

喜来登集团酒店与凯德置地双双牵手建业置地广场,引发了“巨人”来了的广为传扬。为了让业主及郑州公众更深入地知晓这一战略合作的重要意义,上周六,建业置地广场“全球风尚生活体验之旅”启动,十余名业主与郑州多家媒体记者一行前往上海,对福朋喜来登酒店和凯德置地旗下的来福士广场进行了全方位了解。

两日一夜 上海之行

紧张而有序,繁忙却不躁,从郑州到上海,从喜来登到来福士,从闸北区到外滩,人们边喊边乐此不疲地购物、拍照。

5月24日早上6点30分,十余名业主与郑州多家媒体记者齐聚建业置地广场销售中心,在拍了合影留念之后,“全球风尚生活体验之旅”正式启动,于当日上午10点30分“空降”上海。

首先抵达位于闸北区的大宁福朋喜来登集团酒店,没有任何的休息与寒暄,一行20余人在该酒店总工程师骆庆升的带领下了解了酒店和周围业态的基本情况。

“酒店共21层,拥有326间客房,业态诸多,包括餐饮、服装、儿童娱乐等。”骆庆升介绍说。

顺着他的指引,在三楼,记者看到不时有儿童奔跑穿梭而过,各种游戏设施齐全,这一层全部用来做儿童娱乐。4楼则是儿童用品,5楼是包含各地特色在内的餐饮店……

下午,一行人来到位于西藏中路的来福士广场,这里是青年人的天堂。“‘我们在来福士广场见面吧’是大家约会常说的一句话,这是一个有着显著标志性的综合体。”该广场总经理陈慧鲜这样说道。

进入该商场,满目的色彩斑斓,人流如织,品牌繁多却整齐划一。“我们会经常调动经营品牌,对每一个品牌店面的装修设计也有严格要求,这样保证人们逛商场的新鲜感和舒适感。”陈慧鲜表示。

24日一天的行程可谓紧张而有序,繁忙却不躁,从郑州到上海,从喜来登到来福士,从闸北区到外滩,人们边喊边乐此不疲地购物、拍照。

上海之行的第二天,一行人在徐家汇停留一上午,人们体味着上海的发达与国际化,也畅想着数年后郑州的国际化形象。“也就三五年时间,郑东新区以及中州大道附近绝对对有惊人的变化,拥有置地广场就拥有市中心。”一位业主语气肯定且略显激动地说。

“我是没有什么家底,完全靠自己踏实发展的,我每有一部分闲钱就去买建业的房子,这么多年都习惯了,它让我的财富迅速增值。”午饭时一位男性业主的话听起来朴实感人,“这次上海之行,我们很满意,不仅对项目以后经营有了全面了解,也感受了上海的时尚与魅力。希望建业多组织几次这样的活动。”



大宁福朋喜来登集团酒店总工程师骆庆升向中原媒体介绍该酒店情况

上海之旅 国际都会下的商业脉动



5月24日,建业置地广场“上海之旅”出行前

城中之城 匠心可究

看似平常无比,实则暗藏玄机,对福朋喜来登酒店和来福士广场规划与经营的深度认同挥之不去。

尽管上海之行只有短短两天,人们相互之间的不舍分离和对上海的赞叹不已让人记忆深刻。

如今距离上海之行已经过去几天时间,那两天的所见所感依旧挥之不去。实际上,剖析内心发现挥之不去的更多的是对福朋喜来登酒店和来福士广场规划与经营的深度认同。

大宁福朋喜来登酒店是大宁国际商业广场的重要组成部分,大宁国际商业广场是上海首座集商务酒店、办公楼、零售、餐饮、文化、娱乐、教育和城市生活配套设施等功能为一体的时尚新地标。

居住其中,可以在酒店自身的咖啡厅尽享美食,在大堂吧与朋友小聚,也可以走出酒店,

综合体的各种配套完全满足居者所需。喜来登酒店本身还拥有健身中心、温泉泳池等娱乐休闲设施,大小不同的宴会厅也能承办多种聚会。

24日晚上9时左右,记者走出酒店,淑女装、运动装、西班牙美食、蛋糕房等不同品牌、类别的店面散布在酒店四周。这正是典型的都市综合体,眼下,郑州也有不少项目规划为都市综合体,此类项目的迅速增加将会为城市发展带来无尽可能。

