

郑州晚报  
这厢有“礼”!

继“郑州晚报首届读者节”之后,郑州晚报再次派送大礼。即日起,凡固话尾号、手机尾号、车牌尾号、身份证尾号为61或8的读者,144元订一份全年《郑州晚报》,将有1名读者获得价值61倍(8784元)的珠宝礼品,将有61名读者获得价值8倍(1152元)的珠宝礼品。

订报热线:67659999

订报地址:郑州市陇海西路80号郑州晚报大厦305室

2010年6月3日 星期四 主编 卢林 校对 薛梅 版式 王艳

## 2010中原楼市“大企业扩张战略”系列报道之 正弘·品牌解析篇

问及市民杜先生选择正弘山的原因,他只说了两个字:“品牌”。而通过对其他业内外人士的采访,记者发现大家几乎一致认为,正弘地产代表了一种奢华与低调,是中原房企中的贵族。这或许就是正弘置业带给业界的一种品牌效应。

晚报记者 梁冰

# 正弘地产品牌创造之路

## 【理念】 以品质打造企业品牌

正弘以“品牌基于品质,品质源于我心”作为企业的经营理念,视品牌为企业的生命

2001年3月9日,正弘置业开发的第一个项目锦绣正弘国际公寓盛大开盘,此举昭示着正弘品牌正式进入地产领域。作为中原首个精装修豪宅,锦绣正弘国际公寓于当年被中国房地产协会评定为“中原地区唯一豪宅”,并在2002年获得“全国人居经典住宅小区及商务建筑规划设计方案大奖”。

锦绣正弘国际公寓在当时创造了“推窗即观景、出门即购物、临门即出行、信步可理财”的独有零距离生活方式。一流的设施加上完善的服务,亲情在社区情感的有效建设中得到启迪和升华,人性在充满人文气息的生态环境中充分回归,品位也在名流会所的尊贵礼遇中得到了全面提升。

显然,在进入房地产市场之初,正弘置业就已经将自己打上了“高端”的印记,致力于打造中原地产的豪宅精品。

对此,正弘置业副总经理王朴说道:“十二年来,正弘一直坚持‘酝酿精品、奉献社会’的企业理念,定位于‘中原贵族地产领袖’,不断创造精品,从最初的中原首家‘精装修’楼盘锦绣正弘国际公寓,到为‘极少数人’打造的九郡·弘别墅,再到姜文代言的正弘旗,每个楼盘都有自己的鲜明特点。”

他详细解释道,从品质上讲每个楼盘都是其同类产品中的佼佼者,从文化上讲每个楼盘都具有很深的文化氛围,具有鲜明的文化特征。如果要用一句话来概括,那就是“个性、品质、文化是我们项目的优势,单纯、创新、坚守是我们企业的血统”。

正弘以“品牌基于品质,品质源于我心”作为企业的经营理念,视品牌为企业的生命,专注于以品质打造品牌,以品牌赢得了市场、赢得了众人。“品质源于专注、源于责任、源于诚信,正弘因为专业所以用心。”王朴告诉记者,将正弘品牌实现从“一线品质、二线品牌”到“一线品质、一线品牌”的升级,是正弘坚定的目标。

“以项目品牌为依托,提高企业知名度和美誉度,实现企业从产品经营到品牌的蝶化,用品牌开拓市场,实现效益倍增,这是正弘品牌经营的基本思路。”王朴认为,实现企业品牌化,需要不间断、长远永续地去进行创造、创造、再创造,正弘希望通过殚精竭虑的品牌创新,来促进企业品牌价值的不断提升,使正弘产品和企业品牌历久弥新。

同时,以扎扎实实的工作,以产品的内在品质和服务质量去打动顾客、吸引顾客、维护顾客,不断提升企业品牌的市场认可度,在消费者心目中固化正弘企业的永久定位,甚至使正弘的每一个行为和结果都变为卓越的行业标准。

## 【目标】以卓越树立行业典范

正弘一以贯之的坚定目标就是永远在房地产领域追求卓越,拒绝平庸

正弘置业是这样设想的,也是这样实施的。

2003年,正弘置业以高端市场开发的经验和雄厚实力,全力打造九郡·弘别墅项目。而该项目所开创新的中原别墅元年国际5S标准,在郑州影响至今。其独创的“九指水系”、“水溪——树林——院落——人家”四度景观结构模式,真正实现人与人、人与自然的和谐交流与共生,创造出融自然于一体的别墅尊崇体验。

“在原本珍稀地脉上‘生长’出的领袖别墅,成就了当时郑州最奢华、最名贵的别墅项目,树立了当时高端地产的新标杆,真正实现了极少数人的居住梦想。”业内人士如此评价九郡·弘别墅给当时的中原房地产市场所带来的震动。

3年之后,即2006年9月,拥有鲜明正弘特色的正弘旗一期盛大开盘,当天热销78%。“精英旗帜、地标豪宅”的形象在国际影帝姜文的引领下深入人心。该项目以双气、成熟配套、黄金地段、五星级酒店式景观、黑白个性外立面惊艳亮相郑州,在建筑的视觉性、舒适度以及生活的便利性,都达到了郑州楼市前所未有的高度,一肩挑起中原地标豪宅典

范的旗帜。

“正弘一以贯之的坚定目标就是永远在房地产专业领域中追求卓越,拒绝平庸,坚持建筑产品品质,在细节中打造完美,在品牌中创造价值,树立行业典范,做最令人尊敬的企业。”在王朴看来,这就是正弘,它代表的不仅是产业,更是品质,一种生活品位和发展方向,一种朝气蓬勃的精神面貌。

