

关注本土企业发展之路特别报道



在楼市调控颇为严厉的现在,房企如何过冬以及怎样的房企才能走得更远成为业内共同关注的焦点。

然而,在对该问题深究剖析的时候,人们不难发现,一个善于创新,把创新当做一种思维习惯的企业则更容易顺应市场的变化,一如早已得到历练和升华的本土企业——正弘置业,从产品定位、经营体制以及物管跟进,皆有根植于内的创新基因,这也使得其更容易把握市场大势,从容应对。

晚报记者 王亚平

记者观察

在市场经济时代,企业家和市场都认可这样的说法:那些不能创新的经营,终将摆脱不了被淘汰的命运。

在业内,正弘置业有着“低调、内敛”的企业特质,又有着“高端、典范”的产品格调,这样一种富有特色的发展之道,皆因其创新不是一时冲动,更不是急功近利,而是领悟到了真谛。

他们将创新意识贯彻到企业的文化中去,同时又渗透到管理的全过程。使思想意识管理达到一个新的高度,保证创新决策全过程的顺利进行,最终将“创新力”真正转化为企业的“竞争力”。



以市场需求为依据,为土地“量体裁衣”
走差异化路线,正弘将创新基因植入企业文化

敢为人先,将“创新力”转为“竞争力”

打造差异化优势,精准捕获需求

随着市场竞争程度的加剧,要想在日益缩小的份额中攫取一块丰腴的“肥肉”,必须凭借高品质且具备鲜明特色的产品

与大多数临到逆境方才醒悟的企业不同,正弘置业从发展之初就有了这样的思维定势,坚持创新,走出自己的差异化路线,从而形成一个专业化的强势品牌。

处女作“锦绣正弘国际公寓”,以超前市场7年的精装理念惊艳郑州,旗帜鲜明地定位为“中原第一家精装豪宅”。创造了“推窗即观景、出门即购物、临门即出行、信步可理财”的独有的零距离生活方式。

据了解,在介入任何一块土地开发之前,正弘都会针对这个区域,甚至整个城市需求作详尽分析研判,最后达到为城市“量体裁衣”的效果。基于此,在了解到中原别墅类产品的稀缺之后,九郡·弘夺目问世,成为中原楼市风靡一时的代表作。

2006年,拥有鲜明正弘特色的“正弘旗”项目一经公开,“正弘出品”、“姜文代言”、“黑白立面”、“地标建筑”便成为郑州市民热门话题。

2007年,正弘基于“人人好居”的企业

梦想,再造一座“山”——正弘山。该项目成为郑东新区首个后中式高层建筑,其“九宫格局”“四坡屋顶”等国际后中式建筑手法,又一次完成了对经典的超越,推动了中国文化、中式元素符号在建筑产品上的规模化体现。

2009年6月,正弘置业在政府的主导下接盘思达系,同时第一时间在全省发布告全体业主书,并于承诺期内使昔日的郑州地王重新焕发耀眼光芒,此举尽显诚信与实力。而蓝堡湾作为正弘关注城市深层次价值体系的产品,基于企业对市场的精准研读,以多元综合性的价值方式,集教育、商业、居住等资源于一体,正逐步成就价值稳步攀升的趋向。

在发展中不断创新,从品质到理念,均依据客户的需求和未来的发展趋势,细数这一路走来正弘所取得的成果,有业内人士总结说:“正弘不是一个简单的房地产开发商,而是一个怀揣责任与激情的人居生活设计师。”

以信任焕发激情,让创新成为一种习惯

正弘置业有限公司董事长李向清曾说:“地产就是一次资本与意识的博弈,一颗棋子的抢先,结局已见分晓。”

这就是正弘的理念,也是其一路领先的精神纲领。这也正如管理大师德鲁克所说,对企业来讲,要么创新要么死亡。

企业文化只有把创新的基因置入员工当中去,通过群体智慧的迸发,企业发展才能有源源不断的营养供给。

“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。”正弘置业副总经理王朴坦言,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。

在拥有了诸多创新型人才的基础上,正弘置业还能够把合适的人放到合适的岗位上,让员工自身才能和价值得到最大化的施展与发挥。为此,还塑造了一种直接的、线性的沟通模式,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

变化和激烈的竞争具有十分重要的价值。

由此打造出了一支作风强悍、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,他们摒弃传统的陈旧观念,以独特的思维、新颖的方式为产品开发建言献策。

在正弘置业的办公场所,记者发现墙壁上张贴着优秀员工的岗位动态表,充满温暖向上的激情。“企业尊重并鼓励我们,充分地给予信任焕发了大家工作的激情,我们在不断创新的路上实现了自身的价值。”一位在正弘工作多年的老员工这样说道。

正弘的相关部门员工拥有每年定期,甚至频次很高的考察学习要求,到房地产发展先进的地区进行学习、汲取领先理念已经成为企业的一种制度,对于本地市场的了解与敏感度也是员工的必修课程,因为深谙做产品没有创新就没有生命力。其实,当创新成为一种习惯,知名度、美誉度等良好的口碑自然是蜂拥而至,尤其是紧跟正弘开发步伐,享受财富人生的老客户们,更是对其极致精细化的产品品质与超前的国际规划理念赞不绝口。

专业物管,是房产品增值的利器

在衡量一个企业产品价值时,人们常常以二手房市场的价格作为重要参照,这是因为一个产品能否实现价值的持续攀升,除了高品质的规划建设打下的良好基础,物业服务水平的高低则起到决定性作用

“我选择购买蓝堡湾的产品,在区位、房企品牌、产品质量等因素之外,有‘中原别墅第一管家’之称的正弘物业也给了我很强的信心。”业主陈女士说。

据了解,与正弘置业不断寻求创新的精神相一致,正弘物业致力于塑造“卓越服务、持续创新”的组织能力,不断学习先进管理理念,结合所管项目特点,先后推出酒店式、管家式等物业服务模式,为客户创造“安居、逸居、雅居、悦居”的生活和工作环境。

因此不断受到政府的评优奖项,其中正弘旗小区继去年赢得省级物业管理示范小区后,今年11月又以全省第一名的成绩,成为“全国物业管理示范住宅小区”,而正弘山小区今年也完成了“省级住宅示范小区”的专家考察评审,为明年创建全国示范小区打下了坚实的基础。

一直以来,在锦绣正弘国际公寓、九郡·弘别墅、正弘旗、正弘山、蓝堡湾、数码公寓等项目服务中,正弘物业倡导“服务前置、管理下沉”管理思路,做出了较多的物业创新。

例如,每个小区,每个大堂设置两名大堂副理轮值,执行“晨送晚迎”的服务模式,随时解决生活中的不便,做好业主需求信息的集成收集工作;此外,酒店式物业管理的小区门口设置行李生,主动帮助业主搬运重物上门;而蓝堡湾小区的私人管家式服务更精细周到,让有一定阅历、经历的中年以上退休公务人员,对业主房屋保修、装修等需求进行服务处理。

除了对业主日常生活的精心呵护,正弘物业还致力于社区文化建设,比如组建老年合唱团、戏迷俱乐部等业余文娱团体。真正做到精品物业中的文化与服务齐头并进。

“物业服务的品质是解构高端住宅价值的关键一环。”王朴坦言,高端的物业管理直接体现项目的核心价值,提升了产品的附加值,也是后期物业增值的利器,让正弘品牌的高端理念深入人心。

【产品观】

【管理经】

【发展道】

