



星联人

第二期

2018 · 10月 THE SECOND PHASE

S I 枭 N O
L I 着 N K
P E 成 N K
O 想 P L E



河南星联芒果集团

地址：郑州市郑东新区龙子湖崇德街17号星联创科中心20F

www.xlzd.com



行业 · 聚焦 · 媒体 · 报道 · 集团 · 资讯

匠心 · 品质 · 文苑 · 拾萃

星联人

PEOPLE

第二期

2018 · 10月 THE SECOND PHASE

主办单位 河南星联芒果集团

总编 郝伊凝

主编 朱 峰 陈 艳

编辑 陈曼曼

美编 周萌萌

编委 白 玲 李红亮 李军委 王圣烨 刘四元

乔祥雨 张秋硕 许正威 王梦杰 张梦梦

胡彦北 李 强 张 范 李梦颖 周小美

(排名不分先后)

官网 <http://www.xlzd.com/>

投稿邮箱 1326188331@qq.com

出版日期 2018年10月



匠心

这是一个创新无限、希望无限的时代，
也是一个发展嬗变、蓄势跃升的时代。

大时代，

匠心是一种自觉精神，是一种坚持的倔强。

我们愿以德造物，

以匠运心，以终为始，择品质，做一生，
汲取最原始的感动。

集团副董事长兼行政总监：郝伊凝



扫一扫关注 星联芒果

CONTENTS

目录



P00/匠心

郝伊凝

行业·聚焦

P01/楼市调控不断升级，市场将何去何从？

市场部

P05/楼市“金九”落空 活下去和安全第一已成为房企最主要诉求

市场部

P07/如果商品房预售真的取消

市场部

P09/郑州官方发文解决房改六大遗留问题，房改房“转正”

市场部

媒体·报道

P11/“星”“新”相印：星联芒果一相逢便胜却人间无数

郑州日报

P15/楼市变局之下，一个本土房企的逆袭样本

河南地产

集团·资讯

P19/一点资讯

陈曼曼

P23/预防职务犯罪，护航企业发展

市场部

P25/建设环保园区，共享清洁能源 | 星联（白沙）厨卫城光伏发电项目试运行

张范

P27/爱心助学 为梦护航 | 第六届星联奖学金颁奖活动圆满落幕

市场部

P29/健康岛·伯利恒外语幼儿园立体绿化项目 | 让亲近自然是孩子们最好的教室

陈曼曼

P31/星途万里，始于足下——暨星联芒果集团6周年“徒步”活动

市场部

匠心·品质

P33/“质”造星联湾

刘仁有

P35/情归一处 “宽”待生活

周小美

P37/郑东新区再添新学校，第47中高中部东校区奠基落地

朱莹

P39/浅谈物业服务中的品质文化建设

何明明

文苑·拾萃

P41/关于老马

马俊芳

P43/逆风翻盘，向阳而生

张秋硕

P45/守护家园

李梦颖

P46/水母之歌

齐铱贝

P47/浅秋

李枫霞

P49/仲夏别语

刘四元

P50/风在旅行

张梦梦

楼市调控不断升级，市场将何去何从？

WHERE THE MARKET WILL GO?



2018年第三季度，郑州上演了一出连续剧，与上半年火热的市场相比，下半年市场变局注定，20天的时间，郑州连发三个文件，规范房地产市场，这一拳，不止是买房的人会受到影响，卖房的人更会受到影响。



8月2日，郑州市城市综合执法局发布通知，开发商未批先建、无证预售、强制交房等行为，根据其违法程度轻重，将列出详细处罚条款；

8月21日，河南九部门联合发文治理楼市乱象。打击重点主要针对投机炒房、房地产“黑中介”、违法违规房企和虚假房地产广告等四个方面；

8月24日，郑州调控再升级！郑州市人民政府出台《郑州市人民政府关于依法查处商品房违法预售行为的通告》，要求市房管局、市物价局、市城管局、市公安局、市司法局、市税务局、市工商局等10部门联合查处楼市乱象。其中规定：“未取得《商品房预售许可证》，其销售场所不得对外开放，在咨询中心、接待中心等场所进行产品展示时，不得有与销售相关内容的推介，不得通过报纸、电视、广播、网络、户外媒体、传单等形式违法发布广告，不得参加任何展销活动”。

9月10日，郑州市房管局印发《关于开展房地产市场专项整治的通知》。《通知》决定于2018年9月4日起至11月20日，在全市开展打击损害群众利益的违法违规行为，规范房地产市场秩序专项行动。

9月14日，住建部再次要求各地要持续深入开展专项行动，通过部门联合执法，把打击侵害群众利益违法违规行为，作为整治房地产市场乱象工作的重中之重。通过进一步规范房地产市场秩序，切实维护人民群众的合法权益。

9月14日，全省治理房地产市场乱象专项行动政策解析会在郑州举行，明确了专项检查时间、内容、重点查处方向及房地产开发企业应对措施。

新政明确规定房企在未取得预售证不得开放销售场所，不得以任何形式销售、收取预售款。

在新政发布后的第一个周一，小编外出调研，竟遇很多售楼部关门大吉！真的是惊掉了小编的下巴，虽然小编入行不久，但也从未听闻售楼部关门啊！带着各种疑惑，小编将近期新政策整理归类，以供大家更加深入的了解下半年的市场，在乱象丛生的楼市里，该何去何从？

第一部分 政策内容

首先，我们来看新政策的主要内容
新政主要分为违法预售行为及市场乱象整治方案两个细则：

关于通告：

1. 《通告》要求房企未取得预售证之前不得开放销售场所，不得以任何形式销售、收取预售款；
2. 房企取得预售证后，应在销售场所公示《建设用地规划许可证》、《不动产权证》（或国有土地使用权证）、《建设工程规划许可证》、《建设工程施工许可证》、《预售证》以及商品房合同示范文本；
3. 取得预售证后10天内一次性公开全部准售房源及每套房屋价格。企业优惠活动，应当在销售现场明示；
4. 取得预售证后，应及时到住房公积金管理中心登记预售楼盘信息，在售楼部明显位置张贴不拒绝购房人使用公积金的承诺书；

关于查处

1. 未取得土地、规划、建设等手续，以房屋销售形式向社会不特定人员吸收存款，涉嫌非法吸收公共存款、集资诈骗的，由公安部门依法查处；
2. 未取得预售证，收取预付款的，由城市管理综合执法部门依法查处；
3. 未取得中介服务机构营业执照从事房产中介经营含网络平台的，由工商部门查处；
4. 房地产企业发布虚假广告、未取得预售证发布广告的，由工商部门查处。

楼市政策
Property Policy

第二部分 政策解读

针对8.24新政，房管局做出官方回应和解答：

1. 没有预售证就不可以开放营销场所，但并不禁止开放类似于展示中心的场所进行产品展示。主要打击的是任何形式的违规预售行为，而不是简单地针对“场所”。
2. 沙盘可以摆放，展示产品时可以展示项目的位置、交通和建筑特色，但不允许诸如销售价格宣传，意向登记排号等销售推介行为，也不能以入会、发放VIP卡等形式对来访人员进行登记。印有“置业计划”内容的户型图，明显带有销售推介色彩，也在禁止之列。
3. 没有预售证的项目进行运用电话销售、宣传，街头散发小广告进行宣传，或者置业顾问利用私人微信朋友圈等进行宣传，尚未取得预售证，如果已经通过媒体广告、户外广告进行公开宣传的，应当及时进行撤除、拆除。
4. 有些项目不直接收取会费，会让客户自己在指定银行开设账户，存入一部分资金进行冻结，等开盘后才能动用，并以此作为买房条件，这种资金与购房产生关联的行为，可以界定为变相收取预订、预付款行为的一种形式，属于违规行为。
5. 郑州新政出台后，有部分房企在已开放的售楼部张贴“此展馆仅作为内部员工办公使用，未对外正式开放。”的免责声明，严格来讲出具这类公示的意义不大，主要是看有没有开展违规活动。如果有违规行为，即使有这类的免责声明也没用。新政规范的是销售行为，并不是“一刀切”。
6. 房企未取得预售证不得公开宣传，取得预售证后10天内必须一次性全部公开准售房源，按规定，取得预售证后，10天内必须开盘，但是没有规定10天之内必须卖完
7. 假如该项目没有预售证就进行所谓自持部分的销售、宣传，又拿不出相关部门的认定材料，只能按违规销售进行查处。不可以进行自持部分前期的招商洽谈，并在售楼部进行讲解和谈判。
8. 如果房企有多个项目，其中有一个项目违规，看其违规行为的性质和情节，如果特别恶劣，将会把整个开发企业品牌列入信用黑名单。



第三部分 政策影响

政府层面：

1. 该通知的颁布，无疑是加强郑州楼市调控的重磅举措，从中我们可以看出政府对于“坚决遏制房住不炒”的决心。

房企层面：

1. 对于各大房企而言，原先“项目未动、预售先行”的惯例就被打破。与之相关营销诸多节点就势必要发生变化。
2. 在通知出台后，宣传推介被限制，销售周期缩短。以往房企往往是在拿到预售证之前三个月或者半年时间就开始宣传、蓄客。在新政策的限制下，对于房企来说，营销手段、营销节点都要发生变化，对于销售团队、业绩冲刺也是有了更加严峻的考验。
3. 改变及冲击行业格局。许多项目由代理机构进行销售，新政实施后，代理公司将由“坐销”转变成“行销”，未来更多的第三方销售公司从“地上”光明正大的销售转成“地下”行销拓客，改变了代理公司组织架构，业务方向及营业收入。同时因为销售周期的缩短，对代理公司的业务能力有了更高的要求。

消费者层面：

1. 对于购房者来说，政策导致部分楼盘关闭、暂停接待客户，因此造成了信息闭塞，无法及时获取楼盘相关信息，留给消费者选择的时间逐步减少。随之而来的是价格不透明，消费者对购房预算无充分认识，一旦锁定房源后，购房成本或相应增加。
2. 有弊亦有利，对于购房者来讲，不要期待大跌或大涨，毕竟当下的市场和政策是不允许的，但是公平的购房机会增加许多、对于购房者各项权利的保障也逐步完善。
3. 在新政的实施下，消费者得到的信息更加透明，更加真实，消费者的权利越来越得到保障，对于刚需客户来说，现在是下手的良机，而对于投资客来说，无疑是雪上加霜。

市场层面：

1. 根据思源提供的9月份市场数据来看，郑州房地产市场商品房成交量为112.48万m²，同比往年下降37%，成交均价13848元/m²，同比略微上升。这就意味着自从楼市调控以来，购房群体观望情绪蔓延，导致成交量大幅下降。楼市调控不断升级，传统的“金九银十”热度已大幅减少。
2. 住宅市场来说，郑州市9月份成交量为94.2万m²，同比下降25%，均价13873元/m²，同比略微上升。郑州房地产市场呈现出商品房市场、住宅市场双降现象。

市场应对措施：

1. 降价：多数房企以降低价格来吸引客户，促进成交及回款。其中融创观澜壹号高层产品9000-9500元/m²，相比7月份下降2000-2500元/m²；融创象湖壹号大面积产品降价2500元/m²左右。
2. 首付分期：房企推出首付分期，通过缓解购房者压力，促进销售回款。其中恒大悦龙台首付仅需5%，余款2年内分4次付清。
3. 特价房：房企通过推出特价房来达到吸引客户的目的，同时促进房源去化。

中央数次在会议中提出，建立长效机制，加速房产市场的改革。体现了国家治理好房地产市场的决心，2018年房地产市场的反应就可见一斑，如今已经进入了10月份，密集的楼市调控政策已经全面覆盖楼市，在如此密集政策的轰炸下，留给炒房者可操作的空间越来越小。在小编看来，2018年楼市将不会有大变化，相信未来房地产行业仍将沿着“公开、透明，房住不炒”的整体基调健康发展态势走下去。



第四部分 应对措施

政策应对措施：

1. 随着郑州市政策调控的不断升级，房企的周转率下降，逐步回归合理的根本之路，各房企会更加注重品质、景观、物业等相关配套的提升。
2. 开发商在市区或特定区域，改变传统的售楼部在项目接待客户，以建造城市公司产品创新示范区基地为噱头，进行新项目的产品户型样板展示。
3. 改项目售楼部为公司品牌馆，或改项目临时接待中心为公司品牌展厅，或改为某一产业主题体验馆，介绍公司在郑州（河南）的项目布局+某一产业主题布局，顺便介绍项目，没有任何有关项目的销售道具在现场。专业的置业顾问判定客户是真客户还是暗访者，判定客户等级，来选择留电登记、IPAD规划及户型介绍等蓄客方式。现场介绍没问题，留电登记也合规，但如果介绍规划和户型就违规了，需要公司判断是否真的要冒风险去做，是否能够管住销售人员急切赚钱的心和快嘴，是关键。特别是采用代理，双代，甚至多代的开发企业。
4. 结合集团或城市公司内部休闲/娱乐/文化/体育/度假资源和外部相关合作资源，进行会员招募，根据不同项目的区位和产品线（刚需、改善、高端、公寓、商办）设置不同的入会门槛，进行宣传。牵涉到项目的地方存在一定违规风险。

