

不忘初心 国之重器

专访中国重汽房地产开发公司董事长杨斌

8月12日9时56分，记者在重汽1956的临时营销中心见到了中国重汽集团房地产开发公司董事长杨斌先生，彼时，营销中心已经有六组客户办完卡，另有两组客户正在和置业顾问交流。

“1956这个名字是我取的！”杨斌的言语中充满自豪，“‘翡翠系’已经成为重汽的产品符号，但是以集团的生日命名却是首个，这是我们的自信和承诺——这个项目一定会成为奥体的经典。”



从1956年的重汽 到2014的重汽1956

对于1956，杨斌不仅仅作为一个项目来对待，“它是重汽地产一个里程碑式项目，更是21年开发经验和文化积淀的集中体现，”杨斌说。

据了解，1956年，重汽集团在济南汽车制造总厂为基础重建，走过了58年的历程，集团年产值逾600亿，产品出口芬兰、

巴西等90余国家和地区。集团旗下的重汽地产也历时21年，打造出翡翠郡、翡翠清河、翡翠外滩等数十精品项目。

对于名字的来源，杨斌更愿意当做一次寻根之旅。这一年重汽诞生，朝百年企业迈出坚实一步；这一年，中国大地风调雨顺，农民心情舒畅，中国经济经

历首次转型，公私合营，大家欢欣鼓舞、热情洋溢。

在杨斌看来，1956代表着新生，充满希望。1956的规划建设筹备逾一年，命名则经过半年的时间，最终定名“1956”，除了一份对于历史的记忆，更有着重汽地产的勇气和担当。

玉汝于成重汽1956 品质来自21年积淀

澳大利亚柏涛，建筑设计界的巨擘，中国高端住宅设计领域占有率第一。国内许多一线城市的知名项目都出自他们之手，如深圳的高端豪宅华侨城波托菲诺、中信红树湾、香蜜湖1号、万科第五园、上海绿地·崑崙公寓、上海绿地·昆山21城等。其项目总监侯其明却对1956的合作“叫苦不迭”，虽然他们在户型设计见长，但是，被重汽毙掉

的方案不在少数，不管是通风还是采光，抑或是客厅式大堂以及电梯入户，都经过反复调整。

玉汝于成。杨斌介绍，重汽1956一入市便被市场广泛认可，完全取决于其值得称道的多重价值：容积率仅为2.4，多为18层的小高层，在奥体片区极为稀缺；电梯入户的设计，足以让业主感受尊贵和私密，济南市场上能达到如此高标

准的也寥寥无几，且多见于别墅项目；小区内完全人车分流，社区内达到花园式庭院氛围，一层部分适当架空，为老人孩子提供娱乐、休闲空间，惬意美好触目可及；社区内双会所配套，健身、休闲、娱乐、阅览功能齐备，为业主的精神生活提供第三空间。作为重汽地产布局奥体的首个项目，其独到见解和所倾注的心力可见一斑。

高性价比产品 让豪宅更亲民

重汽地产以“民生地产”著称，此次所开发项目也不例外，高性价比仍然是众多购房者出手的重要原因。

杨斌谈到，简单举例，同样的土地价格，容积率低，单位面积的土地成本是加大的。但是，18层建筑与30层建筑相比，居住密度降低带来的舒适度增加显而易见。再比如，重汽1956配备豪华双会所，一个1300平方米，一个1700平方米，人均资源的占有率非常高。872户业主社区内便

可健身、娱乐、休闲，相较几百万平方米的大盘仅配套一个会所，“同样的价格，我们提供的产品品质更胜一筹，同样的品质，我们希望提供更好的服务”，杨斌介绍，1956的设计、施工、管理、服务都选取全球或者知名企业参与实施，设计方，全球排名前十的澳大利亚柏涛，世界知名建筑如悉尼奥林匹克2000即出自他们之手；施工商中建，多次摘得泉城杯和泰山杯等建筑大奖。在重汽翡翠外滩，很

