



绿城百合迎来西湖春天

郑东新区首家餐饮名店开业，品牌浙商再次联手深耕河南

“以后，郑东新区终于有上档次的酒店可以去了。”昨日，已搬进新区半年多的小周兴致勃勃地告诉记者。而他所指的上档次的酒店，就是位于绿城·百合商业中心的西湖春天。对于和小周一样已经入驻郑东新区的市民来说，昨天西湖春天酒店的开张，给他们带来了不小的惊喜。

庆典现场，郑东新区管委会副主任陈哲，河南中州绿城置业投资有限公司执行总经理王勇，西湖春天副董事长周亚欧，以及数位东区管委会相关人士，齐聚一堂，共同为中州绿城·百合商业中心的落成和西湖春天的开业剪彩。

□晚报记者 卢林 王玮 文/图

首家餐饮名店开张 东区商业初掀波澜

三年出形象，五年出规模。从郑东新区建设之初至今，新区发生了翻天覆地的变化。而随着众多写字楼和住宅楼逐渐交房入住，郑东新区的人气和商业气息也渐趋浓厚。

庆典现场陈哲表示，随着郑东新区规模的呈现，各大社区环境的成熟，现在已有相当一部分市民搬进了新区，这给郑东新区整体人气的提升和商业的发展带来了巨大的推动力。今天绿城·百合商业中心的落成，以及国际餐饮机构“西湖春天”的开业，就充分表明了新区的飞速发展，已经聚集了一定人气。

“中州绿城首家引进国际餐饮品牌——西湖春天，无论是对高尚居住文化还是对郑东新区的城市建设以及东区人气的快速提升，都具有很强的意义。”陈哲说。

对于今年政府提出要在郑东新区汇聚大量人气的主张，河南财经学院教授李晓峰给予肯定。“如今宝龙广场、温哥华广场等新区一些大的商业设施正在兴建中，而CBD商业街的启动还需要时间，所以说居住区一些大型社区的商业部分，就成为了吸引新区人气，带动商业发展的中坚力量。”

“在逐步建设中，郑东新区的形象和地位已有了很

大提高。在未来20年内，郑州市政府对城市商业格局所做的规划是逐步形成二七商圈、碧沙岗商圈和龙湖商圈三大商圈，从长远看，郑东新区必将成为亮点。着眼于长期，在此投资的升值空间会很大。”同时他认为，“像西湖春天等郑州大型商业配套的开张，就是近期新区人气提升的重要表现。无论是从事商业发展还是置业投资，如今的郑东新区都能给人们很大的信心。”

国际名店

缘何嫁入社区商业中心

“一般大规模、高档次的店铺都会把地址选在城市商业中心或高档宾馆聚集的地方，而像西湖春天这样的国际知名餐饮店，把自家招牌挂在一个社区的商业街里，还实属少见。”对于这种现象有人不解。

庆典现场，西湖春天副总经理周树康刚一出现，就被这样的问题包围。“强强联手，这就是品牌的吸引力。”周树康笑着告诉记者，“成功的选址意味着事半功倍的效率，它会在最短时间让餐饮店获得最广泛的客户资源。”在他看来，餐饮业选址的要求很高，如地理位置、客流量、商圈性质、房型结构、配套设施、租金成本、使用期限等等，它需要专业的眼光和果敢的判断。

“我们通过对历年来绿城集团在开发住宅社区中体现的对人性需求的思考和判断来看，绿城·百合公寓社区

所设置的小区商业中心和各组团会所，对满足餐饮业以上选址要求的目的性和针对性更为强烈。”周树康这样看待。

而他的看法也得到了王勇的印证，“这里8000平方米的百合商业中心是整个社区的核心休闲区，几乎聚合了高档的餐饮和休闲功能。”现场王勇把百合商业中心的区位划分指出来，“商业中心所包括的休闲吧、中餐厅、商务中心、健身房、棋牌室、多功能厅等堪称郑州现有社区的顶级会所，完全能媲美星级酒店。”

“这样的规划使得整个社区具有了更强的精神归属感，在郑东新区整个龙湖南区，都是一个亮点。”在西湖春天总经理王建国看来，选址郑东新区的绿城百合商业中心别有一番意义。

此次把西湖春天嫁入绿城·百合公寓，他认为社区的高端品质与完善规划让西湖春天看到了商机。“因为大型的商业街区、高档的住宅小区、CBD都需要与之相匹配的服务项目。绿城·百合公寓锁定高端消费人群，此品牌定位如同地标磁石，指引着其他高端品牌的入驻方向。”

品牌相吸背后的定力思考

“西湖春天选择与中州绿城强强联合，不但可以创造非凡的业绩，同时可以让自身的品牌定位更加深入人心。”在西湖春天看来，就是

看中了具有浙商背景的绿城集团这块金字招牌，才来这里入驻的。

作为全国知名地产品牌的坚持者，而同时“从来没有因为这样的坚持而使得经营、销售受负面影响。”也使公司成为“品质”的受益者。“绿城不怕做不大，而是怕做不精、做不好。”绿城集团掌门人宋卫平的这句话也成为众多开发商“拿来主义”的典范。

“十多年的发展和进步，始终坚持品质至上。走精品之路的绿城，较早就确立了在全行业超前的领先地位和竞争优势。”在王勇看来，品质与品牌就是绿城发展的重要核心竞争力。

早在今年2月份，绿城集团举办的“打造精品产业体系，实施精品战略联盟”会议就指出，房地产企业是

一个资源整合型企业，精品工程的营造是依靠房地产业体系链上的协作单位共同努力来完成的。而此次与同属浙商，极具知名度的“西湖春天”合作，实际上也显示了这个精品产业体系的延续与补充。

“西湖春天与中州绿城两大品牌浙商鼎力合作，不是一个偶然的巧合，而是高品质、高品位餐饮选择高品质、高品位楼盘的一次高端文化的演绎和交流。这将会让浙商文化带到中原大地上，和中原文化相谐共生，共同创造郑东新区的美丽。”同时王勇认为，“作为一家专业地产公司，绿城所追求的人居理想，不仅仅停留在追求的层面上，而是一步步的去实现它。中州绿城选择和西湖春天联合，就是基于文化的共性。我们都来自杭州的企业，文化底蕴相同，这

也是浙商文化在郑州城市碰撞出来的火花。”对于“绿城”来讲，在他看来，最难得、最抽象的，就是“城市”的氛围了。

“产品高度代表了品牌高度，西湖春天入驻绿城·百合商业中心，让人们真正领略到了绿城产品的独特魅力。”从剪彩仪式上王勇的这句话看来，强强联合所反映出的只是一个现象、特例，但背后让人感受到的，却是绿城对现代理想人居的深层洞察。

同时，也有业内人士认为，“以西湖春天进驻绿城百合商业中心为例，从大批浙商进驻郑州后的强强联合，到福建大量知名品牌企业入驻闽南背景的曼哈顿广场，各地商家联手已经成为近年来郑州商业地产乃至房地产市场一个尤为显著的特点。”



首批厨师进驻郑东新区后，也许人们不用再为吃饭而没停车位烦恼，在优雅的环境中也可以享受美味。