5. 将售楼部（示范区）改为“开发商及关联产业品牌展示的组合空间”，除了园林外，其它都是让商家自己来玩，不体现销售：

- (1) 原示范区实景景观通道：开发商成熟园林景观做法及交付园林展示空间。
- (2) 原售楼处区位图：区域规划展示空间，体现周边配套，合理设置比例尺，去掉项目标志。
- (3) 原样板间展示：不再做样板间，将样板间功能空间进行拆分，单独成型，在售楼处或在原样板间位置体现，引进与该功能相关的品牌店进行包装，进行该品牌的布局展示。书房（微型书店，品牌书店的书房布置），衣帽间（微型橱柜，品牌服饰店的衣帽间布置），客厅（微型茶馆），主卧（微型家居组合展览，品牌家居的展览馆），卫生间（品牌卫浴的组合展示），厨房（一体化厨具橱柜的组合展示）。各个功能展厅相互独立，形成一个未来居家生活展厅，借助关联商家之口将户型亮点道出。

这个做法理论上可行，也有颇多开发商在售楼部中引入书店、咖啡馆等体验，比如康桥知园，比如新田城。事实上，这种操作，是从后体验端到前端营销的一种颠覆。开发商内部是否能够创新应对，是第一步。此后，还得看相关政策认不认可这种形式。

活下去和安全第一已成为房企最主要诉求

楼市“金九”落空

The property market "Gold Nine" failed

“金九”落空

9月上半月，易居研究院监测的40个典型城市新建商品住宅成交面积环比8月上半月增长1%，可谓趋近零增长，这样的行情只能用“平淡”二字形容。然而支撑起这个“平淡”的，却是促销频繁的销售现场，这在半年前深受开发商“捂盘”之苦的购房者来说是难以想象的。一叶知秋。万科董事会主席郁亮已经在其内部例会上明确指出，房地产行业真正的转折点已来，楼市的需求急剧消失，开发商面临去化压力。向来财务稳健、资金充沛的万科也感受到了压力，其他房企的资金链问题将更为严峻、回款压力更为巨大。涨涨跌跌，这或许又是一个楼市轮回的开始。

(林虹)

导读

“从开发商内部交流情况看，大家都注意到市场上两个调整迹象：一是促销行为增多；二是土地流拍增多。对于明年的指标，一些开发商已经表示不再提高增长。”

“涨价的时候也没见业主补钱给我们，但是一降价业主就来维权。”9月25日，泰禾集团一位负责人向21世纪经济报道记者苦恼地表示。就在刚刚过去的中秋小长假，这家房企旗下的合肥院子选择将某栋某个户型降价4000元/平方米促销，但随即引来老业主集体维权。

一夜入秋。曾经疯狂抢房的房地产市场正逐渐冷却，传统销售旺季“金九银十”也不再出现。

9月上半月，易居研究院监测的40个典型城市新建商品住宅成交面积环比8月上半月增长1%，同比增长32%。分城市来看，一线城市环比增长7%；二线城市环比持平；三四线城市环比增长2%。4月上半月开始，各地房企加速推盘，40城新建住宅成交面积回暖并出现了环比连续3个月的正增长，7月上半月有所下滑，8月上半月再次小幅增长，9月上半月基本与8月上半月持平。进入四季度，在调控趋严和金融环境趋紧的背景下，一些危机感较强的房企已经开始选择促销跑量。

“从开发商内部交流情况看，大家都注意到市场上两个调整迹象：一是促销行为增多；二是土地流拍增多。对于明年的指标，一些开发商已经表示不再提高增长。”新城控股副总裁欧阳捷对21世纪经济报道记者说。



一夜入秋

“我们项目营销一直是走高端路线。起初项目宣传的销售均价是2-2.2万元/平方米，但真实销售均价约在1.9万元/平方米左右。这一次中秋节假期，我们将一栋楼的某个户型拿出来促销，售价约在1.5万元/平方米。虽然降价4000元/平方米，但我们的客户要求的付款方式也很苛刻，要求一次性付清全款。”上述泰禾集团负责人表示。

该人士坦言，房地产市场正处在下行通道，为了加速去化，开发商还是希望提高项目性价比，在去化和利润之间寻求平衡。但令他苦恼的是，合肥院子的降价却引来了老业主不满。对于老业主的维权行为，合肥院子给出的方案是，老业主可以选择退房来重新购置促销房源，但需支付全款。

合肥院子并非个案。

9月13日，滨江新城新希望未来海岸二期部分房源价格低于一期，引发了部分业主“维权”抗议。

21世纪经济报道了解到，为了去化，不少开发商选择一定程度打折促销活动，甚至包括全员营销。据融创中国天津区域某位设计总负责人反馈的信息，他们全集团已经开展全员营销，各个级别负责人都有一定程度的销售任务，集团要求每人发动身边相关资源，配合营销部门完成各区域年底销售任务，并根据各级别职位分配了楼盘指导价格表，相应会有一定优惠，如团购还有进一步优惠，该公司在营销上已发动各类可利用渠道争取加速完成指标。

“金九银十”是传统的销售旺季，但今年则不同。整体市场都表现平淡。中秋小长假期间，各地楼市平淡，告别“金九”。以北京为例，9月22日，北京市新建商品房网签179套；9月23日，北京市新建商品房网签230套，网签数量与7-8月基本持平。中原地产分析师张大伟预计，9月北京全月在1.5万套左右，与之前几月基本持平。

上海9月楼市整体也较低迷，供应明显增加，而楼盘平均去化率开始下滑。9月14日-9月20日期间，上海新房供应达14.3203万平方米，环比增长34.18%；一周共计成交14.5089万平方米，较前一周微降0.94%。深圳小长假前两天的新建住宅签约分别只有70与76套，整体和之前相比基本维持平稳。广州小长假签约数据较多，从全月数据看，也依然处于平均水平。因为网签数据滞后的原因，整体看，全国一二线城市，9月楼市成交量环比8月均无明显上涨现象。

消失的“金九银十”

9月25日，亿翰研究社发布了一项研究报告。该报告提供了一组有趣的数据，在2015年至2017年间，TOP100上市房企总资产增速始终高于净资产增速约10个百分点以上，这表明，2017年之前房企更倾向于利用增加财务杠杆的方式扩大规模。但2018年上半年，总资产和净资产两者增速有明显收窄，如果与2017年同期比较，净资产同比增速34.4%已经高于总资产同比增速32.5%。

亿翰中国认为，这表明房企开始控制负债扩张速度，一方面是顺应企业去杠杆的政策导向，一方面也是为了在调控力度不断增强、各方限制逐渐增多的未来不确定性升高的市场环境中，降低自身经营风险。自2017年以来，房地产行业逐渐注重有质量的增长，传统依靠负债扩张的野蛮生长时代或将结束。

“活下去”和“安全第一”已经成为房企目前最主要的诉求。而这反映到楼市方面就是，开发商开始重视现金流回款。这不排除通过降价方式。

杭州楼市动态首席评论员余钟斌告诉21世纪经济报道记者，杭州楼市已连续两年没出现过“金九银十”。当然，今年也没出现。过去的两年是因为市场太火，今年则是遇到楼市降温转折点，而且这样的降温还有愈演愈烈之势。今年的“金九银十”时节已近过半，杭州各大开发商推盘速度明显加大，而不是如去年那般“捂着”。“杭州主城区的楼市已开始出现分化，摇号整体中签率也在上升，地段、交通、品牌等性价比弱的楼盘将加大分销的力度，也不排除加大调低‘次等’房源价格、折扣的力度。”余钟斌表示。

欧阳捷认为，市场信心有所调整，土地流拍增多、个别房企内部讲话、预售制度探讨也都对市场产生了误导，引发负面情绪波动。反观一些中西部二线城市和很多三四线城市，市场基本不受影响。

易居研究院院长杨红旭则认为，九、十月份就是市场衰落的拐点。大房企新盘打折现象增多，包括碧桂园、万科、保利、恒大、金地都在全国多城市多盘联动促销，这就是市场明显降温的迹象和信号。预计未来两三年都是下跌、调整以及筑底的过程。

预售真的要取消了？

中国楼市时刻要抬头看天，现在，天是不是真的要变。



如果商品房预售真的取消，楼市到底会怎样？

If the commercial housing pre-sale really canceled,
what will the real estate market?

9月11日，住建部房地产市场监管司向湖北、四川、江苏、河南、广东、辽宁等6省下发了一封函件。该函件要求对于包括商品房预售制度在内的现有行政许可事项进行清理和论证。

如果不是休市之后才放出这一“大利空”，地产股估计早就绿到底了。在忧虑和骚动中，广东房协随即回应，“该文件只是征询意见稿，并非真的实施。”这句“安抚”的话实则已透露了风向。不管其他省份是否跟进，现在大家心里多少都会犯嘀咕，广东这个姿态，是否暗示着商品房预售制度退出已经进入高层考量。



中国内地房地产的老师，是香港。

开发商空手套白狼的本事，取经于香港：“18年不吃不喝才买得起房”的房奴炼成之路，也始于香港。

除了预售制度，香港限制住宅用地供应的举措也被内地有样学样，助推地价上涨。中国楼市，走上了二十多年的“香港模式”之路。

1994年，内地引入了商品房预售制度，颁布《城市房地产管理法》。由此，内地房企正式多了一条融资渠道，地产大佬的好日子，来了。

1998年启动房改以来，房地产已成为国民经济支柱产业，是中国经济发展的一大引擎。

2018年，在中国的各大富豪排行榜上，地产大佬占据最大席位，中国恒大的许家印，多次登上首富宝座。

循环之下，中国房地产模式产生了或许连政府也没有预料到的后果

中国经济被房地产绑架。

2016年底，“房住不炒”写入十九大报告，中国房地产的定位，发生了深刻变局。其背后的深层逻辑是，中国经济要转变引擎，不能单靠房地产拉动了。

去杠杆之路，势在必行。房企的输血管一条条被清理，影子银行、海外发债……而现在，具有高杠杆效应的预售制，似乎也“难逃一劫”。

在广东省下发的文件中，官方认为预售制存在管理风险、消费风险、社会风险、金融风险，具体而言：

一，一旦发生资金链断裂，导致工程烂尾。一方面损害购房人切身利益，另一方面也给社会稳定造成挑战。

二，使违法违规销售有机可乘，房地产市场乱象丛生。

三，交易不公平，以期房销售的名义，将现房销售的实质风险转移给了社会。

四，房屋面积管理职能难以厘清，易产生行政风险。

五，造成不平衡发展和低效率竞争，门槛的降低导致大量社会资金涌入炒房，也刺激房地产过度投资开发。

预售制一旦被扔进历史的垃圾堆里，房企的“高周转模式”将彻底失效。

资金回血速度一慢再慢，那些资金饥渴的中小房企或在信贷收缩、高压调控的环境下，命悬一线。

我们可以简单做一个假设：如果商品房预售制真的取消，中国将会怎样呢？

如果真的如此，无疑是一个地震式动作，必将对购房者、开发商、供求关系不同的楼市区域以及政府调控等造成多方面的深刻冲击。

A，对于购房者来说，有利也有忧。

“利”的地方在于，以后的楼市都是现房出售。相应地，购房者购买的是看得见、摸得着的现房，而不是现在“言语描述中”的期房，这当然是件好事。

“忧”的地方在于，如果实施现房销售，差不多2年内的中短期，必然极大地推高楼市的供求紧张关系，因为这意味着2年内，在期房制转向现房制的过渡期，市场上可供上市的房源急剧下降。即使现房制是渐进式推进，也不可能改变供求关系加剧的现实，只是程度不一样。而供求紧张关系加剧，必然加大房价上涨的压力。

B，对于开发商来说，总体上绝对是利空，且是大利空。

目前的房企开发模式中，通过预售，缩短了资金回笼时间，减少了资金成本。相应地，如果现房销售，必然拉长了开发过程中资金回笼的时间，也加大了资金成本。所以这是大利空。

不过进一步分析的话，现房销售可能会加大房企领域的马太效应：越有规模实力的房企，资金的内部调动能力、外部融资能力等都更强，因此可能反而加大市场份额。相应地，现房销售应该会加大中小房企的淘汰率。

C，对于供求关系不一的楼市区域，助涨效果也不一样。

总体来说，现房销售必在2年左右的中短期助推房价上涨的压力。不过对于不同区域来说，效果可能会不同。

2018年是中国楼市真正的分化年。接下来，弱二线以下的城市楼市，未来的主要风险是下跌，而不是防涨。对于这些城市，取消期房销售，实施现房销售，相当于2年左右内减少供应，从而利于中短期内稳定楼市，符合政府稳楼市的主旋律。

相应地，对于强二线、一线及环一线等人口流入压力城市，那么现房销售将叠加这些区域房价上涨的内在推动因素，从而加大房价上涨的压力。

D，对于楼市调控面来说，现房销售确实是未来的一个可选项。

不过从经济增长、人口增长、货币政策转向、城市化以及楼市的去香港化等角度，中国楼市都到了一个拐点处。拐点过后，中国楼市将进入真正的二八分化阶段：至少80%的城市楼市的主题将是下跌，而不是防涨。从这个角度来说，现房销售确实是未来政策的一个可选项。



多套住房已取得房屋所有权证的超面积问题如何处理?
超面积购房款如何缴纳?
部分产权住房如何向全部产权住房过渡?
批复过的单位集资建房如何出售?
存量公有住房如何出售?
市直管公房和自管公房的租金是否可以调整?