重要的一项展示是关于项目施工方法及材料，“所有人都可以去项目工地检查施工工艺是否与展示相符，质量是否符合标准，业主们随时抽查，发现问题，我们给奖励。”杨斌说。

东部是济南科教文卫的中心区域，区域内的人群结构层次偏高，他们需要相对高端的品质居所。面向这部分客群，杨斌想到的是：如何让1956成为文化符号、楼盘标杆？

重汽地产粉丝 很挑剔但不放弃

正如杨斌所言，重汽地产力求每个项目有影响、有品牌、有形象，1956集地段、品质等诸多优势于一身，自然得到业内外外的关注。

在临时营销中心记者看到，其东侧是正在建设中的一栋占地1300平方米的营销接待中心，也是未来的社区两大会所之一，拟于明年启用。而项目西侧毗邻国家重型汽车

工程技术研究中心，未来重汽集团的办公、研发都将落户于此。

“来自重汽集团的购房者很多”杨斌总结，“典型的很挑剔，但不放弃。虽然重汽的产品要比周边的项目略高，但是他们还是觉得自己的产品是最放心的。一方面，在于重汽一贯的做事风格，工程真材实料；另一方面，也是出于对我

们团队的信任，行事踏实认真。”

对自己的产品忠诚，才是真正的忠诚，杨斌认为。事实上，重汽产品的拥趸很多，有购房者曾购买彼岸新都，后又购买翡翠郡和翡翠清河，如今又在重汽1956办卡，准备周六选房。

(楼市记者 矫娟)

相关链接

重汽1956本周六开盘

近日，由重汽地产联合齐鲁晚报发起的“寻找1956”活动风靡泉城，重汽1956项目随之进入人们的视野，受到越来越多市民的关注，本周六将正式开盘推向市场。

重汽地产奥体片区建标杆豪宅

近日，记者探访了位于龙奥北路汉峪金谷南侧的重汽1956营销中心，现场到访咨询者络绎不绝，其中有前来提交“1956征集作品的市民，也有前来选房的购房者。销售中心余经理热情接待了记者，给记者详细介绍了1956项目。

谈起1956项目，销售中心余经理滔滔不绝：重汽1956定位为奥体首席豪宅，从整体规划到每一个细节都用心去做，力求打造成重汽地产里程碑式项目。由排名世界前列的澳大利亚柏涛(墨尔本)建筑设计集团对项目担纲设计，企图将最完美的元素与每一个项目融合，从生活方式、建筑品质到物业管理，为消费者打造适宜一生的人居环境。

据介绍，重汽1956小区仅有4排8栋住宅楼座，3个大花园，其中6栋仅为18层，相对周边高楼林立的住宅区，1956的舒适从“基因”就凸显出来。余经理谈到，据国际标准，600-900户的社区规模最适宜居住，而重汽1956总户数872，在合理区间，同时社区还配套双会所，人均公共资源占有大大高出了大型社区。

短时间引爆市场，认筹近300组

余经理介绍，重汽1956自6月推向市场以来，受到了周边就业人群、重汽老业主、重汽集团员工等大量人群的关注，跟重汽有过交集的人群都清楚，重汽的建筑品质首屈一指，重汽1956又是重汽集团非常重视的大手笔力作，毗邻重汽集团新址，紧靠体量超过300万平的汉峪金谷超大商业综合集群，近邻奥体中心，项目价值所在大家都看在眼里。截止8月13日，重汽1956项目已经认筹近300组。

刘先生是重汽地产忠实的粉丝，也是实实在在的受益者，从重汽彼岸新都，到重汽翡翠郡，再到重汽翡翠清河，他一直追随着重汽地产置业，如今回看自己购置的房产，都已大幅升值，甚至翻几倍。刘先生表示，购买重汽的房子首先是放心，房子质量没的说，房子升值很稳定，居住也很舒适，身边的很多朋友都在我推荐下成为重汽的业主。据了解，像刘先生这样的忠实重汽粉丝不在少数，重汽地产也为老业主置业推出了特有的优惠政策。8月12日，刘先生又来到了重汽1956营销中心现场交了认筹款，这次他的目标是10号楼143平的宽阔三室房源。

(楼市记者 葛未斌)