除却喜来登酒店,来福士广场是此次体验的重中之重,该广场属于新加坡凯德置地旗下的重要品牌,凯德置地对商业运营有着成熟科学的经验,它将进驻建业置地广场面临中州大道的三层物业。

从“喜来登”到“来福士” “巨人”首入郑州之马太效应

“巨人”来了,是自发形成的一个颇具威慑力的口号,喜来登集团酒店与凯德置地旗下的商业双双选中建业置地广场,是其进入二、三线城市重要的战略部署,也是对建业品牌的肯定与认可。

任何个体、群体或地区,一旦在某一个方面获得成功和进步,就会产生一种积累优势,就会有更多的机会取得更大的成功和进步。对于建业亦是如此,强者愈强,终将带来的不仅是置地广场本身的价值提升,而是郑汴路商圈的价值迸发。

晚报记者 王亚平文/图

上海归来,一路上人们都在探讨喜来登酒店与凯德置地进驻建业置地广场究竟会产生多大经济和社会效应?显然,眼下所有的畅想与探讨都是在充满希冀的基础上,是在二者对周围业态、区域价值提升方面有了亲身体会的见证下。一大批高端楼盘的相继落成入住,使郑汴路商圈在大型生活配套中心方面有了明显缺失,作为新区快速发展启动的关键区域,它的价值又需要在短时间内迸发。喜来登与凯德置地携手置地广场,似乎也是郑汴路商圈价值提升的先决条件。

中原冲动 马太效应下的商业启示

集群带动 马太效应

任何个体、群体或地区,一旦在某一个方面获得成功和进步,就会产生一种积累优势,就会有更多的机会取得更大的成功和进步。

尽管经济学界常用“马太效应”提醒决策者,要避免贫富差距过大,这也从另一方面说明了强者愈强,富者愈富的发展规律。

任何个体、群体或者地区,一旦在某一个方面(如金钱、名誉、地位等)获得成功和进步,就会产生一种积累优势,就会有更多的机会取得更大的成功和进步。

如今建业的积累优势正在淋漓尽致地发挥,此次上海之行的10多位业主,大多拥有建业的住宅,如桂圆、森林半岛等。在旅途中,河南摩尔化工有限公司的总经理张文保还不时表达后悔之意,“当初朋友建议我买建业森林半岛,我嫌贵,跟我在上海买房的价位差不多了,现在看来森林半岛是很适合居住的。”

建业的积累优势不仅体现在业主的高度认同,还体现在它已经具备较强的品牌效应。“今年喜来登集团酒店将逐步进入二、三线城市,在对城市交通、消费水平等方面加以综合考量的基础上,会选择当地的品牌企业。”骆庆

升坦言。

骆庆升本人对郑州的了解仅局限于交通动脉、大枢纽,对于建业却有着较为详尽的了解,他肯定建业的品牌价值与市场影响力,“喜来登集团酒店与建业签约事宜我没有参与,不过我对二者联手相当有信心。”

而凯德置地早就与建业有合作关系,其是新加坡嘉德置地集团在华的全资子公司,嘉德置地集团是东南亚最大的商业运营公司,它在对当地人文化生活考究的基础上,利用专业化团队,引进国际商业运营模式和国际生活理念,将时尚的、流行的、经典的、奢华的家居、服装、餐饮品牌共同融入商场之内。

正如来福士广场一样,时尚、简约却人流如织,内部业态相互补充促进,产生凝聚力,带动区域消费人气与潜力。

喜来登酒店与来福士广场强大的都不仅是项目自身,而是整个区域的价值提升,与建业携手,将积累优势充分利用,强者愈强。

业态聚合 人流汇集

中州大道与郑汴路交会处被誉为机场第一站,从机场高速直奔建业置地广场,城中城生活由此开启。

在参与此次上海之行的置地广场业主中,有一个极为显著的特点,无论男士、女士,他们基本都是生意人,有在建建材从事建材销售的,有从事化工产品销售的。他们大都不是第一次拥有建业的房产,而且在置地广场有包括soho、写字楼与布提克公寓等多套房产。

这几位业主具有极强的代表性,郑汴路商圈以建材家居销售为中心,除了建材,这里同郑州火车站商圈一样是财富集散地,它的物流甚至是火车站商圈的若干倍。这里有万余家大小商户,他们创造财富、拥有财富。如建业桂圆等中高端住宅又相继落地郑汴路附近,如今已发展成熟。