郑州官方发文解决房改六大遗留问题 房改房也可以“转正”啦

ZHENGZHOU Official Issued To Solve The Six Major Legacy Of Housing Reform

为进一步完善我市住房制度改革政策，妥善解决房改工作中的遗留问题，

9月4日市政府发布《关于解决我市房改工作中遗留问题的通知》，再次明确房改政策，做好我市房改工作的延续。

郑州市政务服务网 · 郑州市

政府信息公开

文 号: 747445745/2018-00366	主 题: 城乡建设、基础设施建设、住房保障、住房制度改革
发 文 机 构: 郑州市人民政府	关 键 词: 房改, 超面积, 购房款
文 号: 郑政文〔2018〕154号	成 立 日 期: 2018-08-21
文 体: 通知	发 布 日 期: 2018-09-04
	废 止 日 期:

郑州市人民政府关于解决我市房改工作中遗留问题的通知

附件: [郑州市人民政府关于解决我市房改工作中遗留问题的通知.pdf](#)

相关链接: [郑州市人民政府关于解决我市房改工作中遗留问题的通知.pdf](#)

1 关于房改房超面积

关于多套住房已取得房屋所有权证的超面积问题的处理，《郑州市人民政府关于印发郑州市关于深化城镇住房制度改革的实施方案的通知》第四条第十七项规定“超出标准部分一律执行市场价”。《通知》明确了房改房超面积部分的计算价格及办理要求，为鼓励职工尽快办理补超标手续，也给予了适当的折扣。——

具体来说，对职工现居住两套或两套以上住房且已取得房屋所有权证的超出控制面积标准问题按以下办法处理：拥有多套住房，若其中一套或多套合并计算面积达到控制面积标准的，其余成套住房原则上应退回原产权单位；若因客观原因无法退回原产权单位的，经产权单位同意，由产权单位纪检部门盖章，本着自愿原则，超出控制面积标准的部分按郑州市上年度市内各行政区域存量房交易平均价格计算超面积购房款。

为降低行政成本，鼓励职工尽快办理补超标手续，2018年办理补超标手续的，按照郑州市上年度市内各行政区域存量房交易平均价格的85%计算超面积购房款；2019年办理补超标手续的，按照郑州市上年度市内各行政区域存量房交易平均价格的90%计算超面积购房款；2020年起按照郑州市上年度市内各行政区域存量房交易平均价格计算超面积部分购房款，不再享受任何优惠。

2 关于超面积购房款缴纳

关于超面积购房款的缴纳，《通知》提出，依据相关规定，市级行政事业单位超面积购房款缴存于市财政局指定的银行账户；区级行政事业单位超面积购房款缴存于区财政局指定的银行账户；企业单位超面积购房款存于各单位售房款账户，归售房单位所有。



3 关于部分产权住房向全部产权住房过渡

关于部分产权住房向全部产权住房过渡，《国务院关于进一步深化城镇住房制度改革加快住房建设的通知》文件中第四条（十二）“从1998年下半年起，出售现有公有住房，原则上实行成本价，并与经济适用房相衔接”，《郑州市人民政府关于印发郑州市住房货币化分配实施办法的通知》文件中第八条（二）“职工现承租的公有住房，除按有关规定不宜出售者外，在2003年底前继续按成本价出售，2004年1月1日以后取消全部房改优惠政策”。

《通知》明确了购买剩余产权的价格，控制面积内按郑州市2016年度经济适用住房的指导价执行，即3200元/m²计算，保留年代折扣优惠（自取得产权证算起，每年折扣1%，超过20年的按20年计算）计算房款；超过控制面积外的部分，按房改房超面积部分计算价格及办理要求的规定计算超面积房款的办法向全部产权过渡。

4 关于批复过的单位集资建房出售

关于原经市房改办批复过的单位集资建房的出售，《通知》明确了原经市房改办批复的单位利用自有土地集资合作建房（包括困难企业利用自有生活用地集资建的经济适用房），在控制面积内仍按原建房成本价出售；超出控制面积标准的部分若当年已按市场价缴纳过超面积购房款的仍按原价格办理；超出控制面积标准的部分若已按照接近或者基本接近当年市场价缴纳过房款的，待房管部门认定后再行解决。

5 关于存量公有住房出售

关于存量公有住房出售问题，由于我市还有少量公有住房未办理出售手续，为了解决我市职工实际问题，《通知》规范了购买公有住房职工资格，调整了公有住房的价格。即控制面积内按郑州市2016年经济适用住房的指导价执行（3200元/m²）计算，保留年代折扣优惠（自单位取得产权证算起，每年折扣1%，超过20年的按20年计算）；超过控制面积外的部分，按房改房超面积部分计算价格及办理要求的规定计算超面积房款。办理时限，自即日起，截至2019年2月28日，逾期不办者视为放弃，今后不再办理。

6 关于市直管公房自管公房租金调整

关于调整郑州市直管公房和自管公房的租金，《通知》要求，在职工家庭收入合理支出范围内，参照郑州市公租房租金标准，调整租金价格。



“星”“新”相印：星联芒果一相逢便胜却人间无数

文/郑州日报 郑报融媒记者 刘文良 龙雨晴

纤云弄巧，银汉迢迢，每年的农历七月七日，牛郎织女鹊桥相会，“金风玉露一相逢，便胜却人间无数”，千百年来更引发国人对美好爱情的无限遐想。

郑州向东，东有象湖。象湖之南，贾鲁河之滨，河南星联置地（集团）有限公司（以下简称：星联）开发的星联湾，作为象湖区域房地产开发的先行者和拓荒者，一个时期以来一枝独放星光熠熠。现如今，象湖区域楼盘林立百花竞艳，成为郑州房地产的热点区域。



▲ 星联湾实景图

近期，关注郑东房地产市场的人士蓦然发现：邻近星联湾的御象湖项目，案名从华强新芒果·御象湖悄然变为星联·御象湖，一如春风化雨润物无声，一如“羞答答的玫瑰静悄悄地开”，对于热望这个项目的购房者，或许并不刻意探寻这一名称变化的轨迹，但是对于新芒果地产的创始人、星联置地创始人王永光而言，对于一路同行的新芒果人、星联人，这不仅是一个项目名称的变化，这是“小别”后的重逢，是再度“携手”后的进发，是星联、芒果“合体”后产生的新动能，寄托了星联人、新芒果人的几多梦想、几多期盼、几多情怀！



▲ 御象湖效果图

“愿你出走六年，归来仍是少年”。近日，记者前往星联创科中心，独家采访了星联芒果集团执行总裁乔宁后得知：星联确已从华强手中并购了新芒果地产，时隔6年之后新芒果地产与星联重聚。这不单是一次成功的并购，这是河南本土房企对外来企业的一次“逆袭”，是郑州本土房企并购外来知名地产板块的首开先河；这也不单是新芒果的回归，这是两家血脉相连、基因相同的企业携手之后在更高层次上的品牌回归、责任回归、品质回归。

品牌回归

对于许多郑州人而言，“新芒果地产”并不陌生。

这家2005年诞生于郑州的房地产企业，曾在郑州颇负盛誉，先后在郑州成功开发了立体世界、新芒果大厦、双河湾、和郡、新芒果春天，在开封先后开发了萨拉曼卡、蓝湾国际等项目。在郑汴两地，新芒果播撒的“芒果林”，枝繁叶茂硕果满枝。

2012年，由于经营理念的分歧，一众新芒果地产高管“出走”，创立了新的地产品牌——星联置地。而后，新芒果被世界五百强企业华强收购，“新芒果”之名逐渐从台前退居幕后，渐成郑州人的回忆。

与此同时，星联置地却是一路披荆斩棘、风生水起，不仅在大郑东白沙片区率先进驻充当开路先锋，还启动了多元化发展战略，涉足酒店、产业、金融、生态环境工程等多个板块，企业版图甚至辐射到北京、武汉、海南和河南信阳等地，成为河南本土房企中一颗冉冉升起的新星。

“道路是曲折的，前途是光明的。”关于新芒果回归一事，乔宁告诉记者：7月5日，在星联芒果集团正式“联姻”的大会上，台上台下，百余位集团管理人员情难自禁，人人感慨万千，但更多的是对这一来之不易的小别重逢喜极而泣，难掩内心的激动和狂喜。

13年前，王永光创办新芒果，正值郑州城市化进程加速推进的黄金岁月，新芒果一路高歌前行，接连攻城拔寨。虽然他在2012年惜别新芒果之后，创立了星联置地，但新芒果一直是他心中萦绕不去的乡愁和眷恋。

“从别后，忆相逢，几回魂梦与君同？”这份情怀，同样萦绕在许多加盟星联置地的原新芒果高管和员工心中而挥之不去。于是，仅仅两年后，他们就注册了星联芒果商标，可谓依依难舍。而今，苦心人天不负，有志者事竟成，星联与新芒果终于这一对“有情人”终成眷属再度携手。

“既然选择了远方，便只顾风雨兼程”。短短6年，星联以前瞻性眼光成为如今备受瞩目的白沙区域的拓疆者，凭借星联湾项目稳扎于白沙，星联湾成为白沙片区标志性项目。同时，在中国房地产进入转型升级的下半场，开启多元化布局之时，早在2012年星联便着手打造生态环境公司“健康岛”。2016年，星联财富板块成立，“健康岛”在新三板成功挂牌上市，正式进军资本市场。2017年，星联·安郡、星联白沙厨卫城、星联创科中心、星联中心等项目相继落地大郑东区域，星联万丽酒店、中国·中部智能制造产业园签约，信阳南湾湖项目、武汉产业园项目与政府签订合作意向，星联多元化战略稳步推进……

于新芒果而言，虽被华强收购，但在世界五百强麾下历练数年，这只“芒果”也已褪去青涩，逐渐走向成熟。虽久经沙场，几经变迁，“让城市生活更美好”的初心却从未丢弃，新芒果如是，星联亦如是，这或许也是星联执着于找回新芒果的重要原因之一。

新芒果是“梦开始的地方”，是那朵“永远不凋零的花”，承载了星联人太多的情感，寄托了星联人厚重的乡愁，唤醒着星联人创业初心。“今夕复何夕，共此灯烛光。”“愿我如星君如月，夜夜流光相皎洁。”一脉相承、血浓于水的感情，造就了二者不惜翻越千山万水的相聚。

采访中，谈及这次并购，有业内人士表示，伴随着众多国家战略落地郑州形成叠加优势，特别是郑州建设国家中心城市的巨大城市红利，近年来吸引了众多外来企业进驻郑州逐鹿中原，中国地产30强齐聚郑州，外来企业与郑州本土企业合作、并购已蔚成风气，郑州房地产进入竞合时代。

与外来企业并购本土企业不同，星联创造了一个独特的案例，首开本土企业并购外来企业旗下公司的先河，明证了深耕郑州的本土企业的实力，不同凡响，意味深长。

在星联芒果集团营销管理中心总监任福祥看来，星联+新芒果，绝不仅仅是星联和新芒果的简单相加，而将产生 $1+1>2$ 的倍增效应。未来，星联与新芒果将重新拧成一股绳，星联芒果集团将坚持重点布局、多业态发展战略，一方面在房地产开发与运营上整合星联置地与新芒果地产的优质资源，发力绿色品质住宅、商业地产、旅游养老地产、特色小镇运营等多个地产板块；另一方面继续在产业园区开发与运营、金融投资与服务、生态环境工程等方面持续探索。

媒体·报道

品质回归

“别人求数量、求速度，我们求精品。”

如今的房地产市场，已从“俯仰皆可拾黄金”的趋势性机会转向了“大浪淘沙，沉者为金”的细分时代，“居者有其屋”的简单诉求也升级为“居者优其屋”的普遍追求，人们生活水平越来越高，购房者眼光越来越挑剔，尤在强手如林千帆竞发的郑州房地产市场，每家开发企业都面临着巨大的考验。

房地产的高增长时代已经告一段落，下一个阶段比拼的是耐力，比拼的是内功。早已洞察了这一市场变化趋势星联芒果集团将发展路线定位为“精品化”。别人求数量、求速度，星联芒果做精品，将高品质落到实处，力争将每个项目都做成标杆、做成精品，一步一个脚印把路走稳，这就是星联芒果的发展空间。

于是，以此次和新芒果的再度携手为契机，星联开启了一系列的品质提升运动。

标准是品质提升的“牛鼻子”，因此，星联的品质提升首先从标准提升开始。据了解，参照国内先进标准，星联正形成整个建设标准体系，包括门窗、防水、车库等各个方面建设都要依新标准而执行。此外，针对项目普遍存在的痛点问题，星联还依据十几年的施工经验，启用远高于国家标准的专项标准，将痛点各个击破。

这些痛点隐匿于何处？“业主反应最多的问题，首先就是渗水。窗户渗水、房顶渗水、地板渗水、地下车库渗水，防水是最重要的工程之一。”乔宁告诉记者，针对业主呼声最强烈的防水痛点，星联下真功夫在设计之初从源头上予以解决，防患于未然。

提起防水，人们首先关注的就是防水材料。但星联发现，即使用高品质的防水材料，地下停车场漏水情况却总是不能完全杜绝。原因究竟在何处？星联经过一次次探究、反复追寻，不惜将整个墙体挖开，发现是基坑回填土的时候所导致。一方面是回填土质量，土中质地坚硬的块状物体刺破防水保护层撞破防水；另一方面，回填土夯实环节，操作不规范引起保护层移位，防水层被拉裂，而只要出现哪怕一点点疤痕，下雨时就可能出现渗水斑点。于是，星联针对防水问题的专项标准规定：填混凝土的时候必须把混凝土块去掉，并要求现场监理加强监督，不允许施工人员填充进哪怕一块混凝土块。

此外，针对窗户渗水的问题，星联发现：防止窗户渗水的奥秘在于推拉窗侧面的排水孔，一些项目排水孔太小，下雨尤其是大暴雨的时候雨水从侧面冲刷而来，水流进到窗户框会出现排水不畅的情况，导致雨水流进室内。于是星联规定：排水孔间距不大于500mm，窗排水孔的开口尺寸不小于4×16mm。

