

## 楼·论道



地产领袖

张继卫

(资料图片)



□记者 霍媛媛

**人物档案:**张继卫,中伟业控股(集团)有限公司董事长、研究生学历,河南省改革开放三十年“民营经济领袖人物”、洛阳市“十一五功勋人物”。现任河南省第十二届人大代表,河南省第十届政协委员,河南省工商联第十届常委、执委,洛阳市第十二届、十三届人大代表,洛阳市工商联副主席,洛阳市民营企业协会副会长,洛龙区工商联名誉主席。

**主要经历:**创业初期,办过砂石场,经营过澡堂,收过废钢,经销过钢材。2001年,接手濒临倒闭的晋城钢铁厂,组建晋城伟业钢铁有限公司,在经历种种磨难后,企业扭亏为盈;2003年,借洛阳新区开发之机,回洛阳创业,创办洛阳伟业轧钢有限公司,打造伟业线材品牌;2008年,逆势扩大产能,兴建第二条生产线;2009年,第二条生产线建成投产,产能突破100万吨;2010年,涉足房地产行业;2011年,中伟业集团注册成立,构建钢铁、地产、资本三大板块战略格局。

“在钢铁行业成名,在房地产界兴业”的中伟业控股(集团)有限公司(以下简称伟业)涉足房地产行业已经3年时间了,经历过两次成功的开盘。它的掌舵人,对于这个“新创业梦”如何解读?面对未来,他又将提出怎样的发展规划?

今天,我们就一起走近本期的地产领袖——中伟业控股(集团)有限公司董事长张继卫。

# 张继卫: 用我的创业梦 圆你的居住梦

## 1 进军房地产行业 就当重新“创一次业”

**记者:**涉足房地产行业前,您有过好几次创业经历,企业转型做房地产,您是基于怎样的考虑?

**张继卫:**其实,涉足这个行业,一方面洛阳城市发展的外力在起作用。

洛阳人都知道,新区的开元大道,不仅是交通大动脉,还是商业大道、景观大道,更是迎宾大道,它东延至二广高速关林站与洛偃快速通道交汇处,每天,从东进入洛阳的无数外地宾客,都会经过这里,而伟业的轧钢厂厂房就在这条迎宾大道旁边。工业项目“站”在这里迎宾,显然是不合适的,所以,按照要求,这个地块需要重新规划。

另一方面,伟业公司也一直在谋划转型,这也是一个难得的机遇。

**记者:**有哪些优势作为基础呢?

**张继卫:**在进入房地产行业之前,我们进行了详细的可行性分析。

第一,我们有600亩现成的土地(伟业的轧钢厂厂房)可供开发;第二,搞建筑,最关键的原材料是钢铁和水泥,这些都是我们自有的产品,供应上有保障;第三,企业品牌已经建立;第四,资金有保障,可以为项目提供充足的资金;第五,有一定的社会资源,而且,我在上海同济大学读EMBA时接触过国内一些知名的专业人才,在规划设计也就是技术方面可以得到一些实质性支持。

通过综合分析,又跟很多专家一起探讨,最后决定进入这个行业,就当重新“创一次业”。

## 2 新创业梦 让洛阳人住上“洛阳制造”房

**记者:**除了理性分析优势和劣势,涉足这个行业,您本人还有没有感性一些的想法?

**张继卫:**有,想让洛阳的老百姓,住上咱洛阳本土房地产开发商开发的房子。

你看,这么多年,洛阳房地产市场一直是“外来的和尚好念经”,尤其是近两年,这一趋势更加明显,外阜房地产开发商越来越多,“江山”几乎被它们瓜分,本土房地产开发商或在夹缝中求生,或转战县域市场,无论是所占的市场份额,还是市场的影响力,都明显弱于“外来大户”。

