，自觉肩负起挖掘、传承、保护、弘扬中原文化包含美食、建筑、戏曲、杂技、武术、国学、中医等中原文化特色的重任并付诸行动，把中原文化小镇推向全国，让中原文化走向世界。从建业东京梦华这一城市整体复兴工程，到建业足球小镇、建业电影小镇、濮阳建业大集古镇、建业神皇天地、鹿邑明道城、兰考红天地，再到即将盛装开放的“只有河南·戏剧幻城”，建业用一个文化工程、一个个文化小镇，让尘封在土壤中、记载在书中、悬挂在画中、流传在口中的中原文化变成生动鲜活的现实，让中原文化活起来火起来。

12年前，肩负着“一代人有着一代人的梦想”“一代人有着一代人的责任”，建业与开封市人民政府携手，恢弘开启“中国千年古城整体复兴工程”——开封建业东京梦华，浓墨重彩地书写一家企业与一座千年古城共创共建共享的倾城之恋，受到了国家领导人和中国企业家俱乐部成员的肯定和赞誉。

“成功的花，人们只惊羡她现时的明艳！然而当初她的芽儿，浸透了奋斗的泪泉，洒遍了牺牲的血雨。”现代文学女作家冰心的一首小诗《成功的花》，道出了过程与结果的关系。“看似寻常最奇崛，成如容易却艰辛。”为了建设建业电影小镇，来自五湖四海的建业文旅团队，历时1000多个日夜披星戴月、夙兴夜寐、枕戈待旦、胼手胝足的埋头苦干，终成如今的建业电影小镇一期大美绽放。2019年9月29日，建业的首个镇级项目——禹州神皇天地开业，这一秉承对神皇历史文化及钧瓷文化“保护、传承、弘扬”的特色文化小镇，乃是建业人历时13年、4745天的坚守，终于“守得云开见月明”；在大集古镇，为了一个庄重承诺，建业人24小时奋战，6天砌砖100万块，仅用时49天，一座杂技小镇拔地而起；在建业花满地，20位能工巧匠用时两个月，纯手工穿起245000颗亚克力水晶，用艺术点亮生活之美。

“为什么我的眼里常含泪水，因为我对这土地爱得深沉。”无论是“老家河南”，还是“我家住在黄河边”，生于斯、长于斯、成于斯的建业，是名副其实、实至名归、当之无愧的“黄河之子”。建业从“青山遮不住，毕竟东流去”的黄河碧波中源源不断汲取滋养，从“海纳百川，有容乃大”的黄河大潮中摄取养分，从百折不挠、奔腾向前的黄河精神中铸造企业灵魂，形成“追求卓越、坚忍图成”的企业品格。



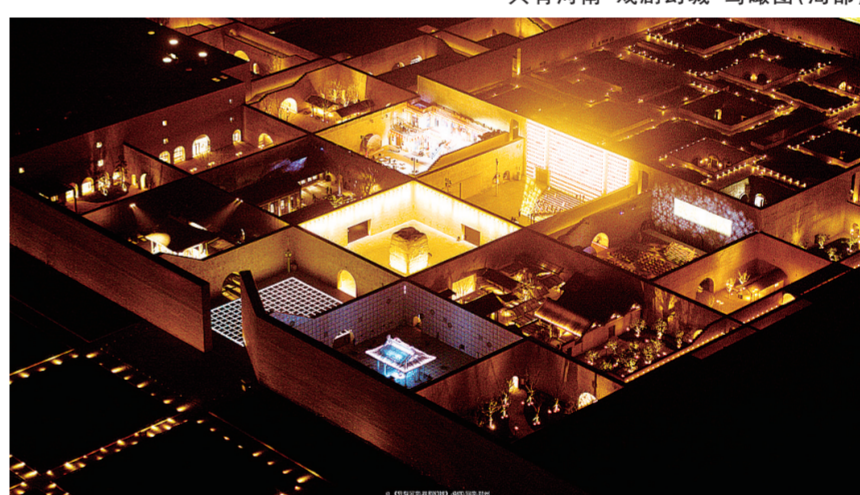
《穿越德化街》演出实况

新时代“黄河大合唱”中的建业文化笃行 寻常大河一样月 才有文化便不同

九省（区）文化特色，通过杂技形式宣传阐释黄河内涵，以老百姓喜闻乐见的形式，传播黄河文化，讲好黄河故事。今年6月，建业集团还将开展“名企探访游学采风行”活动，行走沿黄省份，实地探访当地名企、考察文化胜地，形成黄河故事系列报道，为推动黄河流域高质量发展助力。