除了防水，外墙也是老小区的大难题。几年前，大部分小区外墙都是以湿贴瓷砖来美化，湿贴瓷砖的问题当时看不出，但是经历一段时间的风吹雨打，弊端就会显现：湿贴开裂，瓷砖整片脱落。于是星联规定：外墙不论用瓷砖还是石材都要干挂，保证几十年不脱落。

类似的细节标准不胜枚举。“泰山不让土壤，故能成其大；河海不择细流，故能就其深。”精品化之路不是纸上谈兵，它必然意味着时间、精力、资金等各方面真金白银地高成本投入。但正如任福祥所言：“要想做好品牌，必须在投入上做加法，即使在当今的限价时代，价格可以限，品质不能限。”

当中国的房地产行业市场集中度越来越高，当千亿成为小目标，高周转似乎成为众多企业提升企业销售规模的选择，星联芒果集团却选择了稳扎稳打、稳健前行、不求规模、不追速度、但求精品的精品化之路。罗马不是一天建成的，精品就需要慢功出细活，千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始见金，假以时日，时间会证明星联芒果的精品的价值。

据悉，如今星联所有新开项目均已开始以新标准来建设。包括位于郑州东站东广场的星联中心·云顶公馆，位于绿博片区的星联安郡乃至星联在信阳、新密的项目，无一例外。就连刚刚接手的星联·御象湖，虽然接手时项目规划已定，且主体部分已建至14层，规划难以调整，但星联也正尽其所能，在选材用料、园林等方面对项目进行品质升级。



▲ 星联中心·云顶公馆效果图

责任回归

一磅的利润也比不上一盎司的责任

近几年，郑州发展朝气蓬勃，一座座新盘拔地而起。售楼部中，各家的置业顾问都热情洋溢，对自家项目品质之高、区位之优滔滔不绝。而当房屋售罄、售楼部拆迁、项目交房甚至业主入住十余年后，有多少开发商还会真正在乎你的居住体验？

星联在乎。

闲暇时间，乔宁总会去自己早期在新芒果时建设的小区内转转、看看。从立体世界转到新芒果·春天，从双河湾转到和郡，看看小区数年来的变化，与来来往往的业主们攀谈交流。“许多业主在我们小区都住了十年以上。”他感慨，“这些业主的生活品质我们难道就能不闻不问？已经卖出去的小区是不是就跟我们没有关系了？”

在乔宁内心，早已有了答案。

于是，此次收购新芒果，整改、提升新芒果原建小区是星联芒果集团的重点工作之一。

立体世界是新芒果建设的第一个小区，当时在社区水系、建筑外墙等方面经验不足，且那个时代的建筑技术远不及现在，当时的外墙以瓷砖做保温，现在有些部位的瓷砖开始松动，有的脱落了。

虽然已是十余年前的项目，星联芒果集团却下决心整顿：消防设施增加、水系提升、外立面整修、电梯门套改为不锈钢制、社区内新建两个凉亭……在立体世界的整修上，星联芒果集团已投入200万元。

而十年前的星联·双河湾项目，一度是郑东高品质住宅典范，如今也需要锦上添花。星联在并购新芒果之前对其整改、修葺就已投入十几万元，现已陆续投入150万元进行升级。

新芒果开发建设项目进行整改是一种“反哺”，整改不限于立体世界、双河湾，还有和郡、还有新芒果·春天，所有新芒果旗下的项目均在整改、升级之列。据悉，星联芒果集团拟设立专项维修基金，每个新建项目都要按照销售额提取一定比例的资金，用来提高老小区的品质，整改老小区的缺陷。

“我们是在家门口建房，我们要在郑州扎根、深耕，因此，我们不会捞一把就走，我们更不会开发了新项目就忘了老项目，因此，对已交付小区的整改、提升，是星联置地的应尽之责，一磅的利润也比不上一盎司的责任。”乔宁坦言。

在星联看来，房地产企业需要责任的回归，毕竟客户就是未来。客户、业主是企业最宝贵的财富，如果不能解决老小区的问题，客户就将流失，业主就不会口碑相传，而会口恶相传。企业不能像掰玉米的猴子一样，走一路掰一路，最后剩下的没几个。星联芒果就是要成为客户型企业，让客户和业主与星联芒果携手同行。

除了对老项目的整改，责任的回归还深深地体现在星联芒果集团在新项目中对传统文化的致敬，对传统精神的传承上。

近年来，越来越多的开发企业发现：越是文化的，越是经典的；越是是中国的，越是世界的。欧陆风留不住中国乡愁，中式建筑或新中式建筑才能传承中国文化精髓。

星联发现，房地产发展至今，企业的生存问题已基本解决。接下来需要思考的就是：产品如何才能经得起时间的检验，经得起客户的检验，并能弘扬中华民族的传统文化，深受购房者喜爱。

在过去的房地产建设中，法式风格、西班牙风格，人们所能想到的世界建筑样式在中国基本都能找到，但事实上，中式建筑博大精深，我国的建筑理论、城市理念甚至早于罗马。传统的精华不能丢弃，建筑不应仅仅具备居住功能，还应发挥文化传承的作用，文化与品质相结合，才能经得起时间的检验。

于是，星联芒果集团在新项目中越来越注重传统文化的回归：将文化特点与现代居住需求相结合，将中国文化元素通过设计、建造、装修、园林等方面融合到整个建筑体系里，是星联芒果集团对这片土地最好的致敬。

“做一流的城市开发商和运营商，让城市生活更美好。”在星联芒果集团，这句由星联芒果集团董事长王永光亲笔书写的标语镌刻在其形象墙上，也烙印在每一个星联人心中。由新芒果的回归所引发的星联芒果集团品质、责任的回归画卷已徐徐展开，未来可期。

楼市变局之下，一个本土房企的逆袭样本

A Sample Of The Adverse Attack Of A Local Housing Company Under The Housing Market Change

文/河南地产



2015年冬天，作为“中国500强企业”的深圳华强集团，正式牵手郑州本土房企——新芒果地产，引起业内轰动。

外来开发商的资金优势、技术优势与本土开发商的土地优势、资源优势达成共识与互补，必然会引起新的发展契机，这场“姻缘”，在当时被一致看好：

强强联手，不仅是本地开发建设的提速，更是对区域发展的助推，对郑州房地产开发水平的提升，对购房者的更多福音和利好。然而，天下大势，分久必合，合久必分。

房地产市场在经过2016年的地王纷出、2017年的调控加码之后，世局又产生了新的变化。

2018年，华强与新芒果低调分手。而作为接棒者，河南本土房企星联集团闪亮出场，“星联芒果集团”的大旗就此冉冉升起。

这一次，不是一个普通并购合作事件，更是本土房企对外来大鳄的逆袭。

——作为星联集团、新芒果地产两个企业的同一个创始人王永光，再次创造了一个传奇。

时间回到13年前，未来将会举世瞩目的郑东新区，当时还是一片荒芜之地。除了政府强有力的决策之外，只有少部分人，才看好这片热土正在描绘并终将实现的蓝图。

王永光就是其中一位。作为中南财经政法大学工业经济系高材生，他在毕业之后，从郑州卷烟厂从最基层的业务工作人员做起，一直做到了企业高管。

2005年，郑东新区的建设热潮如火如荼，王永光按捺不住内心的澎湃，在他的参与主导之下，郑州新芒果房地产有限公司应运而生。

成立伊始，时任董事长兼总经理的王永光便独具慧眼，力排群议，在郑东新区一举拿下三块建设用地，也就是目前新芒果大厦、立体世界、双河湾三个项目，从而名噪一方，成为郑东新区房地产开发的先行者和拓荒者。而王永光本人也获得了社会各界的多项荣誉。

2012年，王永光告别自己一手带大的郑州新芒果房地产有限公司，重新组建成立了新的地产品牌——河南星联置地有限公司。以高端商业和高品质住宅开发为主，同时启动了多元化发展战略，涉及酒店、物业、生态环境工程等领域，产业链日趋完善。

2017年11月29日，星联集团与万豪集团万丽酒店签约仪式于郑东喜来登酒店美盛宴会厅盛大举行，双方将联合打造位于郑州高铁站东广场的超五星星联万丽酒店。星联集团董事长兼总裁王永光在现场致辞中，回顾星联集团一路走来的历程，感慨颇多。

6年之后，王者归来。王永光重新掌舵自己亲手创立的新芒果地产，星联芒果集团的时代自此开启。

当下的星联芒果集团，业务领域涵盖房地产开发运营、产业园区开发经营、金融信息服务、生态环境工程和物业管理服务五大板块，致力于成为中原复合型绿色地产运营商标杆。旗下拥有河南星联置地集团有限公司、郑州新芒果房地产有限公司、河南星联创智产业园区有限公司、北京星联芒果信息技术有限公司、河南健康岛环境技术股份有限公司（股票代码：838076）、河南星联芒果物业服务有限公司等20多家企业，资产规模超百亿，产业布局郑州、开封、新密、新郑、信阳、北京、武汉等城市。

近十余年，郑州发展，一路向东，早已成为共识。从2003年开始建设郑东新区开始，到如今的郑汴一体化、郑州荣升国家新一轮城市、自贸区的成立，大郑东生活圈业已形成特别是在白沙组团象湖周边，成为发展潜力得天独厚的区域。2014年发布的《郑州郑东新区白沙组团总体规划（2013-2030年）》显示，白沙组团将建成省级行政服务新中心，全省经济社会发展增长的核心增长极及高端总部基地。

象湖板块，紧邻郑东高铁片区，省级行政中心所在地，周边规划有美术馆、图书馆、体育馆、科技馆和考古博物院等，各项生活相关配套、政府行政机构均、高端居住区等均汇集于此，享有目前区域内最好的交通、生活、教育、商业等配套资源。

王永光在成立星联集团之后，开发的第一个项目，就是位于郑东新区白沙组团象湖版块的星联湾。该项目占地面积约180亩，总建面42万m²，共分五期开发。

事实上，当时的白沙，与今天的白沙相比不可同日而语。

但是，正如王永光当年在新芒果成立之初于郑东新区果断拿地一样，他将星联集团的第一个重大项目，放在了白沙组团象湖版块。

在他的运筹帷幄之下，经过4年开发建设、4年品质沉淀，星联湾已然成为区域内炙手可热的明星楼盘。

而在星联、新芒果合二为一之后，星联芒果集团投资开发建设的第一个战略精品项目，王永光再次布局于此。当曾经的“华强新芒果·御象湖”变为如今“星联·御象湖”，象湖、贾鲁河、绿博园三大绿意盎然之地围合一城，作为比邻星联湾的升级力作、占据大郑东区域发展的桥头堡位置的一个标杆项目，再次呼之欲出。

象湖占地3000亩，湖面面积1400亩，绿化面积1200亩，目前金水大道以北的象湖板块已基本成型并已完成蓄水，和龙湖、龙子湖遥相呼应，成为郑东新区版图上的靓丽风景。而在郑东象湖片区周围，建业华谊兄弟电影小镇、海昌海洋公园等国际知名的文化创意旅游园区聚集。未来整个中部的文化创意旅游中心，“东方奥兰多”繁华指日可见。

媒体·报道

位置决定价值。在象湖版块，目前在售的大部分项目已经进入尾声，而区域市场并无新土地投放计划。事实上，御象湖项目可能是目前象湖板块最后一块土地。后期随着区域发展日趋完善，政府机构入驻的越来越多，土地资源越来越稀缺，项目的价值体现不言而喻。

星联·御象湖南临碧波浩淼的贾鲁河，通途连接城市万千繁华。于碧水秀林的自然胜景和藏风聚气的贵脉宝地中，坐落着典雅、精致的建筑群落，是高端阶层理想的第一居所。项目距CBD核心区、京港澳高速出入口、新郑机场、新东站等皆便捷可达。北侧仅500米之距的郑开大道，城际高铁东西贯通郑州城市和开封古城，更是郑汴融城重要的交通枢纽。通达的交通网络营造出优越的半小时生活圈，提供了便利、舒适的环境。

项目周边大型商圈如新田360广场、杉杉奥特莱斯、丹尼斯百货，再加上社区自身配套四层独立的商业，以及周边的教育、医疗等社会公共资源等，都可以很方便的满足小区业主的品质生活。

在企业内部，王永光对品质的要求异常苛刻；在地产业界，人们对他的产品理念更是津津乐道。

“星联芒果将永远和各位业主在一起。”

在他的主导下，星联芒果集团对十多年前开发的老社区立体世界、双河湾等项目，不惜巨资进行升级改造：消防设施增加、水系提升、外立面整修、电梯门套改为不锈钢制、社区内新建两个凉亭……让新老业主都看铭记于心。

正是如此，当星联·御象湖的案名一经公开，便受到热议与追捧。

星联芒果集团的内部人士表示，有许多客户都在问，“御象湖”与“星联湾”这么近，又有着相同的基因，为什么不把案名继续定为“星联湾6期”呢？

王永光对此的解释是：星联湾代表着过去，而御象湖则代表着未来。新公司，新项目，就要有新的开始，新的超越。

事实上，也正是如此。

作为星联湾的升级版，星联芒果集团13年布局郑东、点睛白沙之力作，以全新形象亮相的星联·御象湖项目，总占地约61亩，总建面约15.8万m²。项目采用高端住宅建设理念，深研新古典主义建筑居住美学，规划为10栋26/27F纯高层住宅及1栋3F商业裙楼。项目南侧规划有小学，东侧规划有中学，北侧规划有30亩的市政公园，配合社区内部景观，打造内外双公园的休闲人居。

