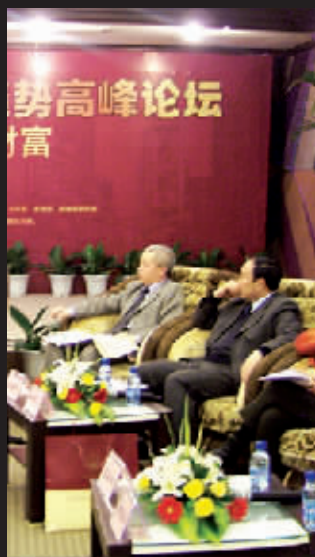




【共享·产业链】

【企业智慧二】



扩城进商 新城漂移下的商圈割据

□晚报记者 卢林 文/图

城市的发展需由商业来担纲,少了这个“领衔主角”,城市就是一个“空城”。如何在拉大城市框架的同时发展商业?这似乎成了包括所有发展中城市的一个共同思索和探讨的话题。而“两会”期间“共享社会改革成果”的提出,如何才能让更多人享有城市发展的成果更是成为需要思考的问题。

3月25日,众多领导、专家以及数十位商家代表,共同参加由郑州晚报主办,河南升龙置业有限公司承办的“城市发展与商业格局趋势高峰论坛”,共商大计。

区域商业重心 成为焦点

郑东新区“五年出规模”已进入倒计时,西区工业城西进开发进入全面建设,城市的触角伸得越来越远。“传统商业中心已经对城市发展的掌控鞭长莫及,它的辐射力已经远远跟不上城市扩张的脚步,在城市的各个区域形成各自的商圈已经成为必然。”城市区域商业中心的发展成为了本次论坛的焦点。

河南社会科学院副院长刘道兴认为:“面对城市无处不在的开发与扩张,一个城市只有一个商业中心的时代早已过去。以前一个二七商业中心就已足够,而现在郑州城市人口突破了300万,整个商业的布局肯定要发生变化来适应这个城市规模的迅速扩大。如今传统商圈在进一步丰富、扩大,同时城市各个区域的商圈也在慢慢形成。”

河南商业研究所所长张进才认为,“目前郑州正在形成以大卖场为核心,拉动区域性商业发展和成长的商业中心。”他表示,在一个区域内只要有一个比较大的居住区域,比如说居住人口达到一二十万人口左右,就可以形成一个或几个大卖场,同时也就形成或大或小的城市区域商业中心。在张进才看来,区域中心的概念就是由地产建筑的综合商业体完成,既包括了大卖场,可能也包括专卖店,甚至包括一部分百货概念的东西,像曼哈顿广场、天旺广场,以及其他城中村改造项目,这是一个发展的趋势。

同时,他还认为,郑州商业发展要努力打造的是区域性的商业龙头。“就像石家庄的北方购物广场、湖南的阿波罗、济南的银座商城,他们往往带动了一个区域的发展。”

商业地产隆起 备受关注

郑州商业市场的底蕴成就了如今郑州商业的繁荣,更刺激了市民投资商铺物业和开发商开发商业地产的热情。

特别是中国加入WTO后,国内零售业将向外资全面开放,外来百货业的进入,在进一步加剧国内零售商业竞争程度的同时,也给商业地产的兴盛提供了契机。“毕竟,外来零售业在郑州大举登陆圈地,经销商需要店铺,商家增量,对投资、开发商业地产的个人和企业而言提供了新的机遇。”河南商业协会会长张慧玉认为。

她说:“近两年像法国的家乐福、美国的沃尔玛、泰国的易初莲花,还有北京传统商业大腕王府井等国内外商业巨头,纷纷在郑州跑马圈地,大型卖场有的已经落成,有的在计划中即将成形。这些商业的进驻直接带动了商业地产的发展。”

在金水区政府副区长李峰看来,以金水区为例,很多城中村一般都在城市聚集地,人气很高,地理位置优越,所以城中村的改造一般会建成商业地产,成为区域的商业中心。“截至目前,和金水区签约的城中村改造项目已经有12个,投资达到了600亿元。比如在花园路西关虎屯改造、燕庄的改造以及今年初在东风路开始的天旺广场,都是城中村改造后带动了商业地产的兴起。”