“只有河南·戏剧幻城”鸟瞰图（局部）



“只有河南·戏剧幻城”夜景（局部）

新时代“黄河大合唱”中的建业战略焕新 大鹏一日同风起 扶摇直上九万里

进的方向时，你就回到你创办这个企业的初心上。”这是董事长胡葆森在众多场合经常提及的初心观。29年间，建业在“变与不变中前行”，变的是建业的年龄，不变的永远是建业的初心，那就是早在20年前建业人确定自己终极愿景时提出的“根植中原，造福百姓”。

众所周知，胡葆森作为生长在黄河故道盐碱地上、嚼过草根、身上沾满朴拙黄土气息的“中原之子”，作为改革开放之初最早一批走出中原厚土，吹着香港维多利亚湾的海风，背着行囊走遍世界、率先睁开双眼看世界的“92派”企业家代表，作为在国内、国际舞台上代言河南、宣传河南、为河南争得荣光、为河南人正名的豫商领袖他深爱中原，永葆赤诚。

从将世界的风景都看透回到家乡陪着家乡父老看细水长流，从1992年胡葆森沐浴着邓小平南巡讲话的春风回到家乡创办河南建业，29年的循道而为，不惧陌路，在探索建业生存之道和成长之道的征途中，季复一季，年复一年，一路探索，一路前行，股定坚定，建业、老胡始终将“河南人”这一建业人心中最大客户群体的幸福福祉和多元需求，作为照亮建业人前行的不灭光亮；将“河南”“中原”作为建业“树高千尺忘不了”的“根”。2006年，在引入新加坡凯德置地作为战略合作伙伴时，协议中就明确了建业于中部六省的市场空间；2008年，香港上市公司的英文名称“CENTRAL CHINA”，意即“中国中

原”，便是最好的明证和诠释。建业开启服务大中原的战略，便是建业初心不变的明证，更是建业初心的坚守。

服务大中原，是建业战略转型升级的瓜熟蒂落、水到渠成。建业作为价值观、战略驱动型企业，一直以来将战略是否正确、是否清晰、是否强有力地执行以及战略成果检验作为企业成熟、成功的标尺。胡葆森在3年前提出的“圆心半径论”，即是告诉企业决策者，必须以初心为圆心，以能力为半径，为企业自身厘清行业的边界和市场的边界。建业在河南躬行“省域化战略”，用20年的时间，结出了从省会走向地市、走向县城、走向乡镇和农村，并于2019年实现全省122个县及县级以上城市全覆盖的战略硕果，让建业之花开遍河南。6年前，建业开启新蓝海战略，这是建业从房地产开发商向新型生活方式服务商的转型升级。现如今，建业的产品日益丰富，从住宅开发，到文旅、商业、酒店、农业、教育、体育再到财富管理。建业的持续提升，从社区基础服务的1.0版，到线上线下的2.0版，再到君邻会员服务整体运营服务的3.0版，去年，建业启动城市整体运营服务，这是建业战略持续升级新的探索。

从省域化到新蓝海再到城市整体运营，20年间，建业完成了战略转型升级的“三级跳”，无论是标准动作还是自选动作，都堪称“全能冠军”，究其原因，不仅是建业战略的胜利，“是改革开放带来的成功，是河南城镇化的胜利，是建业自觉把企业的命运和河南城镇化的进程，河南人民都住上好房子、都过上好生活联系到一起所取得的胜利，是

见”之后打造的全新文化作品——“只有河南”的扛鼎之作。《只有河南》以沉浸式戏剧艺术为手法，以独特的“幻城”建筑为载体，通过讲述关于“土地、粮食、传承”的故事，让更多人感受先锋戏剧文化的魅力。在这座占地622亩的戏剧幻城中，有着21个剧场、56个空间格子、百亩麦田、328米长的黄色夯土墙和近千名演员人员。

