

共筑美好人居 共享一城繁华

《城市向新生活向上》主题活动之房企对话 助力城市向新发展

□本报记者 陈霞 李小白

“蓝图已绘就,奋斗正当时……”在“强省会”战略下,石家庄提出了坚定加快发展的信心决心,正在举全城之力迈入高质量发展的新征程。坚持把发展产业作为立市之本、强市之基;城市更新深入推进,适度超前布局实施了一大批基础设施项目,在行动中多方汇聚了加快建设现代化、国际化美丽省会城市的磅礴力量,这一振奋人心的蓝图不久必将变为波澜壮阔的现实。

为此,石家庄市房地产业协会联合燕赵晚报、网易新闻房产石家庄举办《城市向新 生活向上》主题活动,继续走进石家庄具有代表性的房企,与项目负责人对话城市向新向上发展,从省会资源禀赋、需求发展、城市基本面、产业经济等多角度多层面出发,共同探寻石家庄正在由表及里重塑城市新风貌,由内而外再造城市新气象。

为城市缔造标杆人居

河北保利房地产开发有限公司营销负责人 刘鹏

2021年是石家庄的“关键之年”,也给了房企很多机会。人们对住房的需求也由最初的刚性转变为对居住环境、配套设施、物业保障及文体活动等因素的综合考量。针对这样的变化,保利紧抓石家庄消费者最关心的购房要素,适时地推出不同的升级产品,满足人们的需要的同时,也为这座城市的快速发展贡献一份动力。

机遇与挑战并存,从“住房不炒”政策,到2020年的“三道红线”,在市场结构性调整背景下,表现良好的国有背景房企优势凸显。从未来房地产行业运作模式来看,围绕“房住不炒”、探索新的发展模式是房地产行业调控的主线,从商品房的角度来看,房企或将从以前的以价换量路线转移到以质换量路线上来。保利也预见到了这种模式的到来,10年来一直坚持“城市共生、领跑行业、品质说话、置业安心”的道路,以优质的产品与服务取胜。

品牌是时间验证和累积的结果,强者恒强,才能形成品牌的虹吸效应。河北保利将把握市场形势,积极打造以房地产开发经营为主,同时坚持不动产金融和综合服务为翼的“一主两翼”战略,打造全产业链的不动产生态发展平台。作为责任央企,保利发展一直履行社会责任,积极投身于公益事业之中。河北保利也积极参与到城市改造、保障房建设、基础设施投资、社会公益之中。

筑造美好生活同行者,为城市缔造标杆人居。作为石家庄市第一批,也是最早进驻的品牌房企之一,保利已潜心地在地产行业深耕10余年之久,为石家庄房地产市场注入全新人居理念变革的同时,还逐步地引导房地产市场进入到稳定、健康、长期良性发展的轨道中来。保利适时地推出不同的升级产品,以高标准高要求的开发建设理念,以美好生活同行者站位,让每一位选择保利的业主放心置业,舒心体验,安心归家。

产品进阶 将艺术引入生活

东胜天御、东胜时间山项目营销总经理 胡雪青

伴随着市场和行业不断深化的调整态势,产品力与责任力的打造成为品牌企业高质量发展的必然选择。东胜集团坚持以品质立身、以品牌立世,恪守企业公民的社会责任,不断赢得行业和更多消费者的信赖与支持。

石家庄发展引擎递次更迭,东胜集团自1999年成立,22载与城市共进共生。东胜集团深入践行“东胜 美丽中国梦的践行者”这一企业价值观,过去的棚改专业户,现在的城央豪宅缔造者,东胜将目光对准更远处,把品牌比肩国际豪宅序列,足履实地,厚积薄发,为石家庄注入人居生长的活力。在这块土地上,不仅诞生过无数令

人振奋的传奇,也承载了几代人的荣光和梦想。2021年,东胜肩负起时代浪潮与城市更新的使命,将“棉五”的荣耀延传至当下,正是这片土地沉甸甸的份量,让东胜·天御早在产品规划时,就被赋予了“代言城央豪宅封面”的时代意义。

历经22年对品质人居的探寻,不断深度挖掘产品价值线,是东胜集团生存与发展的根本,棉五社区改造项目是石家庄市重点民生工程之一,项目二期东胜·天御更是东胜集团注重产品力、聚焦人居需求的代表之作,以“弧线美学”开篇,以“觉醒的高级建筑”诠释豪宅本色,传达时代最核心的竞争力——审美力。在生活方式上,“天御”希望能够将艺术引入生活,以“2022美的觉醒”爱马仕私藏艺术展、1月份“寻味中国年”等活动,让生活在这里的业主对美的认知和共鸣融入生活的点滴日常。

棉五二期深耕长安区,全新落成东胜·天御更是承载着东胜对产品进阶的更高标准,其品牌价值可与国内一线房企比肩,不仅让国际庄拥有了自己的豪宅品牌,更赋予每个石家庄人城市荣誉感与归属感。