在建筑设计上，星联芒果集团深入研究客户居住习惯，历时两年，经过前后反复20余次方案修改，采集样本客户百余组，以人为中心，以生活为出发点，引入了独特“宽”的概念，户型布局设计方正合理，最大程度提高了室内面积的使用率。主力户型有建面约88平米小三房，113-122平米大三房、140平米四房、172平米五房等，全部都是大面宽、多阳台、南北通透的户型。

建面约88平方米的三室两厅，通过科学的户型设计，实现了“三室朝南”的完美空间布局。两个卧室，一个客厅全部朝南，户户南北通透，在区域内是唯一一家，让业主住的更加舒适和“宽敞”。

建面约172平方米的五室两厅两卫，达到了五开间朝南，明厨明卫，大阳台，大飘窗，让业主与家人的生活时刻沐浴在阳光中，最大化的提高居住舒适度，成就广度人生。

星联·御象湖项目户型讲究大开间，舒适性；建筑采用简约、典雅的风格，色彩为暖色调，材质以玻璃、面砖、石材为主，体现现代都市的特色，给人优雅、大方的整体感受，建筑造型生动细腻、气派而稳重，并结合东方元素，表达出人文精神和力量，结合极具现代气质的景观设计营造出社区自身特有的气质内涵。

此外，项目部分为精装修交房，在健康、节能、环保、舒适性和和安全性等方面，更是采用大量、成熟的先进建筑科技，如外墙保温系统、断桥铝双层中空玻璃等，充分保证了建筑质量。

同时，为了更好的服务业主，小区设置安防系统，包括周边防越系统，无死角监控系统，单元可视门禁系统，消防报警系统，闭路监控系统，公司旗下新芒果物业，全心全意为业主提供更好的居住环境。百舸争流，奋楫者先；千帆竟发，勇进者胜。

十三年来，从新芒果地产，到星联集团，再到星联芒果集团，王永光经历了其中无数个风风雨雨。

是坚守还是放弃？是品质还是规模？是生存还是发展？是合纵还是连横？

在当前房地产行业风云变幻的今天，随着调控政策长效机制的加剧，越来越多的中小房企选择退出市场或被并购的情况下，王永光坚守初心，执著前行，完成了本土房企对外来大鳄的完美逆袭，这在当今的市场环境下，与其说是一个行业的奇迹，勿宁说是一位勇立潮头的企业家，面对未来大势的一种信心把控与果敢抉择。

星联·御象湖，作为王永光归来之后，星联芒果集团首个代表之作，更应该值得期待。



▲ 御象湖效果图

一点资讯 NEWS

游568路公交新增星联湾站点

9月下旬，游568路公交新增站点，游568路·星联湾站正式投入使用，该站点的增加改变了郑州市区客户到访星联湾乘车不便的现状，填补了雁鸣路郑开大道与绿博园之间的站点的空缺，让客户到访星联湾的路途更加便利、畅通，同时该站点的增加也惠及到了御象湖项目。



2 星联创科中心完成竣工验收

星联创科中心继消防验收、节能验收、人防验收、规划核实、资料递档案馆等工作后于2018年7月27日在质监站的监督下，建设单位、勘察单位、设计单位、监理单位、总承包单位及各施工单位的共同参与下完成了工程竣工验收。验收完成后，各部门抓紧整理资料，已于2018年8月初提交竣工备案资料至建设环保局，用以出具竣工备案证。

星联·御象湖 | 建面约88—175 m²宽景高层热销中

星联芒果集团郑东又一匠心力作——星联·御象湖，地处金水东路象湖畔，踞象湖政务区—郑东省级政务区，揽30亩市政花园、3000亩象湖、3000亩绿博园等，自然环境优美，清新宜居；近规划中地铁8号线（龙王庙站）、12号线、13号线，享临近白沙新田360广场、杉杉奥特莱斯等大型商圈，满足日常生活所需。建面约88—175m²奢阔空间，所有户型3面宽&4面宽&5面宽，东西朝向，南北通透，最宽75米楼间距，梯户设计以2梯4户为主，三面采光，180°—270°广角视野，尽收郑东繁华之美。

地址：郑东新区金水东路与中山路（原贺庄路）交会处向南300米 电话：5513 6666



星联芒果集团助力教育事业获赠锦旗

2018年9月，郑东新区白沙实验小学校方领导代表一行，将印有“心系教育 情暖万家”的锦旗送到星联（白沙）厨卫城园区，感谢北京星联芒果集团有限公司多年来对当地教育事业的大力支持与人才培养所做的贡献。



5 星联中心喜获《建设工程规划许可证》

近日，星联芒果集团·星联中心项目取得《建设工程规划许可证》，该证是继《建设用地规划许可证》、《不动产权证》之后获得的第三证。



6 集团档案室完成密集架安装

今年7月，为加强档案管理工作规范化、科学化、信息化，全面提升档案管理工作质量，星联芒果集团成立了档案管理小组，修订完善了档案管理制度，确定了专职档案管理员，并设立档案库房1间100余平方米，配备档案密集架10列40组。

目前，集团档案管理工作正朝着规范化、现代化管理的目标迈进，下一步我们将加强档案工作的制度化建设与档案业务建设，大力推进档案信息化进程，全面提高集团档案管理水平，为打造成行业较为先进的标杆档案室而努力。



7 健康岛绿色生态精准扶贫，提升贫困地区可持续发展能力

2018年9月，健康岛公司与河南省安阳市滑县万古镇王庄村就“健康岛帮扶王庄村建设美丽乡村合作协议”在王庄村村民委员会进行签约。

因地制宜，精准扶贫是新时期党和国家扶贫工作的精髓和亮点，建设美丽乡村是精准扶贫的一种实现方式。健康岛总经理助理孟令海先生表示，健康岛作为一家负责任的上市企业，一直以来自觉响应国家和星联芒果集团帮贫、扶贫号召，充分发挥自身生态环境技术研发与建设一体化产业优势，积极投身帮贫、扶贫工作，实现管理、技术和销售帮扶，以期在改善生态环境的同时，为当地百姓谋福。



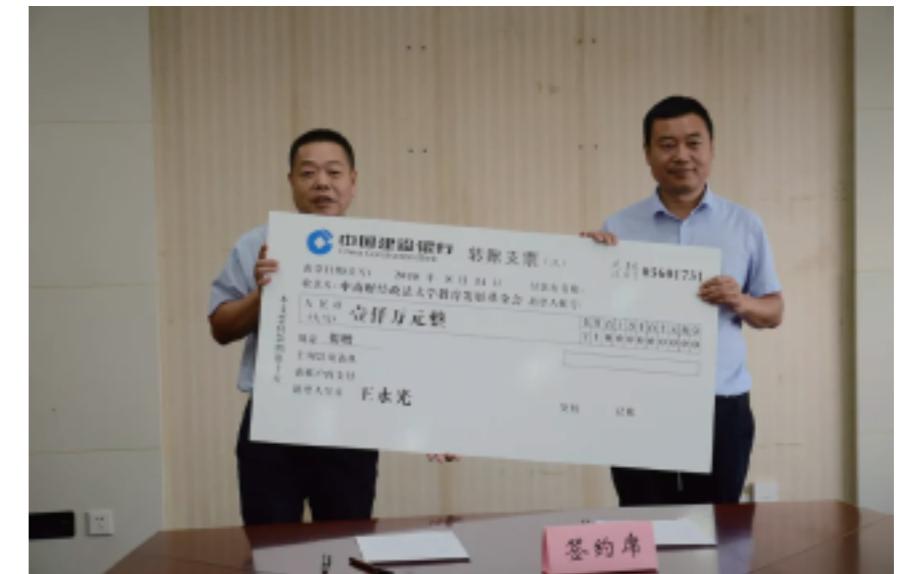
北京星联芒果投资控股公司向中南财经政法大学捐赠1000万元 PUBLIC WELFARE

8月14日上午，北京星联芒果投资控股公司捐赠仪式在中南财经政法大学中原楼举行。杨灿明校长代表母校对王永光校友的光临表示热烈欢迎！向王永光校友长期以来对母校一流学科建设、人才培养工作的支持表示衷心感谢！校方将一定管理好、使用好捐赠，不辜负校友的信任和重托。相信本次捐赠必将为工商管理学科建设和人才培养事业添砖加瓦，母校也期待王永光校友的事业与母校一流学科建设一样，蒸蒸日上、再创辉煌！

董事长王永光感谢母校领导、老师、同窗们对自己的培养和关心。求学期间收获的恩师教诲，创业历程中得到的母校帮助，为自己人生和事业指明了方向，规避了许多弯路和风险。并表示，自己毕业后，与母校互动频繁，做了一些力所能及的事，希望能够助力母校腾飞。他指出，目前集团业务主要涉及房地产、金融、健康产业和环境工程四大板块，希望自己作为一名校友企业家，为母校的一流学科建设多作贡献！

最后双方共同签署了《捐赠协议》，栾永玉理事长向王永光校友授予了《捐赠证书》。

本次北京星联芒果投资控股公司向中南财经政法大学捐赠1000万元人民币，将主要用于支持学校工商管理学院学科建设、人才培养及师资队伍建设等方面。





爱心助学 为梦护航 | 第六届星联奖学金颁奖活动圆满落幕

The Six-year SINOLINK Scholarship Awards event
was successfully concluded

文/市场部

2018年9月4日，滑县一中2018级新生开学典礼暨星联奖学金颁发大会在滑县一中大礼堂举行。今年共有50位学子获得了星联奖学金，到场嘉宾、家长代表及全校师生共千余人参加了此次活动，滑县人民政府副县长赵自勋、滑县教体局局长单守殿，滑县一中校长周太红、副校长冯海涛、星联芒果集团副董事长郝伊凝等出席了颁发仪式。

星联奖学金是由星联芒果集团于2013年发起，奖励对象为一中在校学生及高考优秀学子，到如今第六届，获得该奖励的学子已有300余人。旨在鼓励青少年成为有理想、有文化的祖国栋梁，激励更多学子努力向上、潜心向学、不断超越自我，在今后能以积极的姿态正向回馈社会，做一个对国家和社会有用的人才。

滑县教体局局长单守殿讲话，他指出，自星联芒果集团在滑县一中设立专项奖学金以来，滑县一中高考成绩逐年攀升，今年的升学率更是提高了10%，值得表扬的是今年滑县一中更是有3名学子以优异的成绩进入中国最高学府——清华大学，他希望受助学生珍惜机会、自强自立、勤奋学习，将来回报社会，共创中国梦。

副校长冯海涛宣布获奖学生名单，并感谢星联芒果集团多年来的对公益教育事业的坚持，希望同学们能珍惜自己的学生生涯，用辛勤与汗水开创自己的精彩人生！

滑县一中学生王晨阳代表获奖学生发言，向星联芒果集团表示了真挚的谢意，珍惜来之不易的学习机会，怀抱感恩之心，以优异的成绩回馈社会，做一个对国家对社会有贡献的栋梁之才！

星联芒果集团副董事长郝伊凝女士代表星联芒果集团讲话，她叮嘱全体学子要树立坚强的意志和信心。并对全体学子提出了两点要求：一是要立大志、立长志，二是把感恩之情转化为努力学习的强大动力。她指出，人生因为梦想而高飞，人生因为梦想而伟大，每一个人都有可以实现的梦想。生活在新世纪的你们是中国未来的前行军，是“中国梦”的践行者，每个人都要为实现自己的梦想而努力。最后，她祝愿滑县一中明年高考取得更好的成绩。未来，星联芒果集团还将一如既往地关注与支持滑县一中的优秀学子，用爱心播散阳光、用行动传递温暖。

副县长赵自勋为颁奖仪式作最后总结，他希望各位获奖学生要常怀感恩之心，更要传播善举之美，努力学习，做对国家、对社会有贡献的栋梁之才！

又一届的奖学金活动结束了，我们的公益之行还在继续，星联芒果集团将继续履行“把城市生活变得更美好”的企业使命，以高度的社会责任感延续星联奖学金计划，在企业发展的同时不忘初心，牢记使命，继续在公益助学这条路上一如既往地走下去，助力更多的优秀学子逐梦未来。



星联芒果集团副董事长郝伊凝为优秀学子、
家长代表颁发奖学金

建设环保园区，共享清洁能源

星联（白沙）厨卫城光伏发电项目试运行

Building Environmental Protection

文/张范

近日，星联（白沙）厨卫城光伏发电项目顺利完工，进入试运行阶段。该项目投资约144万元，利用市场西侧、北侧建筑闲置屋顶，安装900余块光伏发电面板，面积2737m²，总装机容量262.2KW。在设计寿命25年内，年均发电量为35.14万kWh，年均等效满负荷小时数约为1263h，按照自发自用、余电上网的设计理念进行建设。



我国是能源消费大国，传统的依赖化石燃料的能源结构造成了很大的环境、经济和社会的负面影响，大力开发光伏发电等可再生能源利用技术是保证我国能源供应和可持续发展的必然选择，**太阳能光发电具有以下独特优势：**

- 1、太阳能是取之不尽的可再生能源，可利用量巨大。太阳每秒钟放射的能量大约是 1.6×10^{23} kW，其中到达地球的能量高达 8×10^{13} kW，相当于 6×10^{10} t 标准煤。太阳的寿命至少尚有40亿年，相对于人类历史来说，太阳能可源源不断供给地球的时间可以说是无限的，这就决定了开发利用太阳能将是人类解决常规能源匮乏、枯竭的最有效途径。
- 2、对环境没有污染。太阳能像风能、潮汐能等洁净能源一样，其开发利用时几乎不产生任何污染，加之其储量的无限性，是人类理想的替代能源。不会产生传统化石燃料(煤、石油和天然气)在使用过程中排出大量的有毒有害物质。
- 3、从资源条件尤其是土地占用来看，生物能、风能、化石能、核能都是较为苛刻的，而太阳能则很灵活和广泛的，不需要占用更多的土地，屋顶、墙面都可成为太阳能光伏发电利用的场所，甚至荒山沙漠都可以建造太阳能光伏发电基地。
- 4、从实用角度看，建筑物屋顶架设光伏太阳能发电面，日照条件好，不易受遮挡，可以充分接收太阳辐射；系统可以紧贴屋顶结构安装，减少风力的不良影响；并且光伏面板可以替代保温隔热层遮挡屋面，降低夏季室内温度。

