

绿地集团：进驻中原 三年为先



老街·新天地实景

老街·绿地郑东新苑实现当年开工、当年开盘、当年销售，如今正在热销的三期，是“一房难求”；世纪峰会成为郑东新区第一个售罄的外环写字楼项目，目前建成并开始入住，2005年荣获建设部授予的“中国最佳精品写字楼”称号；峰会天下项目推出短短几个月，销售也已经完成了50%……

目前，绿地广场·郑州会展宾馆正在打桩施工，这座建成后达280米高的建筑，将成为河南的新地标。

绿地集团即将迎来成立15周年庆典，其实，15年对于一个有目标的企业只是一个起点，对于来到郑州的绿地，3年更是一个起点。

三年回眸 多案并举力创中原新高度

“那时，周围还是菜地，车都很难开进来，而很多公司都插道旗来做以指示。”老街项目负责人回忆项目初开工时新区的状况。这里仿佛一个遥远又临近的过去，如今绿地老街门前的九如路上，车人往来，从他们优雅的步伐中可以感受新区发展的力量，也认识到房地产对城市建设所起的助推力。

2004年5月，上海绿地进入郑州，在距今的三年时间里，它载

入郑州房地产发展史的亮点可谓夺目。2004年6月，上海绿地郑州事业部刚组建，就同时启动老街和峰会两朵齐葩。

当郑东老街全新演绎海派生活的时候，越来越多的中原人开始反省自己的生活方式和生活理念。现在，老街一期、二期完美建成，全部售罄，现已全面入住。老街三期现正在热销中，经常出现“一房难求”的局面，目前建设、销售都已过半，老街四期也已

经全面开工建设。

世纪峰会项目是高层写字楼，CBD外环有30栋业态相近的项目，业界对其发展前景都持一定的观望态度，许多开发商边建边停，真正在运作的只有几家，绿地集团郑州事业部却敢为天下先，抓紧世纪峰会的工程建设，抢做“领头羊”。不到一年，该项目就销售完毕。

据了解，世纪峰会的姊妹楼峰会天下在几个月时间内，销售

已经完成了50%。而与此同时，上海绿地郑州事业部再一次挑战中原新高度，规划280米高的绿地广场·郑州会展宾馆也已开始打桩。这个集商业、办公、酒店、观光旅游等多功能为一体的城市大型综合体又被业界誉为“中原第一高楼”和“郑州城市名片”。

三年时间，绿地集团以其“随风潜入夜，润物细无声”的优雅方式，给中原人完成了一场关于生活的思想演义。

智慧行事 团队意识下的能量聚合

智慧到来时，荆棘也会变通途。有人说绿地在郑州创业的过程，也是开动脑筋、运用智慧征服困境的过程。

“2004年，开发老街项目时，郑州事业部就为自己制订了‘当年开工、当年销售、当年资金回笼’的目标，但由于人员少、时间紧，以及当时

郑州进行房地产开发所必须的信息收集、资源建立还刚刚起步等原因，真是困难重重。”绿地郑州事业部负责人表示，“然而我们全体员工群策群力解决问题，在半年时间内实现了既定目标，将不可能变为可能。”在这位负责人看来，绿地之所以能在短

时间让郑州同行刮目，是因为公司的团队精神和员工的智慧行动

运用智慧是一种策略，更是一种习惯，世纪峰会施工时，业界对CBD外环写字楼并不看好，很多项目时建时停，绿地的认识到：现在不做以后也要做，别人不做我

们做就是机遇，结果不到一年的时间就将该项目销售完毕，遥遥领先其他房地产企业开发建设的项目。

如今绿地郑州事业部提出了年销售10亿元的目标，这比去年的目标翻了一番，智慧做事，使上海绿地扎根郑州，且收获郑州。

超越思想 竞争意识下的动作先行

高手过招，切忌心浮气躁。房地产行业发展已久，但是真正混出名堂，成为大家者并不多。随着中部崛起战略的实施，郑东新区掀起开发热潮，外地开发商不断进入郑州，加速了郑州房地产行业的竞争态势，房地产企业、项目之间更是短兵相接，不亦乐乎。

“在这样的现状下，我们只认准自己要做的事业，思想、精力全部集中于项目建设中。”绿地郑州事业部负责人坦言。绿地项目快速的建设以及独具特色的建筑外观让业界不可小觑，得

到行业和政府的认可。

成长=经验+反思。老街每一期都会较上期更加完善，从外立面到规划细节，甚至景观充分体现人性化。老街项目的景观是让同行和业主举手称赞的，然而他们还是认为硬质景观较多、形态比较直线型等方面存在问题，也因此二期景观上予以改善，从业主居住的角度考虑，增添柔和感，三期更是结合北方人对水的喜好加大水景，使得整个小区更现灵性。

敢为天下先的绿地集团，更是大胆提出了“8层带电梯、居

住新主义”的新颖主题，与同类楼盘形成差异，这一主张迎合了不少客户的喜好和需求，据了解，这也是老街项目一房难求的原因所在。

赢得社会的尊重和行业的认可，并非朝夕之间的功夫，绿地集团郑州事业部除经营好房地产外，从成立起就积极投身于慈善和公益活动，曾向郑州市“见义勇为基金会”捐赠20万元并成立了“绿地·见义勇为奖”，也曾主办过“风中少林”专场演出。不断的付出与追求使绿地在中原的影响力愈加增强，

也因此连获殊荣。

目前，已经成立15年的上海绿地集团已经进入全国20多个城市进行房地产开发经营，将社会效益和经济效益融为一体，将海派建筑风格移植各地，与当地建筑风格相融合，完成一次次生活方式的思想演绎。

以“跻身世界企业500强，培育绿地常青树”为目标的绿地集团即将迎来成立15周年庆典。其实，15年只是一个起点，进入郑州的3年也只不过是一个起点。

王亚萍