

- 一个以爱为主题的精神场所,必然会洋溢着爱的氛围,社区就有了生命
- 一个开放的城市公共空间,可以满足普通人的消费,满足精神和文化需求
- 一种幸福的生活观,张扬人们对爱的珍视,体现人们精神的回归

市民问询,郑州将诞生“个性名片”

情人街问询活动启幕 众专家纵论情人街

□晚报记者 王亚萍

“情人街”是国内首条以爱情为主题商业街,它的建设、运营能否改变人们对郑州的中庸印象,使人们的生活记忆更加深刻近日备受关注。鉴于此,郑州广厦置业决定让更多市民参与方案构思,进行市民问询,希望市民从该商业街的名字到业态规划、经营及街区元素的布置等方面提出建议,并对好的建议给予奖励,齐心为郑州锻造一张灿烂的城市名片。

7月1日,广厦·城市之巅“情人街”问询广大市民新闻发布会暨首轮研讨会在中州宾馆举行。研讨会上,诸位专家就“情人街”名称是否妥当、如何将建筑物赋予精神主题以及如何实现“情人街”的长久发展,让其成为郑州新名片等议题进行探讨。

生活的本质就是爱

刘道兴(河南省社会科学院副院长)

长期以来,房地产开发商主要是考虑物质上面的东西,房地产业总体上还处在造房子,卖房子,以屋为本的阶段。情人街兴建,打破了这种以屋为本的模式,是对传统房地产开发模式的一种扬弃。

他从兴建伊始,就跨入精神层面,是中原房地产业开发升级的一个典型。生活的本质是爱,情人街建成后,整个社区必然会洋溢着爱的氛围,成为一个以爱为主题的精神场所,这样,整个社区就有了生命。另外,情人街里面有很多西方题材的爱的元素,我建议情人街街景营造应该更多一些中国的元素,比如雕塑。

情人街实现了引导与引领

赵进京(河南省住宅产业商会秘书长)

情人街是在合适的地点,通过深入调研,做了合适的定位,取了合适的名字。它引导和引领了精神和物质的双消费。很多人对“情人”这个词有曲解,我认为“情人街”强调的是以家庭为基础的幸福爱情观,倡导了人们对爱的珍视。

它的兴建必将会带动城市之巅社区的发展,推动区域经济和周边经济的发展,推动城市建设进程,对老城区的升级和周边经济的发展产生深远的影响。情人街作为一个精神场所,会涉及到人们对爱对城市精神文明的理解,作为开发商在宣传推广商业业态和街景营造,街区精神上,一定要有一个明确的尺度和角度。

情人街体现了一种精神的回归

李晓峰(河南财经学院工程管理系主任,经济学博士)

情人街选址文化路、红旗路、红专路片区,该地段人文底蕴浓厚,以“爱”为主题的定位就很好解决了项目历史传承与升华提高的问题。

它体现在两方面:商业街,体现商业氛围;情人街,体现人文关怀。物质生活丰富的今天,我们更需要精神上的回归,这种精神上的东西是源自内心深处的真实情感需求,这种情感是需要一个地方释放的,情人街就是这样一个可以珍藏爱、表达爱、释放爱的精神场所。

情人街业态和业种的规划都很重要

何宏剑(河南省商业行业协会副会长)

情人街业态和业种的规划不但要结合项目定位,更要从消费者的角度出发,关于这些我认为要让人们乐得来、来得好、还来得值。

这就需要研究品牌定位和业种业态的规划,一定要实现差异化。其次实现交通便利,在群体活动的时候,如何瞬间解决客流量问题都要有科学的规划。

情人街是一个开放的城市公共空间,应该可以满足普通人的消费,满足精神和文化需求。在满足人们物质生活和购物体验上,也应该考虑业态定位,这种定位应该有不可替代性,可以让人们放弃以前去的地方而选择情人街。



刘道兴



李振州



赵进京



毋尚梅



李晓峰



何宏剑



黄彬



打造城市和谐升级的代表作

李振州(郑州广厦置业有限公司董事长)