星联（白沙）厨卫城光伏发电是集团范围内首个投入使用清洁能源项目，实际使用中，将优先使用光伏发电产生的清洁电能，不足部分由外网电力进行补充。一方面可以降低片区电网供电压力，市场不再与周边居民争电，为缓解夏季用电紧张及节能减排作出贡献；另一方面可以有效解决供电量不足对商户经营造成的影响，得到了商户的一致认可，同时也能为市场带来一定收益。

星联芒果集团致力于成为一流的品质开发商和卓越的城市运营商，业务领域涵盖房地产开发运营、产业园区开发经营、金融信息服务、酒店运营管理、物业服务、生态环境工程等板块。星联白沙厨卫城所建设的光伏发电清洁能源项目，对于集团积极响应国家号召，探索新能源发展与城市运营的契合之路是一次有益尝试。未来星联集团将继续运用环保科技及新能源技术与建筑和城市生活的进行完美结合，打造更多精品项目，向成为中原标杆的复合型绿色地产运营商不断努力。



预防职务犯罪，护航企业发展

Prevention of duty crimes

文/市场部

说起职务犯罪，大家一般想到的是国家工作人员的贪污、受贿等犯罪，

殊不知公司企业员工“接受贿赂”也会构成犯罪，只不过因为职务身份不同，其罪名也有所区别。

最高检影视中心牵头制作的《人民的名义》曾掀起全民追剧热潮，在正风反腐捷报频传，监督执纪不断深化的同时，

也再次释放全面从严治党永远在路上，正风肃纪反腐一刻不停歇的强烈信号。



2018年8月22日下午15:00，星联芒果集团邀请省公安厅经侦总队政委王延青，商贸支队支队长范建峰，副支队长龙忠起等到公司举办《公司企业工作人员职务犯罪》知识讲座。集团及下属各单位主管级（含）以上人员，集团财务中心、成本合约中心及下属各单位现场工程师全员参加。

龙副支队长代表经侦总队结合自身的工作经历，通过职务犯罪的概念及类型、职务犯罪的现状及特点、常见高发职务犯罪的发生成因、如何远离职务犯罪等五个方面深入分析企业中常见的职务犯罪行为。同时对企业职务犯罪的概念及犯罪特点进行了讲解，对企业职务犯罪常见罪名，如职务侵占罪、挪用资金罪、非国家工作人员受贿罪、对非国家工作人员行贿罪，通过具体案例，进行了分析。对企业职务犯罪的发生原因，从主观、客观两个方面进行详细分析。



集团行政总监郝伊凝指出，强化员工安全意识教育培训、树立优质企业文化、完善企业内部管理监督机制、提升企业风控能力、已成为集团快速发展时的必要安全保障，星联芒果的每一位员工都要正确行使手中的权利，恪尽职守，无论从事什么岗位，担任什么职务，都要严格遵守公司行为规范，坚决不触碰“六条红线”。



董事长王永光就经侦总队领导们深入浅出的讲解及真实的案例分析给予了高度赞赏。并指出，星联芒果集团经过近几年的不断发展壮大，预防职务犯罪的重要性不言而喻，本次讲座对进一步增强集团员工廉洁自律意识、有效预防职务犯罪，具有深刻的教育警示意义。我们每一位星联人都要从典型案例中吸取教训，举一反三，自觉远离职务犯罪，真正做到廉洁自律、严以用权。



健康岛 · 伯利恒外语幼儿园立体绿化项目： 让亲近自然是孩子们最好的教室

Being close to nature is the best classroom for children

文/陈曼曼

近日，由河南健康岛环境技术股份有限公司（股票简称“健康岛”，股票代码：838076）与郑州市郑东新区伯利恒外语幼儿园达成的健康岛·伯利恒外语幼儿园立体绿化景观项目竣工验收。

该项目是健康岛继维拉米特幼儿园、建业外国语中学等为校园建设健康绿色环境之后，走进校园、深入校园、服务校园的又一新作。



▲ 健康岛 · 伯利恒外语幼儿园立体绿化项目

亲近自然是孩子们最好的教室！对幼儿来说，参与园艺活动，让孩子们通过园艺感受自然、感受万物，通过与植物的玩耍，能够培养孩子的交往能力、责任心、自律能力、增强求知欲、树立人生观、培养爱心，还有助于促进孩子们的身体发育，增强运动协调性、增强认知能力、缓解情绪、集中注意力、增强动手能力和道德感、培养自信心等。



然而，城市化的发展让孩子甚至成年人都患上了严重的“自然缺失症”。为了孩子们的健康成长，我们不仅要依托社会、学校进行有组织、有计划地系统性的知识教育、德育教育、心理素质教育，还应该根据孩子的身心特征，给他们创造一个自我发挥、绿色健康的生活和学习环境。

河南健康岛环境技术股份有限公司是一家专业从事环境技术领域产品研发与生产的创新型企业，长期致力于建筑物墙面（室内、室外）立体绿化等相关技术及产品的研发、设计、施工与服务。在国外建筑绿化日趋成熟，国内建筑绿化前景广阔的背景下，健康岛通过吸收、消化国际先进的立体绿化技术，现已研发出适合中国环境特征的多种立体绿化形式（已取得多项国家专利）。健康岛目前既可栽植小灌木类植物，亦可栽植草本类植物，配合自动灌溉系统，使得后期养护变得更加科学、简便。

郑州市郑东新区伯利恒外语幼儿园在景观基础建设之初，就提前考虑了立体绿化的需要，将该立体绿化项目的设计融入到了景观基础建设设计的总体考量之中。作为校园生态的一部分，一个宜学、绿色、生态的教学环境代表的不仅仅是打造绿色学校的成果，也象征着我们回归自然，重新发现自然和谐之美的努力，让自然环境与该校园所独有的文化气质相渗透，形成了一个具有自身特色的校园植物绿化景观。



▲ 健康岛 · 维拉米特幼儿园立体绿化项目



▲ 健康岛 · 建业外国语中学立体绿化项目

星途万里，始于足下—— 暨星联芒果集团6周年“徒步”活动 6 Anniversary "Walking" event

文/市场部

开疆拓土六周年，俊采星驰策扬鞭

2018年8月31日，下午四点，当清风扫过湖岸，来自星联芒果集团本部、各项目公司、健康岛、星联财富、建筑医院、星联芒果物业、酒店事业部、产业园等各业务版块的400多名同仁准时集结，于郑东新区龙子湖畔，展开了一场别具意义的徒步城市活动。

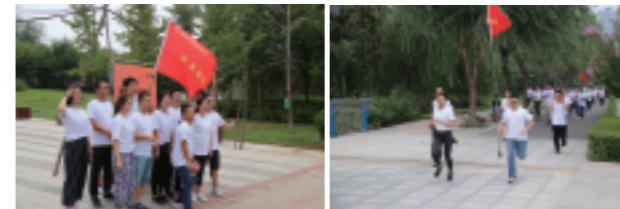
本次活动由星联芒果集团行政中心发起，集团旗下各子公司积极响应并组织，恰逢星联芒果集团6周年，在星联置地与新芒果重逢之际，让每一位员工内心深处，再次升起曾经的那份感动。董事长王永光先生、执行总裁乔宁先生、副董事长兼行政中心总监郝伊凝女士以及各兄弟板块领导等与大家一同身着集团文化T恤，享受运动的快乐。秉承“执着成就梦想”的企业精神，共同庆祝星联芒果集团6周年生日。



16时30分，随着发号哨令响起，徒步活动正式开始。此次活动全程8.5公里，分为14个团队，意在体现各部门的团队合作精神。以星联创科中心为起点和终点，沿龙子湖外环路环形一周。在全程路线中，设6个站点展示集团六年来的发展历程节点，团队成员们每到一个站点进行合影留念，共同回望集团6年的发展历程。

虽说生命的孤独是来去一人，但生活从都不仅只有一个人。有穿越人与人之间距离的魔力，让世间万众一心。星联芒果集团的健儿们便做出了最好的佐证，他们互相扶持，结伴而行，继续向前，努力。一路有你，才有继续前行的勇气，我们一起到达终点才是最美的风景！

“路是一步步走出来的，不停下脚步，不惧怕失败，不向挫折低头，不徘徊于磨砺。”这是董事长王永光先生始终坚守的初心和本真，也是每一个星联芒果人，永恒的信念。诚然，路在脚下，需要我们坚定不移、矢志不渝的走下去，这也印证了本次六周年庆提出的“徒步”行走的意义。



徒步活动虽然行至终点，但星联芒果人始终带着让城市生活更美好的使命继续砥砺前行！因为在每一位星联芒果人的心中，我们始终相信：星途万里，始于足下，成就梦想的是执着的灵魂，人生唯有坚持，才会成就梦想！



“质”造星联湾

Quality Manufacturing SINOLINK BAY

文/刘仁有

践行企业责任，全面提升星联湾社区品质

无论何时，作为一家开发企业，永远都离不开一个话题——“品质”。

尤其当前些日子，国内某知名企业在短短三个月内，连续爆出三处工地的重大安全事故。

一时间，全国范围内的地产企业，无不引以为诫。

事故之余，满城风雨的背后，却又真实的暴露出市场购房者新一轮对开发企业的集体性信心流失。

作为房地产开发企业，当最基本的房屋安全质量问题，都无法得以保障时，何谈品质？

这是一个艰深的问题。无法回避，必须面对。

所以作为星联芒果集团倾力打造的高端品质住宅项目——星联湾全体项目成员，认真学习研究关于王董事长《讲话》中，所谈及的“全面提升品质”这一未来公司发展的战略目标和企业愿景，并身体力行，从以下三个方面进行品质提升的切实动作：

第一，全面严控工程质量，坚决杜绝“质量不达标工程”出现

质量永远都是第一位的。首先先从工程口出发，完成了对“设计、施工、监理”三个指向明确的业务合作方，其工作职能与重要性的重新认知。重点包括对总包单位的能力考察，对施工劳务班组的施工水平考核，对施工用材的国家质量标准把关，并设置“两步法”监理体系（第一步是监理公司日常监理，第二步是项目部随时抽查监管）。

其次，制定出更加合理的工期时间要求。最大化避免因工期的时间配比不均，而导致后期抢工、赶工之下，有可能出现的质量问题。

再次，在工程付款环节，为保证工程进度，整体把控付款，考虑采用“多次付款，少付金额”的形式，尽可能避免施工单位因款项问题，而导致的减人、停工等延误工期的情况。

最后，工程部制定了详细的学习计划，以月为单位，前往万科、永威、康桥等知名品牌开发商的施工现场进行学习。

第二，全面提升接待水平，加强对业主维护。

作为高端品质项目，必然需要一个高规格营销中心。换位思考，当我们作为普通购房者，去一个售楼部进行了解时，会希望得到怎样的讲解和服务呢？我们设身处地为客户着想，也进行了一系列的改善。

首先，制定了详细的接待标准，从客户停车直到走进售楼部，都需要按严格接待标准执行，并严格考核。比如，礼宾人员要在客户停车时，给予指导帮助，并完成拉车门，撑阳伞／雨伞等动作；比如，当客户落座后，水吧人员的第一时间服务等。

同时，严格考核置业顾问说辞，要求置业顾问能够准确、详细解答客户提出的关于项目的任何问题；定期进行知识培训，提高置业顾问知识水平；我们只为了给客户提供更高品质的服务。



此外，对于营销部，品质提升最重要的一个环节，则是老业主的持续维系，由此，营销部确立了“重点拜访、节日礼包、业主团建”等三大方面的提升措施：

1、重点拜访——对于项目业主，由置业顾问整理出业主内的明星客户，定期安排置业顾问携礼品登门拜访，并和老业主进行生活沟通，充分了解业主们对星联湾项目的意见和建议，拜访后营销部统一开会研究业主所提问题，并积极协调相关部门落实解决，真正做到令老业主舒心、满意；



2、节日礼包——在国家节假日，从业主生活和需求出发，采购品质礼品，邀约业主前来领取，而对于无法前来营销中心的老业主，营销部则采取登门拜访的形式，将礼品送到业主手中；



3、业主团建——在星联湾的业主团建中，主要分为两个方向进行，其一是业主私宴，定期组织部分老业主参加私宴，通过私宴的形式加强与业主的联系，认真了解客户需求、项目问题，做到“当局者不迷”；其二是外出团建，分批次组织集团所开发项目的老业主外出参加包括“摘草莓”等活动，并在采摘过程中，为“小业主”全程摄影，拍全家福留念等。



第三，星联湾的品质提升，离不开物业的精细化提升。

所以在星联湾，物业人员组成了“零打扰夜间巡更队”，有了“花卉草木管理员”、“大堂、楼梯间保洁巡察使”等多个称谓；我们为业主提供管家式服务，能够做到定期为业主上门打扫室内卫生；当别墅业主因为工作繁忙，而疏于收拾庭院时，主动业主打理庭院，甚至种植果蔬，等到成熟时，通知业主采摘；



