

编者按

随着房地产逐渐走向买方市场,行业内正在发生着一种变化,那就是企业苦练内功,实现转型、升级,通过“进化产品”来增强竞争力,通过“提升品质”来赢得市场。

从早期的只关注工程质量、户型、位置,到当前的园林景观、物业服务等内容,购房者对品质的要求已经提高到开发商品牌,社区文化,居住理念,新工艺、新材料的应用,物业增值等多个方面。

如何在购房者需求提升之下,一“盘”独秀,脱颖而出?这是很多开发商都在思考的问题。近期,位于南阳路与博颂路附近的昌建·誉峰项目受到了购房者和业内人士的诸多关注,不仅在于其在市场上掀起的热销效应,更在于它对品质的苛刻要求。

即日起,《第一地产》隆重推出“昌建·誉峰品质报告”系列报道,与您一同探寻昌建·誉峰的品质追求之路。

“昌建·誉峰品质报告”系列报道 之 品牌篇

做“城市人居领导者、卓越城市运营商” 昌建地产 肩负使命 构筑生活地标

郑州,河南省省会,全省政治、经济、文化中心,中原经济区的领导城市。大约9年前,昌建地产刚刚成立时,就已经开始关注郑州这座城市的发展。2012年,昌建地产将企业一贯的人文关怀和成功开发经验实践在这片土地上,希冀子和郑州人一起,为这座城市奉献一个精彩的、值得期待的、值得期待的。未来。记者 梁冰

以“昌盛城市,建筑幸福”为企业使命

对于昌建地产而言,能够为城市建设献力,为城市繁荣献礼,对地域文化的传承有所贡献,比建筑一所房子更重要。于是,他们怀着敬畏之情,试图剥去建筑冰冷的外表,发现一种生活情绪的触动和共鸣。

这一切,可以追溯到2003年。从成立之初,昌建地产就将“昌盛城市,建筑幸福”作为企业一以贯之的不懈使命。他们相信,这不仅是企业清晰的前行方向,也必然会成为驱动城市生活进步的永续动力。

作为一家专业的地产企业,昌建地产深知在这个快速建设时期所应承担的社会责任。以国际花园、欧洲故事、西班牙玫瑰等为代表的高品质住宅,为上万个家庭提供了多种类型的优质建筑产品与服务;而用心打造的以外滩、MOCO新世界为代表的都市综合体,则为人们创造了新颖的休闲娱乐空间,也为城市生活注入了新的活力;至于早在2007年就已正式设立的昌建地产关爱基金,更是昌建地产履行企业公民义务的最直接体现:几年间,先后资助、帮扶了无数弱势群体。

以“时代镜子,城市名片”为建筑追求

日本著名建筑师隈研吾曾言:“就像每一个人都有自己的青春时代一样,每一个国家、每一座城市都有自己的建筑时代。”

对于建筑,昌建地产有着与之不谋而合的想法:建筑应该是时代的镜子,是城市的名片,是一种有着属于城市文明与神韵的立体空间存在。它以独特的艺术语言和风格,见证并熔铸出一个时代、一个地域的审美追求。

昌建人坚持认为,建筑最吸引人的地方是它与众不同的个性与舒适。所

以,评价建筑的优劣与否,争论的焦点不应执著于其所属的风格,而应立足于人们存在的这片土地,看它能表现出什么,能给大家带来怎样的惊喜。

每当成功拿到一块土地,昌建地产便开始了深入的思考,联合多个领域的专业公司开始勾勒这里未来美好的蓝图。他们深知对于这座城市,对于这块土地自己所承担的责任。无数的不眠之夜,多少人的辛勤努力,设计师们的草稿和废弃的图纸越摞越高,但也越来越接近大家心中满意的答案。

以“市场导向,深耕地产”为企业方向

在昌建地产前行的道路上,坚持市场导向,深耕地产开发,专注城市运营的方向从未改变。

作为一家专注理想主义和坚守价值观的企业,秉持社会责任意识,面对一个激越的变革时代,不遗余力地推进城市和谐发展,用心筑就一个大气、诚信、具有强大核心竞争力的专业地产公司形象,实现“城市人居领导者”和“卓越城市运营商”的美好愿景,是昌建地产的不渝追求。

