



她们矗立省城东部片区,一路走来赢得无数荣誉;她们精雕细琢,精工品质,名号响彻省城地产界;她们深耕细作,首次开盘便创造了楼市逆市热销传奇。她们就是位于济南奥体CBD区域的“中国铁建·国际城”项目和位于章丘市的“中国铁建·明山秀水”项目,她们以人性化的设计风格和优质的品牌形象,博得了市场的认可和众人的青睐。

特别是中国铁建·国际城项目,目前已成为济南人民关注的焦点,成了人们耳熟能详的知名楼盘。中国铁建·国际城能够取得如此优秀的销售业绩和赢得响亮的品牌知名度,这离不开中国铁建·国际城项目的领航人,他践行着“踏踏实实做事,认认真真做人”的准则,秉承着“用心做建筑”的理念。采访中他稳健、睿智,言谈间不时流露出“人民铁军”所传承的坚毅与果敢,他就是中铁十四局集团凯华置业有限公司副总经理、中国铁建·国际城项目总经理——王建军。

品质成就高度 责任决定未来

——中铁十四局集团凯华置业有限公司副总经理王建军专访

64载精品传承

品质铸就 不朽荣勋

提到中国铁建·国际城(济南)项目,就不得不提及其背后的大树中国铁建股份有限公司。中国铁建股份有限公司前身是中国人民解放军铁道兵,是国务院国资委管理的特大型上市企业,也是全球最大的工程承包商,总资产4230亿元,年营业收入逾6000亿元。公司业务涵盖建筑、房地产、工业制造、物资物流、矿产资源及金融保险等各方面,已经从以施工承包为主发展成为具有科研、规划、勘察、设计、施工、监理、维护、运营和投融资的完善的行业产业链,具备了为业主提供一站式综合服务的能力。

翻开中国铁建的历史,犹如翻开一本功劳簿。64年来,中国铁建秉承铁道兵“令行禁止、勇于创新、一往无前”的优良传统和工作作风,形成了以“诚信、创新永恒,精品、人品同在”为核心价值观的卓越文化。同时,企业具有强大的凝聚力、执行力和战斗力,在诸多领域确立了行业领导地位,修建了青藏铁路、京沪高铁、人民大会堂等一系列国际知名的精品工程,铸就了中国铁建的不朽荣勋。

作为中国最具影响力的建筑专家,中国铁建一直秉承“每个城市的美好生活就是中国铁建的奋斗目标”的理念,64载耕耘布局全国,形成了30多个城市、60余个精品楼盘的开发规模,目前拥有三大成熟产品线,第一个产品线是中国铁建·国际城,一般选址新区中心地段;第二个产品系列是中国铁建·花语城;第三个产品系列是中国铁建·山语城。其中中国铁建·国际城作为中国铁建房地产高端体系产品,已成功落地北京、杭州、武汉等一二线城市。

深耕齐鲁大地

筑建品质人居典范

2012年,奥体CBD核心片区冉冉升起一颗新星,中国铁建第13个国际城项目棋落济南。同时,在济南东部明星城市——章丘市投资开发了中国铁建·明山秀水项目,该项目于8月18日首次开盘几近售罄,缔造了难得一见的热销传奇,项目依托中国铁建品牌、与中国铁建·国际城一脉相承的64载精工品质、学政中枢的区位优势等都全方位地满足了置业者的购房需求,多方面优势支撑,加上适宜的价格,开盘售罄基本在预料之中,现项目二期即将面世。

“作为中国铁建房地产落地济南的重要战略部署,集团对济南项目寄予厚望,在项目选址规划、品质打造等各方面都投入了极大的精力、物力”,王建军告诉记者。他表示,国际城作为中国铁建高端体系

产品,在进驻济南之初便着力将其打造成核心区域品质楼盘,致力于推动济南房地产开发水平再上新台阶。

正如王建军所说,中国铁建·国际城项目,在延续同系列产品优良传承的基础上,再从产品与品质上做加法,以达到楼盘形象的再次提升。据了解,中国铁建·国际城项目在规划设计中充分考虑周边环境、建筑功能、日照、通风、景观等因素,打造最宜居、得房率高、观景效果最好的城市豪宅;在建筑设计方面,简约、大气的设计风格极具视觉冲击力,外立面干挂石材与氟碳漆的完美结合,更能突显楼盘高端品质;在户型设计上集合了多种经典、高效的平面户型,邀请专家进行数轮的测试,做到了户户全明,空间收放自如;在园林景观设计上,聘请加拿大奥雅景观精心设计的英式仪仗园林,以景观最大化的原则,保证每个楼座不留死角,百分之四十的绿化率,最大60米的楼间距,给居者极大的景观视野;在配套完善上,周边商业、金融、餐饮、休闲、娱乐会所等社区配套应有尽有,社区还引进伊顿双语幼儿园,加上周边的中小学规划,全面解决孩子的上学问题,可谓是一成之城的品质居所。可以说中国铁建·国际城项目无论在选址规划还是配套等方面都倾注了极大的财力和精力,也为品质宜居住宅形象的树立奠定了坚实的基础。