在星联湾，一年四季都会有不同的花卉盛开，因为我们增加了花卉种植量和种类，并及时更新；为了让业主视线所及的地方都能够成为回家的风景，我们将灯杆也进行了立体美化；

为了提升品质，物业人员做到“贴心、细心、暖心”……

对于每一个星联湾人来说，这不仅仅是一个项目，不仅仅是一份工作，更多的，是骨子里对项目的热爱。把星联湾，当作自己的孩子去呵护，因为我们期望，星联湾，成为星联芒果集团，成为郑州地产圈内外，一处永恒的高品质旗帜！

星联·御象湖是星联芒果集团雅筑郑东的匠心之作，承袭新古典美学典范，半围合私密规划，3至5面宽户型设计，盛放当代城市新贵的“宽”居生活理想。



情归一处 “宽”待生活

LOVE IS A “WIDE” TO LIVE

文/周小美

生活的理想，是为了理想的生活，但曾几何时，我们忘了为何而追寻？

快节奏的生活、不停歇的工作、亚健康的身体……我们身陷现实的囹圄，却越发渴望生活的“宽”待，也越来越懂得，生活不仅有时间的长度，还应该有宽度。宽的不只是尺度，更是人生的态度。进能享受世间的繁华，退能回归生活的平静，这就是“宽”生活真意。



惬意湖居 宽享生态大境

难得的周末清闲，是待在家里翻阅报纸，度过昏昏沉沉的一天，还是在公园里，在自然的怀抱里，与家人来一场愉快的卡路里消耗赛？周末闲暇，漫步于临近的30亩市政公园，让困倦慢慢褪去；亦或约上三五好友一起，畅享天然氧吧，甚是惬意。或者在清风徐来，水波不兴的3000亩象湖，支一吊床，让时光在无所事事中“虚度”，看鸟儿轻点湖面，激起层层回环波澜。亦或在3000亩的绿博园，欣赏满眼翠绿，呼吸清新的空气，嗅着阵阵清香，烦恼烟消云散。这不正是生活需要的自在吗？

迅达交通 宽享进阶之路

在区域金融区风云际会，劳累一天之后，只想心无旁骛的回归家中，尽享其乐融融的温情时刻，无奈面前还有躲不掉的晚高峰，这最后一站强打起精神，归家的愉悦却打了折扣。又或者约了老友见面，思念情切，却被交通阻了脚步。

不过在星联·御象湖向来不用担心，因为金水东路、绿博大道、东三环、郑开轻轨，以及规划中的地铁8号线/12号线/13号线等四维交通，即使是早晚高峰，也依然能来去如风。无论是家族聚会，还是好友相聚，亦或重温久违的二人世界，这里的四维交通以及丰盈的生活配套，都能够一一满足。



居者有别 宽享奢阔尺度

回归到最开始的“住”，御象湖理解你，对生活舒适度的偏执，以及对阳光与清风的向往。星联·御象湖所有户型均采用3面宽&4面宽&5面宽，户户南北通透，让每一间房都能容纳光影的艺术。更能容纳太太的空中花园，父母的蔬菜有机“农场”，以及孩子的种植乐趣。建面约88—175m²宽景高层，梯户设计2梯4户、连廊设计、最宽75米楼间距，星联·御象湖准备好了每日迎接清晨的每一束光瀑，你准备好迎接阳光了吗？

人生的境界越高，对生活的追求越多，而家作为生活的载体，始终承载着我们对于更好生活的想象。更大，更宽，不仅仅是为了匹配财富与地位的高度，更是我们对于房子尺度的追求，对于生活从容的享受，给家人更多的关爱，容纳更多欢笑。星联·御象湖，以宽景高层，定义美好生活。



星联·御象湖位居郑东新区金水东路与中山路（原贺庄路）交会处向南300米，占地面积约41333m²，建筑面积约156000m²，小区容积率3，绿化率40%，共规划10栋高层，户型为建面约88—175m²三房、四房、五房，满足全生命周期居住需求，敬献中原新贵阶层。品鉴热线：5513 6666

郑东新区再添新学校

第47中高中部东校区奠基落地

47th mid-High East Campus Foundation ground

文/朱莹

十月，碧空如洗，凉爽舒适。

2018年10月16日，

郑州市第四十七中学高中部东校区奠基为星联湾教育配套又添上了浓重的一笔。



优质教育资源落户郑东新区

郑东新区管委会陈副主任说：“郑东新区区委和政府将在工程建设提供支持，把四十七中东校区建设成为高标准、超一流的优质工程、样板工程。”

郑州47中高中部东校区建设是市委、市政府为民办实事的重大民生工程，更是学校发展史上具有里程碑意义的一件大事。它将进一步提升学校形象，提高学校品位，更好地发挥郑州47中作为省级示范性高中的效应，为成为中原名校发挥了重要的作用，为郑州教育出彩作出更大的贡献！

规模最大的公立完全中学

47中校长说：“我们力争将东校区打造成一所国际型、生态型与智能型兼具的绿色校园。”

郑州47中教育集团现辖四个校区，分别是高中部、思齐中学、初中部、思贤中学，是郑州市规模最大的公立完全中学。郑州47中高中部东校区位于郑东新区白沙贵胄，咫尺星联湾，总建筑面积72522平方米。



郑州47中高中部东校区位于郑东新区白沙组团规划区内，雁鸣路东、紫苑路南、豫兴大道北、贺庄西路区域。学校建筑规模60个全寄宿教学班，将容纳在校生3000余人。郑州高中阶段学校建设活动启动，作为郑东新区CBD一侧的教育界明珠，将进一步优化区域内优质教育资源布局，有力推动普通高中教育高质量发展，也将为郑州建设国家中心城市提供智力支撑和人才保障。

星联筑家，育人为先

名校与城市的融合发展、教育与经济的相互促进、人才与产业的共同提升，都将促进着整个郑东新区区域甚至是郑州的发展，为将区域建设成面向郑州枢纽门户作出更大的贡献。

郑州47中高中部东校区的建设，以先于城市发展的眼光，于郑东新区内规划建立，用强大师资力量作为教育支撑，服务星联湾业主，为业主们开启一种全新的人文居住生活！

人文生活，由贾鲁河边的院子开启

郑东新区，从规划到15年上合会议召开已成为河南的形象代表。白沙组团是继郑东CBD之后政府着力打造的又一新区，西起京港澳高速，东至万三公路，北起黄河，南至陇海铁路，是东出郑州第一站。

在行政力量的驱动下，各级各类教育资源逐一倾斜于此。2018年，象湖白沙组团计划开建23所中小学，作为备受关注的河南省实验中学白沙校区也已经做出规划批示。郑东新区龙华小学现已开始全面招生，星联湾业主子女隶属龙华小学招生范围。2017人居生态奖——郑州新区龙华中学也与星联湾咫尺之隔。星联湾幼儿园，建筑面积2800余平方米，规划设置11个班级，为星联湾一站式教育资源助力。

星联湾傲居郑东白沙象湖区域，千年贾鲁河畔，共享郑东新区优质教育资源，助力孩子成才成人，为孩子的美好未来加油，提供更优质的教育配套。



浅谈物业服务中的品质文化建设

On the construction of quality culture in property service

文/何明



每当跟别人说起物业服务品质，别人都会问：“物业又没有产品，品质管理做什么？”起初我还理直气壮的回答：“物业管理的产品是无形产品—服务，品质管理就是通过规范人的行为，达到高标准的服务。”如今发现这种答案已经不能说服自己，又怎么能说服别人，于是心中不禁疑惑并开始反问自己：“物业的品质管理究竟该做什么？”自从踏入物业管理行业以来，便在这片土地上翻腾，翻腾了这么多年，终发现品质管理是仁者见仁、智者见智，在每个企业因为最高管理者意识的不同，企业的品质管理也有着天壤之别，这不仅仅表现在物业服务的水平上，也表现在企业经营者和员工对品质管理的认知程度及行为举止上，这种表现就是一种品质文化，这种品质文化不是凭空就有的，它也需要一个建设的过程，需要企业自上而下共同的努力，需要品质管理者结合企业实际悉心的培养和建设这种品质文化。

一、品质文化的传承

(一) 品质管理的工作职责：

绝大部分人对品质管理的职责理解为：1、建设品质管理保障体系；2、建立品质管理监督检查体系并实施。但是如果品质管理职能只有这两个往往可能会出现以下两种情况：1、体系执行不佳，但是企业经营状况还不错，比如收缴率挺高，客户满意度也挺高，貌似跟品质管理也没有多大关系；2、检查的工作量越来越大，检查逐渐流于形式，品质管理沦陷为企业管理的傀儡。其实物业管理发展到现在，如果想真正做好品质管理，品质管理的职能已经不能只限于这两个，品质管理在某种程度上承担的责任远远超出人们的想像，比如品质管理价值观和品质文化的建设，这项工作建设的难度和意义远远超出文件体系和检查体系的建设。在同行中经常会听到一些人说公司如何如何不重视品质，其实正是缺少了最为重要的一环：品质文化的建设，因为品质管理者做得事情没有人懂，至少是不专业，所以品质管理者必须通过品质文化的建设让别人懂得并知道品质管理的价值。作为高层领导者很多人的脑袋都是逆向思维的，品质管理对经营带来了多少好处，连品质管理者自己都不一定能说清楚，更不要说那些经营者了。

(二) 为何要建立品质文化：

在众多物业管理企业中，企业对经营部门所有的考核指标中，收缴率、成本是永恒的话题，品质管理甚至都没有列入考核范围，因此无法让人对品质管理有感觉。还有品质管理者所学的或已经用到的统计知识，大家也是云里雾里。所以得出结论：

第一、大部分人对品质没有概念；

第二、品质管理者没有将品质的影响告诉大家。所以企业就天天喊口号：抓好品质，抓好管理。为什么要喊，因为还没有做到，就像“吸烟有害健康”是因为天底下还有很多人抽烟一样。所以品质管理者要将品质的内容告诉大家，需要影响大家，同时需要将品质语言翻译成大家能懂的话语，让大家一看就明白。所以品质管理者除了品质基础建设，还要建立品质文化。

二、如何建立品质文化：

谈到文化，需要公司的同仁对于某种做法达成固定的认识（文化的培养是讲究层次的，对于公司领导和普通员工对文化的传承应体现于不同的内容，所以这里讲固定的认识而不是统一的认识），并得到传承。品质管理者要在一家企业体现价值需要自己、特别是品质管理部门的负责人自己建立本公司的品质文化。

在ISO900族体系，包括其他的项目管理，质量变革督导师的理论中反复强调领导层在品质管理中的作用，所以品质部门责任者在建立品质文化的最大课题就是和公司领导或总经理达成共识，强调品质管理作为监督机能的作用，让公司领导明白：哪怕他认为该品质问题并不重要，他也必须在公众面前表现出对该品质问题的重视，同时需要对其中的主要问题进行亲自跟踪。让企业里的员工明白品质管理者的日常监督工作是代理公司领导进行的。让其他部门在做事的时候必要时也要踩刹车，过人行横道时也要注意是否有行人通过。在清朝，爱新觉罗氏有一条祖训：不管将来谁做皇帝，永不斩言官。既是言官（通常情况下指御史）不管犯什么错，顶多坐牢，决不可杀言官的头（中国古代的皇帝最怕的就是有人造反，但是言官的职能决定他们无法造反，所以他们敢说这个大话）。这就向世人表态，言官你有什么问题尽管说，不要怕得罪人，只有你们的头上有关免死金牌。大胆进言，那请问那些其他的大大小小的官员怕不怕言官？怕，怕的后果是什么：不敢轻易涉险，虚心做人，小心做事，再结果就是不管大家愿不愿意都向着同一方向而努力。再看看企业里品质管理者，由于有一些品质部门的负责人没有认识到这一点，导致的结果：公司领导恨不得天天在喊：品质是企业的生命，在内部对品质部门发现的问题不够重视，在金融危机到来的时候，品质部门被裁员最多（貌似不产生价值），最后在有奖金的时候品质部门最少。

诚然，要公司决策层领导支持以上的理论，品质管理者必须通过实体的数据来向领导表明。因为企业的经营是创造利润，不向国家管理那样很强调政治。所以实体的检查和研究是前提，举例说明：品质部门提议需要对仓库采取防静电措施，这是需要资金投入的。要说服公司同意品质管理者必须有一手的数据，表明防静电做不好的危害性。光描述不合格是什么可能还不够，因为公司领导可能没有概念。要把它换算成损失的金额。对于费用的加减乘除就一目了然了。所以品质管理实体的监督非常必须，而且还必须有充分的实体技术和经验，充分的统计作支撑。

另外，除了要公司领导支持这些理论，还得让全体员工认同这样的理论，因为品质文化建设是全员参与的过程，不是某个人的事情，没有全体员工的认同与支持，品质只能是口号，因为真正能提升品质的不是公司领导，也不是品质管理部，而是全体员工，尤其是基层员工工作的具体体现。所以品质管理部的责任就是不间断的宣传这些理论，加强教育和培训，使员工认同并支持这样的文化，虽然这需要一个过程，但是任何一种文化的形成都不是一朝一夕的事情。因此，只有企业自上而下、持续不断的宣传贯彻和不断地培训，品质文化才能真正融入企业文化，才能为提升服务品质保驾护航。