“只有河南·戏剧幻城”最黄河。谈起《只有河南》的创作初衷，王潮歌认为，作为中华文化重要的发祥地，河南有太多的故事需要讲，作为一名导演，虽然不能历数河南文化，但可以用创新的形式讲述河南故事，让人们看见幻城就更能去了解河南。王潮歌曾谈及心中的黄河，情动于衷：“我们一直在说自己是在黄河母亲哺育长大的孩子，所以这条河其实与源远流长的文明是合在一起的。从夏商周一直往后，整个历史都在黄河流域，都在河南这个地界。我是否能掬一捧水，或者是在黄河的岸边捧一捧黄河的泥沙，有这样一个动作呢？我们双膝跪下来向我们的祖先、向大自然、向我们的文明致敬，这个动作就是我现在正在做的工作。”

“大河落日，慷慨歌未央。”29年间，建业劈波斩浪栉风沐雨，筚路蓝缕以启山林，蔚然长成一棵参天大树，根深叶茂，绿意葱葱，生命苍翠，硕果满枝，但建业赤子之心依旧，常思报答、反哺中原大地，自觉肩负起挖掘、保护、传承、光大中原文化的重任并付诸行动。“只有文化的，才是经典的”，早在2001年，建业就自觉提出这样的文化意识与追求。地处中原的河南是黄河文化的重要发源地，如何讲好河南故事，传承黄河文化，是每个河南人应该思索的问题。29年来，建业集团深耕河南，积极承担推动中原文化繁荣兴盛、构筑全国重要文化高地的历史重任，建业以文化匠心，用切实践行，为古老而常新的黄河文化、中原文化的传承和创新贡献着建

业的力量与智慧。

从省域化战略到大中原战略，从“让河南人民都住上好房子”到“让河南人民都过上好生活”，如今，建业人要走向大中原，服务大中原，用自己的勤劳与智慧、创新与担当，产品与服务，让中原人民都过上好生活！

——胡葆森

“以卓越为目标，建业一直在路上。”2002年，建业正式开启省域化战略，吹响了“建业人的长征”的号角，喊出了“让河南人民都住上好房子”的口号。从2000年算起，迄今已有22年；从2002年算起，迄今已有20年。正是22年前种下这颗种子，如今才能花开中原遍地；2019年实现销售金额逾千亿、资产规模逾千亿，首次跻身中国房地产“双千亿俱乐部”，创造了一家企业深耕一个区域市场、聚焦一个主业、创造双千亿的模式奇迹，并且全面进驻河南122个县级市场，提前完成了全省县域的布局。

古有得中原者得天下，今有来河南，读中国，阅世界，“明日河南之于中国，必同于今日中国之于世界”；如果说“一部河南史，半部中国史”，则“一部建业史，半部中原城市化进程史”。从省域化战略、新蓝海战略到大中原战略，29年循道追光的建业人，步履铿锵，一往无前，乘势而上，今年扩大根据地，服务大中原，建业将企业战略根据地的半径从300公里扩大至500公里，从深耕河南到走出河南，走向大中原。

“问渠那得清如许，为有源头活水来。”对于建业大中原战略，“源头活水”就是建业的初心。“当你迷失了企业前

建业遵循规律的胜利。”接受记者采访时，胡葆森如是说。由此可见，随着建业人综合能力的不断提升，品牌影响力的不断增强，团队信心的不断增强，河南根据地的不断巩固，走向大中原，是建业省域化战略又一次里程碑意义的升级，也是建业做大做强持续发展的必然选择。

“没有伟大的企业，只有时代的企”29年来，建业在中原大地厚土深耕，栉风沐雨砥砺前行，筚路蓝缕以启山林，既仰望星空，又脚踏实地，以时代同行，与中原同辉，与郑州共振，自觉地将企业的发展与民族振兴、国家强盛、中部崛起、中原出彩、郑州美好紧密相连，成为中原城市化进程和社会全面进步的推动者，以开创一个又一个的“第一”，持续引领中原乃至中国房地产潮头，在千帆竞发、百舸争流的中原大潮中中流击水、奋楫争先。现如今，郑州正在加快推进国家中心城市现代化建设，建设具有黄河流域生态保护和高质量发展鲜明特征的国家中心城市，打造高质量发展的区域增长极，让郑州的龙头在中原经济区、中原城市群、大郑州都市圈、郑州都市圈中高高地昂起。“建业集团”作为河南最响亮的品牌之一，走出河南、服务大中原，这既是建业自身肩负的责任与担当的使命，也是郑州在大中原先出彩出彩的诠释和明证。

潮平两岸阔，风正一帆悬。我们有理由期许并且相信，走向大中原，服务大中原的建业，定能让“中原人民都过上好生活”，以建业的赤子之心，报得大中原三春晖。

刘文良