工业化产业经济带来繁荣,也为城市种下噩梦。浑浊的空气,拥挤的人群,喧嚣的街道,混乱之中,人们不自觉

地产生焦虑与狂躁。城市族开始奔向郊区或田园,借用本不属于自己的资源来缅怀遗失的美好。

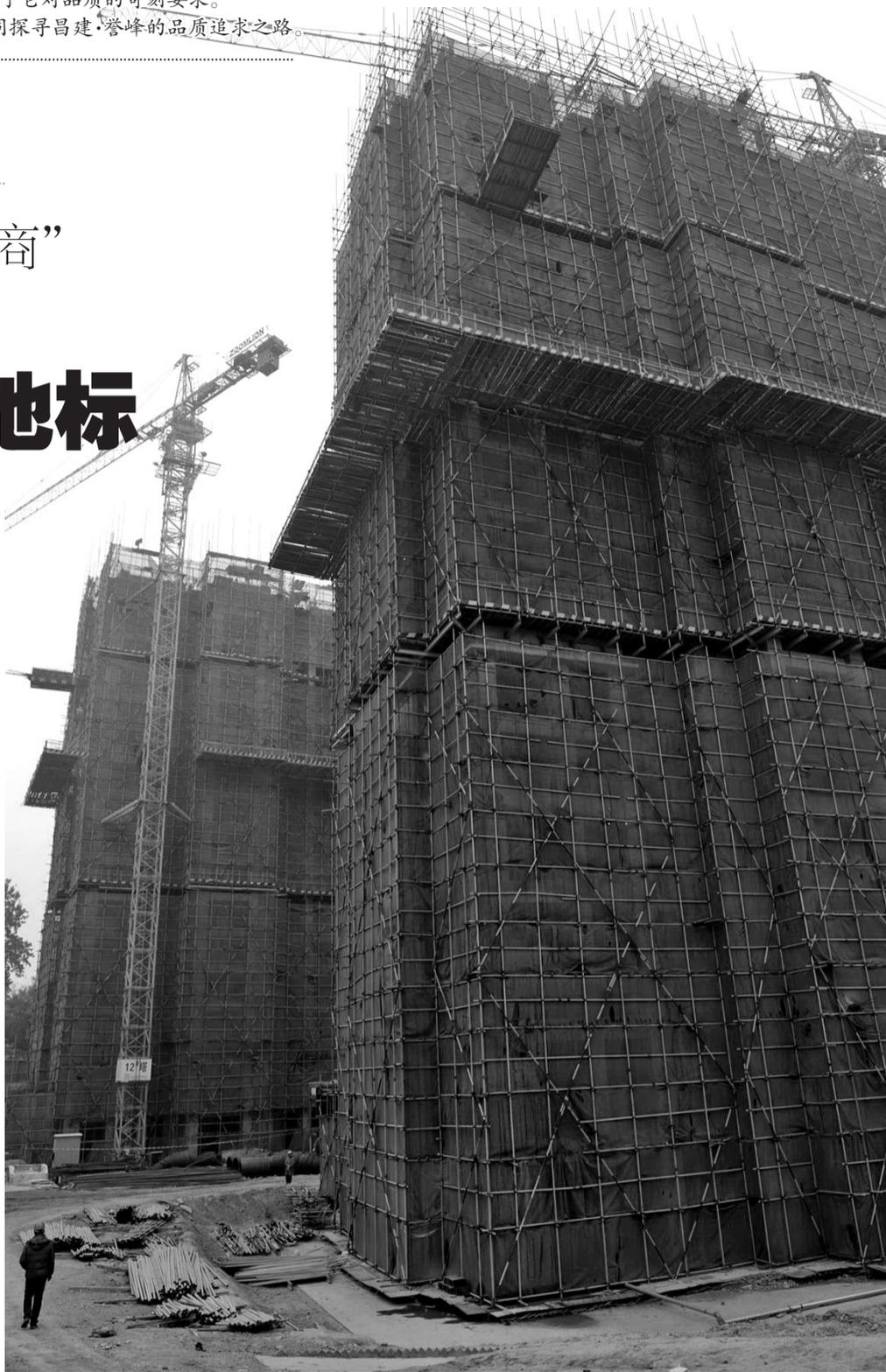
不过很快,人们发现城市郊区化并没有使矛盾得到解决。在呼吸新鲜空气的同时,也为生活的便利性付出沉重的代价:配套的匮乏、活力的缺失、高昂的交通成本。

终于,不得不承认人与城市已经无法分离,我们终究要回归城市。但这并不意味着无奈地妥协。正如昌建地产,站在理想一方,创建城市美好未来,向高尚生活致敬。

昌建语录

我们相信,从心出发,以一种真正的自我反省与实践,在这个事业体开创的起初便注入一股真诚的能量。它所生发的力量,将创造与发动一个新企业生命的人文性格。

——昌建地产负责人



为了防止火灾发生,昌建·誉峰在施工现场及生活区分别布置了消防水管,每5层配备一套。



样板展示区



工地整洁的道路