综上所述，建立品质文化的步骤：

- ①向公司领导申请免死金牌—检查他人的工作存在的问题，是件棘手的工作，或者说是件讨人厌的工作；
- ②强化监督检查，学习物业服务的相关原理，更多发现物业服务过程中存在的问题；
- ③根据②的结果在其他部门的帮助下寻求对策，从体系和现场服务中强调改善的必要性；
- ④经过一段时间的监督和改善，对各项内容进行总结，并综合以上理论影响公司领导，协助建立品质文化；
- ⑤通过一些总结性的项目，让公司领导对品质文化的理解变成实际；
- ⑥宣传教育和培训，通过不间断的宣传教育和培训，让员工认同这种文化，并把这种文化变成工作行为，从而养成一种良好的习惯。

总之，做品质不难，做好品质才难，品质管理不能只作为工具使用，还必须作为一种文化来建设，让企业所有经营者都认识到品质管理的价值，把品质管理工作做到实处，做到所有人都心服口服。

关于老马

文/马俊芳

离中秋节还有一周的时间，晚上老马来电问这个节日是不是要放假，问我有没有时间回家。记不得这是最近他第几次问了，挂了电话心里五味杂陈。

最近老马总是来电的很频繁，让我惊喜的同时也有点不适应。朋友说印象中我和家人很疏离，平时不联系，只有过节才会浅浅问好那种。可能我骨子里有着和母亲一样对谁都从不太主动的淡漠，老马也忙于奔波生活，彼此之间也基本没什么沟通交流，说起来我也算蛮不孝的。关于亲情表达我们之间总是淡淡的，客气的：老马每次微信给我开头总是“你好”，帮他做点小事他也会很客气的说谢谢，出远门会发消息给我说“没事的话常联系吧”，我想当时他淡淡的语气中一定也透露着希望我可以主动常联系的渴盼。我们明明浓的化不开却硬把彼此归属为更像是只知道对方姓名的陌生人，偶尔淡漠的互道珍重。不似别的家庭频繁的联系，体贴的嘘寒关切的问暖。

前阵子大风天，老马来电：也没啥事，今天风大，你这阵子胃不好注意保暖，照顾好自己，我最近心里慌总觉得是你受了委屈不开心。不然你回来吧我还可以继续养你....一系列交代完，就要挂电话。兴许是那天风大糊了眼，眼泪打转的那一瞬间我意识到他开始需要我了。他不再是那个无论当初我年纪多小，离家多远，就算是大风暴雨也不会去接送只说是为培养我吃苦耐劳的冷漠汉了；也不再是那个一直对我严格苛刻稍做不好就要厉声呵斥的暴躁男。当这种意识像藤蔓一般隔着电话滋长开来蔓延全身，那种带给我的血脉相连的触感，比起小时候课本上书写的那种非要肉眼亲见岁月爬上发梢，年轮压过额头，鱼尾纹顽劣的撒欢在眼角才能体会到年岁已逝给父母带来的辛酸不易更残酷无情。

他对我越来越依赖了！是的，他身边需要一个孩子来作为心灵的慰藉。哪怕我只是偶尔回家，吃他做的一顿饭，他也会觉得满足了长久的渴盼。兴许是上了年纪的原因，就连他说话的语气都变得异常柔和起来。他变得体贴，温柔，更有耐心，更愿意不断的向我表达想念。不似他年轻的模样：贪玩、忙碌、暴躁、冷漠、没耐心以及棍棒之下出孝子。

朋友说对老马的印象永远是孩子气，有拼劲，总是活力十足，是从没在别的父亲身上看到的样子。我总笑骂不够沉稳可以随时出去干群架的样子原来也可以被理解成这样。之于他我之前总是有种种不满：关于他的贪玩、关于他的严厉、关于他不分青红皂白地责骂，关于他总是不在家，关于他的抡棒就打，关于他对别人热情对自家冷漠，关于他的暴脾气，关于他的等等等等... 你看，“斑斑劣迹”随手拈来，其实又何尝不是对他的一种苛责。

感恩有你



大学的时候因为和他赌气，未拿家里分毫，当交完最后一期的学费时，我满是自豪地说你看吧，我有骨气着呢！养得活自己！电话那头长久的沉默，他说为我骄傲，我却感受到了他其实并没有多开心。是的，是我用我的偏执与固执将他的满腔热血翻腾的支离破碎。现在回望，若将他当时的背影置身于黑白胶片中也一定像极了卓别林的哑剧弥漫着讽刺、静默与孤独。

如今那个信誓旦旦说再也不要理他再也不要喊他爸爸的小女孩也到了要嫁人的光景，关乎于我的成长，老马说以前也没什么参与，所以现在才会如此热心。他说他怕我沉闷，怕我受委屈照顾不好自己，怕我变得冷漠，这不是他却又像极了我童年的印象里他：他会在母亲责骂我的时候为了护我和母亲吵架；在被我哥为难我的时候他不论对错对我哥粗暴地动手就打；会在看见我落泪又问不出原因的时候急声呵斥，也会随后道歉说因为太急只是看不得我哭；当时不懂，只觉得他脾气太过粗暴，蛮横且不讲理，如今想起来，他只是希望给我更好的，却不懂该怎样才算对我好，所以硬汉般的柔情有时候可能就是能动手的他也绝对不吵吵。

现在的老马真的变了，现在他更多的是温柔，对身边的人温柔。他开始学做各式各样的菜，只为我每次回家都能吃到不同的美味，尽管他的厨艺已经非常棒了。他也会背着我张罗各式的相亲对象，都在被我冷漠打回之后赌气说再也不管我，但还是会有意无意和我谈心，说爸只是怕你照顾不好自己。

小时候身体差，他宽宽的背上是世界上最安稳的床装满了心安；他的一双大手像个百宝袋，小小的手被他塞满私房钱；他会默默记下我随口说想吃的东西悄悄的买给我；也会异常热情的招待我所有的朋友，总说来了便是家；喝多了就视频飙着半普半洋的普通话逗我开心；我哥送他的茅台也会转头问我你爱喝这些都给你够么？你看啊，有时候他的爱就是这样，不节制且没有分寸。

反观自己，之于他们又自觉太过内疚自责，岁月总归是折磨人的东西。磨砺了心性，我却依然没变成他们和我期望的模样。尽管他们从不在我身上加之任何期待，任凭我自由生长。但我却依然脆弱、妄自菲薄。我对老马说我觉得我更像海藻，漂浮着，总是随波。老马说逐流这回事就跟随缘差不多，管他呢！

逆风翻盘，向阳而生

文/张秋硕



2018年盛夏，新生代女团养成节目《创造101》让这个夏天变得更加火热，打招呼的方式已经从“吃了吗”变为“今天你要pick谁”，肤白貌美能歌善舞的小姐姐们吸走了众多流量，而在清一色纤细白嫩的小姑娘们中间突兀地冲出了一匹黑马——王菊。或许你没有每集不落地追着《创造101》pick你心仪的小姐姐，但你也能够在网络上从各种渠道看到腾空出世的“菊外人”。一个体态微胖，皮肤黝黑，看起来与大众审美中青春美少女的偶像人设格格不入的女生，是如何在一档偶像选拔节目中脱颖而出，成功吸收百万粉丝的呢？就像王菊自己说的：“有人说我的样子不适合做女团，可女团的标准是什么？在这里标准和包袱都已经被我吃掉了。”

最开始我对王菊的出现也是拒绝的，从外形来说她完全不符合我对偶像的要求，降低了女团的品质，但在看过她的舞台表演后，我觉得她好像就是为舞台而生，她重新定义了女团的标准，女团的品质，她真的实现了逆翻盘，向阳而生。

我们往往会说前车之鉴，后事之师，也习惯了用以往的标准来定义现在和未来的态度，然而斗转星移，旧时的品质之作是否还能满足现今的需求呢？显然，答案是否定的。身处飞速前进的时代，我们对品质的要求也应该是不断变化的，而要想持续地保持自身的高品质，最重要的就是化被动为主动，用自己来定义新的品质。

身为一名初出茅庐的工作小白，我在刚接手工作时，战战兢兢，生怕一不小心出了错，毕竟是在团队工作中，耽误了大家的工作就实属罪过。我每天严格按照前辈教给我的工作模式，每项工作由陌生到熟悉，稳扎稳打地打造自身工作品质，希望能够尽快成长为一名靠谱的伙伴，希望同事领导在将工作交给我时是可以放心的。此刻的我，工作起来好像是有固定的流程，每天的工作要求就是在不出错的前提下尽可能快地完成领导交代的各项任务。如果在《创造101》中，我大概就是那些每天认真听从老师指导，刻苦训练的“传统偶像”。此时工作品质的提升全靠一个字——“稳”。稳重地工作，稳定地熟练，稳妥地进步。新手阶段的品质提升，就是被动地接受教导，逐步地提高能力。

对于出纳工作来说，每个月是一个循环，所以在一个月的锻炼之后，我对于工作逐渐开始得心应手，新的一年我不再完全依靠前辈们的提醒，不再被动地等待会计的召唤，我逐渐清晰了自己每天的工作，有时候甚至在领导安排工作之前便能够主动地开展工作。从心理上来说，此时的工作状态从完全被动逐步走向主动，在完成工作的同时开始更多的思考，如何更好地完成任务，不再机械地套用以前的工作方式。《创造101》中，我大概可以算进阶到拥有自己个性，用自身定义偶像新人的段位。此时工作品质的提升核心一个字——“变”，创新的思维，灵活的模式，创造的标准。高手阶段的品质提升，需要主动地除旧迎新，相信自己就是品质二字的代言。

工作品质的提升需要化被动为主动，一个企业品质的提升也是如此。我们都相信“品牌”的力量，只要是自己认准的品牌，推出的产品我们都能够信任地接受，而这件事从企业的角度来看，是因为“品牌”企业自己就是品质的定义者，他们的产品是什么样子，品质就是什么样子。一个曲别针，一个毛线团，普通廉价的产品，冠上蒂芙尼的牌子，摇身一变成为价值数千元数万元的奢侈品，抛开这件商品定价诡异不谈，单说蒂芙尼这家企业，它就身处品质提升的高手阶段，它的产品就是品质的代言，无论这件产品多么匪夷所思，就是能有顾客为它买单。做企业能够做到不被市场引导，而是用自己的产品去定义市场，大概就是品质提升的终极段位了。《创造101》落幕，王菊最终没能出道，看起来在这场比赛中好像昙花一现，但是她开创了自己的工作室，代言综艺杂志资源统统到手，她用自身定义了新一代女团的标准，成就了演艺圈无可复制的“王菊”品质，没有被动地适应传统女团该有的标准，主动创造了偶像新起点。逆风翻盘才是真正的品质提升。

化被动为主动，在这场品质提升之战中，你想pick谁？

守护家园

一致物业全体秩序维护人员

文/李梦颖

栉风沐雨担重任
寒来暑往守家园
骄阳灼热不能蔽
暴雨盛夏常倾盆
千辛未闻苦与累
平凡岗位默耕耘
不要人夸好榜样
只留正气广厦间



水母之歌

文/齐铱贝

亿万年的沧桑，
不曾改变它的极致容颜。
一如少女飘逸的发，
又如舞女灵动的裙；
袅娜着大海的斑斓。

晶莹剔透的身躯，
随着水流四处聘婷。
伸缩、吐纳，缓慢游历。
毒液化作情愫蔓延，
顷刻间，化为利刃，
只可远观不可亵玩。



忽而飘然若仙，
忽而纱伞轻旋，
忽而纯美圣洁，
忽而果敢狠绝。

摇曳着柔软的身躯，
执着着永恒的梦想！

【注释】
地球上亿年前曾经出现的生物，目前已经灭绝的可能高达99%。
水母是源自于6.5亿年前的古老生物，历经生存演变存活至今。

水母，历经沧海桑田变迁，依然处变不惊，恰如星联芒果集团沉稳应对波折和困难的坚韧特征。

水母，游动过程中一张一弛，游刃有余，更是与星联芒果集团在商海沉浮中高瞻远瞩，进退有度的气质相契合。

水母，以顽强的生命力在黑暗无声的大海中游弋，刚柔并济，在危难时刻果敢决断，星联芒果集团也是凭借着坚忍不拔的意志一路披荆斩棘，向着梦想不断前进！

浅 秋

文/李枫霞

时间像一条小河，
悄悄地淌入夏末，
蝉不再是天空的舞者，
谁在偷偷地为大自然着装？
树叶硕果……

浅浅秋色点缀四方，
清晨薄雾为湖面蒙上一层神秘的面纱，
仿佛一位娇羞的江南女子。
高大的法桐，
尚未褪去团团的翠绿，
河畔的金柳，
随凉风拂过脸颊。
湖水在烟波中荡起层层涟漪，
鹅卵石旁似乎能看到，
有一座伟岸建筑的倒影，
它就是星联芒果集团大厦。
在水草的摇曳中，
显得更加优雅、庄严，
令人神往不已。



我很荣幸，
是这个大家庭中一颗小星星，
兄弟姐妹，
心心相印，
星星相连。
在秋这个收获的时节，
红枫亦为星联喝彩，
随风唱出美妙的歌谣。
丝雨也不会含羞，
在晶莹的光泽中，
折射出浅秋的风景，
如诗如画。
天微凉夜渐长，
忆难忘。

仲夏别语

文/刘四元

精彩四季独不忍仲夏，
万物焦炙
放目千里一望
高楼万幢之下
竟无一人独往

山林村野坝堤之上
不耐寂寞的鸣蝉
急促育木成林
汹涌碧青的血液在四肢狂突
直到枝叶伸进蓝天触到云端

一夏生成来年志
从此风霜雨雪是路人
走过一季丰收
印刻一圈年轮
未及细语却已去离

翻越斑驳的城墙
拍打浩瀚的海浪
逗留在连绵环绕的青山
也贪恋繁花似锦的美艳
愿像自由的风
游历世界各地
访遍万水千山

文/张梦梦

风在旅行

