

# 挥师向西， 建业意在“提升西区人居品质”

随着国家对房地产市场宏观调控政策的不断出台,一线城市楼市“立竿见影”,二三线城市成交量也陷入低迷,房地产即使一些品牌房地产公司也正在感受气温逾高的夏日里越来越浓的瑟瑟秋意。然而,河南建业住宅建设有限公司颇有逆势而上之魄力,数案并举,这其中则更以其挥师西区的首个项目——建业·密码国际最受瞩目。

## 以实际行动践行企业责任

但凡有新项目,必有相当量的老客户跟随,这是源于建业对社会责任的践行从而赢得了人们的信任。

“疲软”大势下却有如此手笔,在郑州已引起了市民的广泛关注。众所周知,河南建业一直致力于在我市东部发展、建设,而此番高调进入西区,让人不由得猜测,河南建业此次剑指西区,意欲何为?建业·密码国际项目又将为西区带来怎样的品质体验?

“建业集团成立至今,在‘追求卓越、坚忍图成’的企业精神引领下,以引领的姿态面对市场,定位于服务区域市场中高端客户。”谈及企业理念,建业集团一负责人坦言,“同时以省域化发展战略为指导,秉承‘根植中原,造福百姓’的核心价值观和‘让河南人民都住上好房子’的理想与使命,承担起企业的社会责任,树立起建业独有的品牌价值体系。”

万科的王石曾说:“这种省域化战略,比全国性的扩张模式对于全国的中小房地产企业可能更具参考和推广价值。正基于此,建业的这种探索其意义其实远超越于河南这一地域。”

如今,建业省域化发展战略已经成为中原住宅产业发展的风向标,其发展战略、盈利模式等的科学性已经深刻的影响到全国房地产业的发展,因其独特性和广泛影响力,被国内业界称为“建业模式”。

曾有人分析说,这种模式之所以成功,正是基于建业对房地产市场发展大势的了解和把控。以在郑州为例,近几年的项目主要集中在东区,通过社区规模和配套建设,改变和提升了郑汴路、建业路附近的人居水平。

“当前,随着社会的不断发展,人们对于居住环境、楼盘品质的要求也在逐步提高,而西区作为我市老城居住区,无论是区域环境还是居住空间都有待改善。”建业集团负责人表示。认识至此,建业集团挥师向西,在嵩山路与棉纺路交会处开发了建业·密码国际。

“建业集团的品牌影响力很强,但凡有新项目,必有相当量的老客户跟随,这是源于建业对社会责任的践行从而赢得了人们的信任。这是建业集团第一次在西区开发楼盘,相信它会改善西区老百姓的居住条件,也为西区的快速崛起提供动力。”一位不愿具名的业内人士肯定地说。



## “将更具观赏价值的品质生活 献给西区”

为西区百姓提供一个可居住、可观赏、可游玩的生活空间,将更具观赏价值的品质生活献给西区。

在不少人的记忆中,郑州西区是一个承载了几代郑州人荣耀和梦想的地方,作为曾经的政治、经济和文化中心,它创造了巨大的辉煌。然而,在郑州市北扩东移逐渐完成的过程中,西区渐渐被人遗忘,曾经的荣耀也离它而去。

而今,随着土地的愈加稀缺和区域价值的不断提升,与建业一样,如今房地产巨头们逐渐开始把目光投向郑州西区,据了解,仅郑州市中原区去年下半年以来,就已经有18个超亿元商业项目签约。多数开发商都认为,今后郑州发展主要有两大热点区域,一是郑州新区,二是郑州西区。在他们看来,房地产业的发展,将使西区呈现全新的面貌。