兴建情人街的消息发布后,社会反映强烈。这说明了人们对城市街区文明和格调生活的向往,这种公众力量的聚集必将为情人街的建设创造良好的外部环境。

我一直认为,房地产综合

开发,特别是“城中村”拆迁改造必须坚持“和谐升级”的基本原则,要求开发商统筹兼顾经济效益和社会效益,注重回报社会;持续创新和提升自己的产品和服务;关注对城市精神的培育;主动对城市形象

的追求和承担。

情人街作为广厦·城市之巅项目的有机组成部分,她的兴建,是城市和谐升级的产物,因此,我们坚持以作品的心态和定位来要求城市之巅项目。

情人街的胡同情结

毋尚梅(郑州广厦置业有限公司总经理)

情人街是在继承城市原有文化的基础上,结合地域人文因素发扬升华的产物,集中体现在一种“胡同情结”。项目规划之初,公司组织大量人力对老城区居民的生活和周边城市文化、地域文脉进行了调查。发现这样一个情况:在原来的任砦新村中间有一条不太宽的小街

道,居民称之为“小胡同”。大家都非常喜欢这条胡同,有两个原因,一个是便捷,可以直接从红旗路抵达红专路;二是清静,没有大街道的喧嚣纷扰。

因此,在后来项目规划设计时,我们就决定在胡同的基础上设计一个开放式的步行休闲街区,供附近居民

来这个地方交流、休闲、娱乐。文化路本身又是一个高校林立的地方,年轻人扎堆,充满青春、活力,在黄河北街上还有一个婚庆市场,再加上周边文艺团体很多,豫剧三团、二团都在这里,后来就把这个街区在原有城市文化的基础上提升到“爱”的主题,并命名为“情人街”。

情人街注定会成为一个品牌

黄彬(通和企业机构董事长)

一个项目要想成为品牌社区,需要具备三个元素:第一是产品属性,第二是社区文化,第三是品牌主张。

广厦·城市之巅的产品属性同时衍生精神属性,那就是“爱之城”,现在市场上很多项目房子卖完后,人们就把它忘记了。原因在于精

神属性的严重缺失。关于社区文化广厦·城市之巅倡导的生活就是“被爱包围的感觉”,它体现了一种幸福的生活观、家庭观,它张扬的是人们对爱的珍视,同时也体现这个城市的人们关于精神的回归。

情人街的品牌主张现在

还没有明确的答案,也是“情人街问询广大市民”的主要内容之一,如果有一句话能很好地诠释爱,并能表达情人街的建设初衷,我们就可以把这句话作为这个情人街的街区精神,期望所有来情人街的人都能对这句话铭记在心。

技术领先 舒适安全 华升富士达专注打造电梯精品

1997年,位于河北廊坊经济技术开发区的富士达株式会社第十家具有全球生产规模的制造企业——富士达电梯有限公司生产出了在中国的第一部电梯。随后十年,华升富士达一直保持着每年销售40%的增长态势,其高品质产品在各大城市地标性建筑中广泛运行,如清华玉泉大厦、郑州市公路管理局路通大厦等。

世界八大电梯厂家中唯一一个专注于电梯研发制造的企业日本富士达,

与中国集团公司携手组建合资公司华升富士达技术10年,始终致力于把世界最先进的电梯技术带到中国,领先世界的Talon™驱动系统、电梯用Plasmachuster™正负离子群除菌装置、新型绿色环保风机、小机房等先进技术,陆续占据了国内电梯市场,“富士达”技术领先、舒适安全的品牌形象深入人心。

依托日本富士达领先时代的高科技以及世界先进的生产设备,华升富士达为中国乃至全球范围内

的地标性建筑构建着空间移动的亮丽风景。由至国际贸易中心、北京国际机场二期工程、缅甸成成议会大厦、美孚肯尼石油国际机场、纽约世界金融中心、2006年德国世界杯慕尼黑安联体育场等,都赢得了世界生的赞誉。

华升富士达将继续加大投资用于扩建工厂华东和华北地区的生产规模和物流系统,并将合作年限延长至10年,这将为中国电梯行业的发展,并为客户提供高品质的产品和服务水平提供长久的保证。