中国铁建·明山秀水项目也同样如此。据了解,中国铁建·明山秀水,位于章丘市政府对面,属于章丘新政务区与大学园区双核心地带。项目周边配套完善,生活便利,毗邻山东财经大学、山东医学科学院多所高等学府,项目对面九年一贯制中小学即将招生,一站式教育体系,让孩子赢在起跑线,项目还北临大经十东路,出行畅通无阻……综合种种,项目所处区位,绝对是章丘未来城市中心,居住、投资皆宜。

品质,源于内在细节的打造,不张扬,不低调,却足以经得起市场的检验,这也正是中国铁建·国际城的鲜明写照。作为奥体板块核心品质楼盘,首次开盘劲销3个亿,一个多月时间再度加推当日售罄,迄今销售额已达4亿。市场的认可,广大购房者的追捧足以彰显出中国铁建·国际城的高端品质形象。

回馈、奉献

责任彰显品牌力量

品牌不是喊出来的,而是做出来的。回望中国房地产业20余年来大浪淘沙的发展历程,循迹地产品牌成长之路,在经历了炒地段、重规划和拼概念等竞争阶段后,中国地产开始走向成熟,其显著标志是一个个地产品牌悄然出现并日渐为人们所熟知。

王建军向记者打了一个简单的比方:品质优秀的

人容易赢得周边人的青睐,房子也跟人一样,好的房子会成为老百姓争相购买的宠儿,不仅如此,长此以往还能成为开发商赢得品牌喝彩。中国铁建·国际城在建筑风格、开发强度、景观规划、整体布局方面做了深入研究,尤其是户型设计方面,设计师投入巨大精力,多轮调整,以保证最大居住舒适度为目标,力求打造精品项目。

作为央企行业领头羊,中国铁建不仅有产品质量的保证,还有对社会的回馈。中国铁建一直把回馈社会、奉献民众作为神圣责任,在国家危难之际挺身而出,成为包括为青海玉树抢险救灾、捐款捐物的主力军;在大规模工程建设中,积极创造就业机会,每年吸纳社会劳动力达一百多万人,在缓解社会就业压力和保障社会稳定等方面发挥了积极作用。

王建军说,作为国有企业,对于社会责任的承担需要更加深厚一些。今年3月,中国铁建·国际城项目携手“山东省教育基金会”起航慈善之旅。王建军表示,中国铁建的全资子公司中铁十四局集团总部位于济南,与山东有着悠久的历史渊源,义不容辞地肩负着在山东区域的城市建设与项目发展,是中国铁建作为责任央企,践行社会责任的一部分。

抓管理 练内功

做实品牌是王道

越是市场不好的时候,越需要练好内功。王建军坦言,目前国家的楼市调控可以更好地促进楼市洗牌,整合资源,这在一定程度上对于房地产行业的长远发展也起到积极的作用。

市场不好也是练就品牌的最佳机会。“调控当前,开发商更应立足自身,精益求精提升产品的质量。抓管理,练内功是楼市处于非常时期最应把握的可为之事,而不是一味地对市场进行揣测与投机。只有机会主义者才对国家调控心有余悸。”王建军告诉记者。

他表示,市场形势一片大好时,也许还看不出开发商需苦练内功的重要性,一旦市场发生变化,产品品质的价值便凸显出来。因此,开发商要想赢得市场,重要前提就是从自身做起做好“分内之事”。

在他看来,不管市场形势如何,产品优质才是最说服力的。“我们将一如既往地以品质打造为根本诉求,狠抓内功建设,真正发挥大型国企的实力与作用,以切实为泉城客户提供高品质的居所为目的。我们无法控制市场如何发展,但我们将尽可能地发挥团队的力量,把产品做好,这是我们要做的事情,也是必须做好的事情,明年我们将进一步明确产品特性,将产品进行精细化、专业化的挖掘。”王建军感叹道。

(楼市记者 陈晓翠 田晓涛)

