

关注本土企业发展之路 特别报道

正弘样本之产品篇

以打造“中原高端居住样板”为企业愿景 “正弘式”产品观：坚持精品开发 撰写中原高端人居标准范本

在房地产企业中，不乏追求利润最大化者。正是因为它们的存在，才有了浪费资源、质量低劣产品的出现。但也有一批富有企业理想、具有社会责任感的房地产企业在这个行业里扎根，它们将产品品质作为企业发展的基石，将社会责任作为企业的第一要务，用产品说话，以项目立足，树立中原人居标杆。而正弘，就是这一行列的典范，长久以来坚持精品开发，以打造“中原高端居住样板”为企业愿景，以“正弘式”产品观，撰写着中原高端人居的标准。

晚报记者 梁冰

个性、品质、文化 是正弘项目的独特优势

“利润不是企业追求的唯一目标，而是企业经营过程中的一个产物，是企业得以生存的一个必要条件，但正弘要做‘百年老店’，那么必然要坚持精品开发的路线不动摇。”正弘置业副总经理王朴说道。

正如王朴所言，正弘置业是这样说的，更是这样做的。这一点，业界有目共睹。

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，正弘企业正式进入地产领域。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，其中，精装修、直饮水、户式中央空调、一梯一户等诸多产品创新点均为郑州首次出现，该项目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”。此外，九郡·弘别墅项目更是开启郑州别墅元年，其极具超前理念的5S居住概念，景观从设计到规划实施均采用一线城市团队精心打造，为其荣获中国园林工程最高奖项奠定了坚实的基础，至今仍被别墅景观设计界尊为典范。

十多年来，正弘始终坚持“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“极少数人”打造的九郡·弘别墅，到“姜文代言”黑白鲜明的旗帜之作正弘旗，再到“师从贝聿铭大师”的中原首席国际后中式典范建筑群——正弘山，每个楼盘都成为那一时期的行业典范与产品代表。

王朴如此评价从正弘“手中”诞生的精品：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，每个楼盘都具有深厚的文化底蕴与鲜明的文化特征。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”。

在细节中打造完美 是正弘孜孜不倦的追求

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，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，坚持产品品质，在细节中打造完美，在品牌中营造价值，以树立行业典范，做最令人尊敬的企业，为业主创造最尊贵的生活。”在王朴看来，这就是正弘，它代表的不仅是产

业，更是品质，是一种生活品位和发展方向，是一种企业追求。

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。”王朴补充道。



蓝堡湾一期夜景

记者观察：

在郑州现今的住宅市场，有一些项目开发完毕入住三年，仍然跟刚交房一样，没有生活氛围，没有人管理社区，没有服务与配套。这种生活不该是客户大额消费后应得的回报，正弘置业深谙品质生活的宗旨，以“贵族开发法则”，让每一位业主在购买到正弘产品后，都享受到贵族礼遇，享受到贵族般的奢享生活。高成本、持续维护社区景观；用最快捷的速度完善社区配套，以适当的让度赢取业主青睐。多年来，正弘多数客户在朋友与社交圈中谈到自己生活的社区，无不赞扬与炫耀，正是这种让度思维换来的品牌成效，以至于正弘的品质口碑相传，直至今日成为中原人居品质的唯一代言。



对品质苛刻追求 蓝堡湾代表城市又一高度

当标上“城市高端住宅”的标签，无一例外给人们的想象提供了丰富的空间。正弘·蓝堡湾代表着正弘置业的又一巅峰，也代表着郑州这座城市发展的又一高度。

面对诸多城市综合体开发所产生诸多高密度、高集约的现状，正弘·蓝堡湾带来了一种新的设计思考方向，那就是可传承而不可复制的“高舒适度”理念，它的出现为升级郑州城市中心生活方式提供了新的可能。由于面向的是顶级客户的“峰层阶级”，所以蓝堡湾在规划、设计、视觉、功能、配套设施甚至项目气质上，都进行了无微不至的精心雕琢。

作为一个在花园路商圈的集大成者，正弘·蓝堡湾用绝对领袖气度来充分保障住户的居住品质，对每个房间的使用面积都反复斟酌，真正做到在减少舒适度的前提下有效设置功能空间。

所谓领袖贵族，更多的是一种气度、一种生活态度。正弘置业正是用这种最传统的观点，坚持着经典豪宅理念的传承。从干挂石材的四重入户大堂到2梯4户、2梯2户的户型布局，再到300米中轴水景规划，无一不在体现蓝堡湾的豪宅血统。

正是这种对品质近乎苛刻的极致追求，使蓝堡湾得到了市场的热烈追捧和客户的高度认可。

不久前开盘热销的“贵人街”，就是最好的佐证。贵人街依托蓝堡湾项目及周边富人集中居住区资源，以不同以往的商业物业模式注入蓝堡湾商业物业的经营发展。同时，未来蓝堡湾三期综合体项目的规划包含一个20万平方米的大型五星自持百货，其资源的整合与客源聚集能力为贵人街的财富提升创造了更大的平台，从而带动整个片区的商业辐射力。

作为中原最早的奢侈品引入者正弘置业，深谙奢侈品运营规律，从第一家高端百货——正弘国际名店的创立，到郑州首家精装豪宅——锦绣国际正弘国际公寓，再到郑州地王——正弘·蓝堡湾，始终以高端客户开发为运营步骤砥砺前行。14年来不仅积累了数万高端业主，其垄断的高端客户资源成就了不凡的品牌价值。

中原首席别墅管家 为业主创造尊崇生活

“房地产开发商奉献给消费者的，不应当仅仅是一座房子，更应该是一种生活”。正弘将这一理念深深渗透在企业肌理中，为业主带来高品质产品的同时，也以钻石级的物业服务为业主创造着真正尊崇的生活。

与正弘品牌一脉相承的正弘物业以“中原首席别墅管家”著称，以“全方位服务体系”倡导“安居、逸居、雅居、悦居”的尊享服务，以“业主的好管家、开发商的好帮手”为发展口号，以简单服务细节化为核心理念，从安防、清洁、硬件维护、社区文化、景观维护等多重环节的主动服务，打造客户放心、业主舒心的物业公司。

“我购买蓝堡湾的产品时，除了区位、品牌、产品质量等因素外，其物业服务管理也是参考的一个标准。”业主高先生表示，良好的品牌效应和高标准的物业服务，不仅会提高物业的附加值，而且可确保投资者的未来效益。

从锦绣正弘国际公寓、九郡·弘别墅、正弘旗、正弘山，到蓝堡湾、数码公寓，无论哪个社区，正弘物业都以专业、细致、贴心的管理服务赢得了业主和业内的一直好评，连续多年无投诉，客户满意率屡创新高，并因此受到行业的多个嘉奖。

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。

除了对业主日常生活的精心呵护，正弘物业还致力社区文化建设，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文化与服务齐头并进。