以品质先行 持续与城市共成长

华远地产石家庄城市营销负责人 苏广伟

美好宜居指的不仅是房子,还有空间、人和服务的结合。从“好房子”到“好生活”,人们对美好生活的追求正使得房地产行业进入到品质时代。美好生活应该是自然、教育、休闲娱乐、医疗保健等多方面因素的集合,也是我们致力于百姓的美好生活目标。

每个人、每个企业都是城市的一部分,房企更是城市发展的重要参与者,在城市发展的道路上可以充分发挥企业的优势,整合教育、商业、医疗、交通等优质城市资源,推动区域发展,同时将企业的核心竞争力带到这座城市,为城市提供创新力和新的平台,为城市长效赋能,为区域发展提供强力支撑,持续与城市共成长。

国企华远,作为新中国最早创立的房地产品牌之一,1983年诞生北京,从城市到人居,从品牌到品质,始终在践行一个国企的使命和担当。华远地产以品质先行,华远昆仑赋项目,自开售以来就受到石家庄人民的广泛关注。项目紧邻千亩绿意百亩水域的天山公园,生态配套得天独厚、生态资源、交通优势明显,为生活和出行提供诸多便利。另外,项目规划约50万方沉浸式公园社区,与天山公园有机相融成为第二自然盛境,自然与建筑、城市与人文,在这里完美融合,形成内外双园社区。2021年项目先后建设并开放了社区大门、会所、商业小广场及精装社区归家大堂,打造了全系样板间,让未来生活触手可及。

对标时代脉搏 做好长远发展

金地集团石家庄公司总经理 刘轶

作为企业面对这个美好的时代,我们该如何对标,如何承接时代赋予我们的责任,这是一个企业必须要思考的命题。纵观近些年来时代发展:上一个周期我们历经了“有质量”这一基调,在这个基调中我们进行了很好地自身打造和强化。那么进入下一个周期,无疑是“地球村”的这一层面,也就是说,如何在国际化的概念上落到实处,从而更好更扎实地铸就自身,强化自身,服务于人。

石家庄明确了城市区域的发展功能,在二环内做“减法”,在二环外做“乘法”,进一步强化和梳理了省会石家庄的区域功能定位,为石家庄的发展指明了发展方向和道路。我个人认为此举把石家庄城市整体结构框架进行重新合理布局和科学化规划,让土地空间能够实现发挥其自身更加有价值化和未来化的可持续发展长远指标。

对于房企来说,要紧跟时代脉搏,对标时代发展方向才有更好的更为长远的发展空间。做好自身修炼才有资格和能力去为购房者创造出更好的产品。未来的房子不仅能住,还要在生活情境上提出更高级的文化水准和更为暖心的人文氛围,譬如石家庄金地阅峯项目,作为金地集团创新拳头产品系——“峯范”系列,在华北区域的首次落地,设计以现代雕塑为启发,利用建筑形体去探索与追溯,挣脱横平竖直的枷锁,以富有张力的曲线与虚实,为场所贡献一处有别于周遭环境的精神空间、艺术领域。项目实现全三面宽社区,运用金地健康家打造健康社区,如无触碰通行系统、社区隔离缓冲空间、足不出户社区配套等;运用现代材料,打造轻奢、科技住宅,运用多项技术创新,如复合幕墙应用、感应灯带、360玩呗系统等,充分展现“峯范”系列精致、时尚、科技的产品价值;优雅配色、质感细节、经典比例等无一不彰显峯范系产品的典雅气质与内涵,迅速成为本地地标性网红打卡地。

融创品牌:定位“美城城市共建者”

从打造省会都市圈,再到强化省会石家庄的高端引领,国际庄正在以前所未有的速度,迈入城市经济发展的新纪元。如今,石家庄在规划定位中进一步明确了城市区域的发展功能,在二环内做“减法”,在二环外做“乘法”,可以说是这两个调整,进一步强化和梳理了省会石家庄的区域功能定位,为石家庄的发展指明了发展方向和道路。未来的主城区将不再以高端住宅为主导,释放更多的公共用地,让所有人共享城市繁华。同时,更多的将是以前公共服务功能和商业经济配套,保证主城区的居住吸引力,打造省会的高端引领。

2021年是“十四五”规划开局之年。这一年,石家庄市十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要发布,石家庄中央商务区建设被多次提及,要对标北京CBD和雄安新区打造城市经济发展新地标,被称作“一号工程”。在2019年6月,进驻并全面参与到中央商务区建设之中。

2020年融创将品牌定位升级为“美城城市共建者”,通过“地产+”战略衍生出来的产业赋能,将企业使命与城市发展,时代需求紧密地联系在一起。

CBD不仅是城市的名片,也是城市产业发展的重要引擎。融创河北与石家庄共同打造中央商务区这个强大的IP,在提升石家庄CBD辐射能力,促进招商引资的同时,也在带动老城区的改造焕新,加快城市整体的产业聚集与经济融合,真的做到了与城市“共建、共创、共生”,为石家庄的发展持续注入力量。

背靠集团开发、商业、文旅、运营等优势,融创河北正契合城市建设节奏,通过产业引擎的打造、美好社区的营造等途径,全面参与石家庄的美好城市共建,也为京津冀协同发展注入“加速度”。