在巨头来袭的浪潮中,建业·密码国际占据着西区最为成熟的核心生活圈,作为行业内的领军企业,它吸引了业内太多期待的目光。

对此,建业集团负责人表示,“随着市场经济的不断发展和深化,房地产业已经成为引人注目的新的经济增长点,而作为开发商所开发的项目,其竞争手段与竞争方式也日益增加。然而,在百家说辞齐放的时代,建业始终只专注于自己的产品,坚持对于理想人居的不断追求,引领中原人居不断超越,在产品上无不倾注所有的心血。”

据该负责人介绍,在建业·密码国际前期选址时,充分考虑西区百姓的生活便利这一首要条件,最终将项目地址确定于棉纺路与嵩山路这两条我市交通主干道交汇处,周边汇聚着丹尼斯、苏宁电器、国美电器、中原商贸城、裕达

国贸、嵩阳大酒店、建设银行、工商银行、郑大一附院等生活配套。”

同时,建业也一直坚持“向客户提供没有瑕疵的产品和一流的服务”的客户服务观,力求在产品质量上不断超越,建业·密码国际项目则更是以最高的标准来要求自己。做项目规划时,建业邀请数位国际知名的建筑专家,共同研究、讨论,曾数次修改方案,并最终确定了这种更适合人居的产品形态与空间格局,以每户6米的挑高露台、艺术化的建筑立面、独具特色的景观设计,为西区百姓提供一个可居住、可观赏、可游玩的生活空间,将更具观赏价值的品质生活献给西区。

## 调控时代

### 品牌房企会愈加强大

房地产调控未必是坏事,品牌开发商能发挥品牌、规模、经营管理等优势,经受市场考验,越发强大和优秀。

地产业已经步入与过去不同的新的时代,相信这个判断大家都会认同。政策环境和市场环境的大变化,决定了行业再以原有方式来发展会面临难以克服的困难。对于房地产企业而言,转变思路和建设品牌形象尤为重要。

“在这个阶段,人们不难发现,对于品牌房企,房地产调控未必是坏事,每一轮宏观调控,都对市场重新洗牌,一些不规范的开发企业被淘汰,而品牌开发商则能发挥品牌、规模、经营管理等优势,经受市场考验,越发强大和优秀。”有专家如此认为,“比如前两年的调控中,全国房企深受影响,而建业在国际资本市场门槛最苛刻的香

港联交所成功上市,成为当年中国中西部地区首家赴港成功上市的房企,也是当年第一家在港成功上市的中国内地房企。国际资本市场对建业的认可,充分说明,尤其在市场大势趋缓之时,品牌开发商的独有优势。”

企业品牌就像一座“冰山”,人们看得见的部分,是企业展示给人们的,还有大量的看不见的内涵,就像一条长长的“价值链”,将企业整个要处理的关系和发展过程“链”在其中,建业集团将资本、人(管理)、技术、信息等要素不断进行良好的整合,且最大限度地为消费者提供最大的长期价值,因此备受消费者信任和青睐。

建业始终以河南地产标杆的形象,领跑中原房地产市场,产品的保值升值能力已是众所周知。18年来,建业以“坚毅、厚重、大气、执着”的企业风格,坚持做理性的产品,以居住的舒适、功能的完备为先决条件,摒弃华而不实的建筑空间,势将“以人为本”的开发理念贯彻始终。不管是经济适用房、廉租房,还是新城区建设,抑或是旧城改造,河南建业在郑州的开发早已不是单纯追逐利润的行为,而是切实体现了企业对于城市,对于城市居民的深切社会责任。而建业·密码国际,正是河南建业正在践行的改善西区人居品质的第一步。

王亚平

## 笔者手记:

当前正处于房地产市场的微妙时刻,人们对市场前景大都保持谨慎态度。此次采访,河南建业住宅建设有限公司负责人在谈及建业·密码国际项目规划及项目日后发展时纵横捭阖、信心满满,论及建业的形象、文化、社会责任与房地产走势时不乏真知灼见,让人不由得觉得一个企业要想做大做强,就必须要具备了一定实力的同时,拥有社会责任感,以回报社会,恰如河南建业。