随着郑东新区会展经济的崛起,每年数次大型国际会展带来了强劲的消费力,而附近区域真正的国际大酒店和消费中心略为欠缺。

诸多方面综合起来,无疑说明了郑汴路附近潜在着巨大的消费潜力,这些消费潜力的递

增一方面使郑汴路商圈大型生活配套中心的缺失愈加明显,一方面为建业置地广场的未来及区域未来带来无限可能。

在上海福朋喜来登集团酒店总工程师骆庆升看来,“潜在的消费群体是一个综合体发展壮大的前提,而没有购物场所自然留不住酒店客源,酒店自身及周围有多种业态供客人及区域人们消费是整个项目提升价值的根本。”

上海福朋喜来登集团酒店是大宁国际商业广场的组成部分,这是与置地广场相似的综合体项目,不同的是置地广场不仅包括酒店、大型商业,还有精装布提克公寓、soho、5A 写字楼、国际公寓,共六种业态。

喜来登酒店与凯德置地同时进驻置地广场,暂不论对二者自身战略发展带来怎样的影响,单在置地广场二者不仅在客源上形成相互补充,共享资源,还可将置地广场这个综合体业态充分聚合,实现人流汇集和内部资源的循环流动。

积聚包围 商圈胎动

喜来登与凯德置地携手置地广场,对项目,对区域形成积聚包围的效应,郑汴路商圈建材、物流、商业平衡发展的时代或将到来。

“我们对置地广场更有信心了,以前只是对建业品牌的信任。”在对喜来登酒店和凯德置地旗下的来福士广场有了全面了解后,多位业主如此表示。

正如上海之行之前的多位业主一样,喜来登酒店与凯德置地的商业运营在更多人脑海里或许只是词语上的些许谋面,对其内涵、影响不甚了解,亲身体会后又会对其深深认同。

“喜来登酒店是国际准五星酒店,对进出于此的客人都是身份的象征,它进入建业置地广场是对项目价值的认可与提升。”一位置地广场的女性业主肯定地说。

此番言论体现出了她作为业主的自豪和对项目未来的无限期望,“建业总是能准确把握脉城市的发展方向,有较强的前瞻性,当初桂圆交房的时候,谁都想不到建业路附近能有今天的发展。置地广场作为建业的第一个商业项目,矗立于郑汴路与中州大道势必占据未来郑州发展优质资源。”

凯德置地旗下的商场要入驻的是置地广场面向中州大道的三层物业,据了解,这里将是集购物、娱乐、休闲于一体的大型百货。凯德置地先进的管理经验在业界无人不称道,商业重管理与经营,但凡一个成功的商场总能带动人流的汇集与消费力的凝聚,因此在很多综合体项目中,开发商都会引进大型百货。

如此一来,喜来登酒店的客人就有了购物的场所,如上海大宁福朋喜来登集团酒店一样,与大宁国际商业广场相呼应、相支撑。

同在置地广场,带来的不仅是写字楼、布提克公寓、商业的人流循环互动,整个置地广场项目的勃发,对亟须改变现场的郑汴路商圈而言,无疑是一大利好,或许是区域消费中心的形成;有人曾将郑汴路商圈誉为“郑州东区的发动机”,其位于郑东新区与老城区的接合部,或许是带动老区发展,助推新区腾飞。

强强协助,积聚包围,郑汴路商圈建材、物流、商业平衡发展的时代或将到来。

置地广场垂询:0371-69168888

相关链接

喜来登集团酒店: 世界顶级豪华酒店喜达屋集团旗下最著名的品牌。有着71年历史的喜来登始终以倡导“处处从细节着手,重视与客人情感的交流”的待客之道而享誉世界。在80多个国家和地区拥有超过470家酒店,是进入中国的第一家国际饭店管理集团。目前喜来登酒店集团已在中国大陆、香港和台湾共有34家高端豪华酒店。

凯德置地: 新加坡嘉德置地集团在华的全资子公司,嘉德置地集团是亚洲最大的地产上市公司,嘉德置地的房地产和服务公寓网络遍布20个国家110多个城市。凯德置地自1994年进入中国以来,在华总开发业绩已超过450亿人民币,在上海、北京、广州、杭州、宁波、成都等40个城市开展业务。目前,凯德置地在中国所拥有的产业包括其旗舰产业——上海来福士广场、北京嘉茂望京购物广场和北京嘉茂西直门购物广场等。同时,已在深圳、重庆及长沙等城市开设购物广场,在中国管理着120多万平方米的购物广场,综合资产价值达13亿美元。



建业置地广场项目效果图