刘道兴认为:“郑州东部区域经济发展十分迅猛,但服务老百姓日常生活的大型商业中心还没有形成。金水大道不仅是郑州市的门户,而且有很多省直单位聚集于此,所以在郑州东南用商业地产带动一个大型的商业中心非常迫切。”

商业业态发展 大势所趋

如今,在郑州商业繁荣的同时,商业业态也在发生着巨大的变化。河南商业协会会长张慧玉说,随着市场经济的发展,郑州的商业发展加速度前行。在大商业、大贸易、大流通时代背景下,特别是近几年国家制订的中部发展战略,郑州所占有的得天独厚的交通区位优势促进了郑州商业的发展,尤其是零售商业,发展特别快。

在张慧玉看来,目前郑州的零售商业主要由四部分组成:百货业、连锁超市、专卖店、批发市场。“原来零售业发展快的时候业内有不同的意见,认为百货行业可能有下滑的趋势。但现在从全国的数据以及发展趋势来看,百货商业这些年基本上还是主流,因为百货业和连锁超市卖场不一样,经营的是品牌商品。”不过,她同时认为,“连锁行业关系到老百姓的吃、穿、用,目前销售额增长非常快。但随着发展,像一些商圈中心大型的SHOPPING MALL、体验式消费广场等新兴的综合业态将成为主流。就像曼哈顿实行极具体验式的国际生活体验街区这样先进的第五代商业模式。”

“虽然在郑州已经有8家奥斯卡影院,但还是要进入曼哈顿广场。”河南奥斯卡院线有限责任公司董事长王大同说。他认为,从整体商业格局和业态分布上看,曼哈顿广场实行极具体验式的第五代商业模式,双首层双地面空中连廊的设计,主题购物区、主题购物休闲区、金融服务区、高档餐饮区、主力店、文化主题区、休闲餐饮区等七大主体业态同台经营。已经具备了集购物、休闲、娱乐为一体的商业格局。而曼哈顿广场在管理上统一规划、统一经营、统一管理和统一推广将为这个地方的发展带来前所未有的优势。

商家共同参与 玩转商圈

在此次论坛上,除了各专家对郑州商业的发展进行把脉外,深圳市房地产协会副会长、同致行顾问(中国)董事长王波、戴德梁行董事程家龙、河南奥斯卡院线有限责任公司董事长王大同、金帝咖啡餐饮业总经理王丽等签约商家以及部分曼哈顿广场的商家代表分别就郑州商业发展以及“曼哈顿广场”商业部分的发展进行了交流,并发表了各自的观点。

王大同对曼哈顿广场的认可是因为他认为曼哈顿广场未来具有巨大的升值空间。“首先这个区位的人群是高端消费的聚集地,其次就是交通非常便利,曼哈顿广场有1.6万平方米的车位,有两层可供停车的地下停车场,而数条商业步行街的建立更使广场四通八达。”

王丽说:“之所以看好曼哈顿广场,是感到这里的人群素质非常高、消费水平也比较高。通过郑州其他几个区域的对比和市场调查,很看中金水区的市场,我们对曼哈顿广场的投资项目非常感兴趣。听说必胜客、阿迪达斯、肯德基、耐克、屈臣氏、沃尔玛、星巴克、利郎、九牧王、七匹狼等几十个国内外名牌已经率先与曼哈顿签订了入驻意向书,所以我们就打算入驻这里。”

“我们现在操作这个项目的時候,坚持了‘四高’的原则。”负责曼哈顿代理的同致行当家人王波表示,“首先,坚持高标准,无论在商业销售和招商中,我们都强调严格按照我们的业态规划。其次,强调高引导性,我们不希望曼哈顿广场最后在经营的过程中呈现很强的自发性。第三,高开业率,商业整体推出时一定要‘开门红’。最后是高独立性,在经营过程当中,相对独立运作各个大型商业业态。”