人最难超越的是自己。正弘在创造了一个又一个经典作品之后,每一件作品都是难以逾越的一座山。2007年,基于“人居好屋”的企业梦想,正弘再造一座“山”,那就是正弘山。这座郑州首个国际后中式典范建筑群,是正弘十年厚积薄发之作,以传统文化回归建筑本意,筑建了郑州全新的豪宅标准。

“在发展中不断创新,正弘始终坚持从顾客的实际需要和根本利益出发,从未来的发展趋势出发,保持产品、服务、观念领先,逐步实现产品品质、企业形象、品牌价值的不断升级。”王朴自信地说,正弘正以全新的方式立足创新经济、创富生活,使正弘向更大、更强完美过渡。

## 【团队】企业品牌的有力支撑

正弘企业品牌的塑造与规模的快速扩张,依靠的正是高素质人才与高效率团队的有力支撑

有人说,人才是企业的第一战略资源。的确,正弘企业品牌的塑造,企业规模的快速扩张,依靠的正是高素质人才与高效率团队的有力支撑。

“正弘重才,惜才,正弘永远欢迎品质、态度、技能高度统一的人才,三者正是正弘实施人才资源战略走向成功的三大支点。品质第一,态度优先,技能支持,三者缺一不可。”王朴坦言,进入正弘的员工都具备这样的特质:诚信待人,言出必行、团结协作、顾客至上,有热情、活泼的精神面貌,有诚实勤奋、负责任的工作态度,有聪明、创新的思想方式。

人尽其才,量才适用,把合适的人放到合适的岗位上,是正弘实现人力资源价值最大化的唯一原则。正弘努力通过建立完善的管理发展体系,从新人选拔、业绩评估、潜质人才甄选的每一个环节都设立一系列激励措施,使每一个员工都享有平等的职业发展和获得企业认可的机会。

“公司帮助员工了解各自的职业发展潜质,确定职业发展方向,并提供各种资源和宽松舒适温馨的工作氛围助其实现目标,与公司同步成长。”王朴介绍道。

为此,正弘制定了一套企业团队标准:人际简单化、沟通直接化、执行高效化、团队精益化、技能专业化、要求精细化、作风硬朗化、服务规范化。

“管理就是沟通、沟通、再沟通。建立和谐的人际关系、构建和谐的企业,与同事之间、员工与客户之间的无障碍沟通有直接关系。”王朴说,正弘的企业文

化要求我们必须塑造一种直接的、线性的沟通模式服务于管理,用流动活跃的沟通气氛作为支撑。沟通的顺畅是我们的期望,使企业内部的每一项工作都有一个统一的理念进行指导,每一项事物都有一个统一的价值判断标准,这对提高企业管理效率,适应市场变化和激励的竞争具有十分重要的价值。

在王朴看来,优秀的企业团队能够有效改善和全面提升企业的业绩,降低经营风险,有力保障企业的竞争优势,是企业持续稳步发展的“加速器”和“润滑剂”。

“正因如此,正弘决策层高瞻远瞩,深知团队存在的价值,倡导并逐渐形成了‘精英化’的团队建设思路,‘团结务实、廉洁高效’的工作作风已成为正弘引以为傲的标志。”王朴详细说道,精英化意味着正弘需要建立一支由职业经理人为核心的有效运行管理团队,这应该是一支作风强悍、锐意进取、携手并肩、共担荣辱的团队,具备积极乐观的态度,百折不挠的毅力,时刻都充满活力,激情澎湃,他们摒弃传统的陈旧观念,以独特的思维、新颖的方式积极工作。正弘企业的人才观被应用到企业管理的角角落落。正是在此基础上,正弘实现了企业与项目的良性发展,创造了地产品牌的独特优势与做人高度。

## 正弘大事记

1997-5-30 河南正弘置业有限公司注册成立。

2000-12-10 锦绣正弘国际公寓举行盛大的开工典礼,正弘置业的地产处女作正式动工。

2002-4-20 位于迎宾大道16号的九郡·弘别墅项目盛大开工。

2003-9-28 九郡·弘一期别墅盛大开盘,填补了郑州市高档精品别墅楼盘的空白。

2005-4-19 郑州市有关领导亲自莅临九郡·弘别墅现场,并给予项目高度评价。

2006-12-11 正弘置业正式签约援建希望小学,校名命名为“西平县焦庄乡赵海村正弘希望小学”。

2007-11-17 正弘山1期盛大开盘,开盘热销682套,总销金额超3.8亿。

2008-5-14 正弘置业向四川汶川地震灾区捐赠100万元,以实际行动帮助灾区人民重建家园。

2009-6-17 正弘置业正式接盘金基不动产及其全资子公司思奇科技控股。

2009-8-15 历经两个月的复工谈判及准备,正弘蓝堡湾、正弘数码公寓、正弘春晓三大项目如期正式复工。

## 相关链接

### 企业荣誉

2001年11月,荣获“2001中国(河南)房地产成功经营模式典范推介单位”

荣获2003年度“商品房消费诚信单位”

荣获2006年度“中原地产十五年最具品牌价值企业”奖项

荣获2006年度郑州市房地产开发“先进单位”

荣获2007年度郑州市房地产开发“优秀企业”

荣获郑州市2007年度地方税收“诚信纳税五十强”

荣获2007年度发展非公有制经济“先进企业”

荣获2007年度河南省房地产开发企业“综合实力五十强”

荣获2008年度郑州市房地产开发“优秀企业”