所以,中伟业控股(集团)有限公司进入房地产行业,绝不单单是为了来分一杯羹,我们就是为了打造洛阳本土的房地产品牌。

换句话说,这一次我的创业梦,与

洛阳老百姓的居住梦息息相关。

**记者:**在此基础上,为何要打造文化地产?

**张继卫:**洛阳是历史文化名城,可你看市场上,能体现出这一点的楼盘屈指可数。

所以,我萌生了将开元壹号打造成文化地产的想法。希望通过在楼盘中融入洛阳历史文化元素,为开元壹号打上洛阳标签,让它成为房地产市场上“洛阳制造”的代言人。

就像《洛阳晚报》的宣传语说的那样:最爱洛阳最懂你。我一直都坚信,洛阳本土的房地产开发商,最懂洛阳人。

后来,我们以文化地产为基础,最终确立了“融洛阳传统文化和现代科技于一体,以文化第一、艺术第一、品质第一”的项目定位。

## 3 行业新兵“两步走”要创一流地产品牌

**记者:**做文化地产的想法,是怎么落在开元壹号这个楼盘里的?

**张继卫:**为了实现打造文化地产这个目标,我们投入了很大的财力、精力,仅开元壹号的销售中心就投入了几千万元。乍一看开元壹号的销售中心,你会觉得它很有中国味儿;再仔细一看,你会发现,这是洛阳味儿。墙体上写有《洛神赋》《道德经》,以及我们员工创作的《沁园春·天地伟业》。

再举个例子,洛阳的一些历史文化典故,我们也通过景观园林整体设计,将其融入到楼盘里,生活在其中的业主,自然而然就会受到这些文化的熏陶。

在我看来,开元壹号3月31日和5月26日的两次开盘都能取得骄人的销售业绩,与开元壹号文化地产的定位,和我们为之付出的努力都是分不开的。

**记者:**除了文化地产,你们还提出了做产业的概念,具体是什么意思呢?

**张继卫:**在进军房地产行业之初,我们就决定做产业,而不是做项目。

因为伟业旗下的中浩德地产有限公司未来要实现集团化、模式化。为此,2013年,我们还制订了5年发展目标、10年战略规划,确立了以品质树立标杆,以标杆提升价值,做最具竞争力的地产企业的发展蓝图。

也许很多同行会说,你们只是行业新兵。但我觉得,这不妨碍我们在未来成为一流地产品牌。为了实现这一目标,中浩德地产有限公司还将确立和实施“两步走”战略。

第一步,以洛阳为基础,实施精品战略,做精做细每一个项目,让每一个项目都成为浩德地产的一面旗帜,一张名片,从品质上实现对标杆企业的超越,形成自己的运营管理模式和发展理念;第二步,在完成品质积淀的基础上,加快发展速度,实现量的积累和超越,做国内一流地产品牌。



楼市动态

## 洛阳建业举办 “居家风水讲座”



7月27日下午,洛阳建业“居家风水讲座”在钼都利豪国际大酒店成功举行,北京大学“易经现代应用”主讲和教务负责人李勇先生同近300组洛阳建业客户一道品味国学文化精粹,阐释精微,讲解居家风水奥秘。通过此次讲座,洛阳建业新老客户不仅真切感受到了国学文化的独特魅力,对建业桂园和左岸国际项目有了全新的认知,也让洛阳财智精英感受到了建业独有的生活方式。

(小建)

## 江山汇举办 业主专场电影答谢会



7月26日晚,由建业·世纪华阳举办的江山汇业主专场电影答谢会在万达影城开幕,80名业主及其家人、朋友出席活动,观看电影《速度与激情6》的首映。江山汇还为当天到场的业主精心准备了休闲食品。舒适的观影体验,周到的服务,让业主度过了一个美好的夜晚。

回馈活动体现的是建业·世纪华阳长期以来对客户的关怀。在此之前,全家福摄影、珠宝秀等答谢活动也得到了业主的赞誉。这份信任,使更多客户在世纪华阳江山汇安家。

据悉,世纪华阳上半年取得了销售额7亿元的优异成绩;6期江山汇180平方米至240平方米大平层居室,以其创新户型、10项高端配套获得市场认可,已成为洛阳豪宅标杆产品。应市场需求,江山汇推出了180平方米新品。新品采用双套房设计,拥有中央空调、地暖、24小时热水等配套设施,购房客户还可获赠每套3888元至12888元的购房豪礼。实景样板间对外开放,敬请嘉宾莅临品鉴。

(惠誉)