

在5月底的上海之行中,大宁福朋喜来登集团酒店总工程师骆庆升表示,“喜来登酒店要大举进入二线城市,每选择一个城市及项目,会相当谨慎,有许多考核因素,对于在郑州的发展,非常有信心。”

之所以有此说法,一是郑州及建业为喜来登及凯德置地的全国扩张提供了绝好跳板;二是建业品牌及置地广场较强的影响力与前瞻性。

只是品牌实力、管理运营实力均较为强大的两者进军郑州,选择建业,是否可以实现三者的合作共赢?

情牵建业,滴水见阳

首次进入中原,选择建业,在对建业价值肯定的同时,也开启了他们入驻二、三线城市之门。

“今年是喜来登集团酒店进军二、三线城市的关键一年,欲在全国开业近百家。”在记者问及缘何进入郑州,又为何牵手置地广场时,上海大宁福朋喜来登集团酒店总工程师骆庆升这样说道,“郑州地处中原,是全国重要的交通枢纽城市,物流发达,高端人士往来频繁,高端酒店就有了必需的客流。河南建业在房地产行业是很有品牌效应的,我们信赖它。”

骆庆升没有亲自到建业置地广场项目考察过,不过在他看来,喜来登集团对于酒店选址一向谨慎严格,考核条件包括交通、消费水平、客流等诸多方面,最终能与建业签约,就是对置地广场项目综合实力的最好证明。

与骆庆升同样娓娓道来的还有上海来福士广场总经理陈慧鲜,该广场是凯德置地旗下的商业运营品牌。在置地广场,凯德置地也将经营一个类似于来福士广场一样的主题百货商场。

“凯德置地旗下的商业有多个品牌,商场的运营都是集团派专人过来管理,我们把每一个商场都打造成了区域消费中心,来福士广场就是青年人的天堂,这是一个有显著标志的综合体。”陈慧鲜说道。

在上海,记者看到了儿童用品、娱乐设施、休闲餐饮、大型宴会配套齐全的喜来登酒店;品牌繁多却整齐划一、人流如织、店面设计时尚前卫的来福士广场。数算着上海的发达与国际化,忽然明白了人们对喜来登与凯德置地入驻建业置地广场喊出“‘巨人’来了”的用意何在。

这番用意不仅在于是二者进军二、三线城市迈出了关键一步,也在于郑州市民对于二者到来充满希冀,眼下快速发展的郑州的确缺乏高端酒店,经营得风生水起的商场也为数不多,整个市场亟须新鲜血液入郑,为郑州经济发展注入强心剂。



喜来登酒店肉课



喜来登酒店儿童娱乐区

地广场的六种业态循环互动。喜来登酒店有酒店王国中的“财富吸引力”之称,从它所涉及的城市来看,每年吸引几十万商旅用户,将高端客户归入其门下,并非纸上谈兵。

“如果无处购物,酒店的客人会越来越来,因此酒店与商业是相互补充。”骆庆升表示,郑州的建业置地广场就犹如上海的大宁国际商业广场,凯德置地将占据置地广场面向中州大道的四层商业做百货商贸购物娱乐中心,酒店与商业人流的循环互动由此

形成。

两个国际品牌同时发力,置地广场对商铺、商业进行统一管理,写字楼与公寓的物业升值成为情理之中的事。

对于两大正在实施快速扩张的品牌,进入郑州,选择建业或许再合适不过。国际品牌的号召力与先进管理理念,本地品牌的渗入人心和物业业态规划合理,从上海到郑州,成功范例或许可以复制甚至提升,三者实现共赢自是情理之中,意料之内。

“巨人”入郑之终极猜想

“‘巨人’来了,是一场战略图谋,国际品牌与本地品牌的强强联姻,既可为喜来登、凯德置地打开中原市场迎来开门红,又使建业的商业运营运筹帷幄。

“‘巨人’来了,引人关注的是其入驻建业置地广场,积累优势的快速产生,将带来怎样的马太效应。

“‘巨人’来了,从这一口号的自发形成开始,置地广场的业主及更多人士不禁浮想联翩:三者能否在合作共赢的基础上,助推郑汴路附近区域的价值迸发,成为新老城区接合部综合体的成功范例?基于事实之上的猜想,意义显得非同寻常。

晚报记者 王亚平

国际先进的经营管理、商业运营理念注入置地广场

携手并进 区域价值迸发在即?

业态综合,城中生活

置地广场所提供给我主的将是一种全新的“城中城”生活模式,随着郑东新区崛起,不断给郑汴路与中州大道附近注入活力,或许这里就是以后的城市中心。

今年5月初,在获知喜来登与凯德置地签约建业置地广场后,记者第一时间与置地广场项目负责人取得联系。

“作为建业的第一个商业项目,置地广场严格谨慎地走过从选址到规划、开工建设的每一步,它将给市民提供的是一种全新的城中城生活。”建业住宅集团营销管理中心营销策划一部总经理胡文勤表示。

位于中州大道与郑汴路交会处的置地广场,一度引起业主、业内人士对其未来发展的质疑。因为眼下的这里谈不上繁华,“一个真正能实现物业升值甚至带动区域发展的项目是否拥有前瞻性是重中之重。”胡文勤说道。

仔细回顾建业集团从桂园到联盟新城,不但实现了业主购置房产财富保值增值的基本需求,更与城市发

展规划不谋而合,因此业内曾有人笑谈:“如果不清楚郑州的发展方向,看看建业往哪儿盖房子就知道了。”

这句笑谈印证了人们对建业价值的深深认同,然而一个商业项目是否具备长久成长性,还取决于它规划的差异性和运营团队的专业与否。

“郑东新区崛起给郑汴路与中州大道附近注入了活力,以后的这里不再是城市边缘,或许有可能成为市中心。”上海之行时,业主纷纷畅想。如此一来,融酒店、写字楼、商业、布提克公寓等六大业态于一体的置地广场将提前上演“城中城”生活。

过不了多久,外地入郑的商务人士就可以下了高速直接进入喜来登酒店,与朋友在酒店休闲场所或者凯德置地商业广场会面,或许洽谈业务的地方就在SOHO写字楼里,国际快捷生活由此开启。

强势入驻,力挫群雄?

迈向国际化的郑州,缺乏高端酒店与大型商业,两大巨头的入驻,极大提升了置地广场的品质。

近两年,随着城市发展步伐的加快,各开发商都试图引进国际元素融入项目建设,从住宅到商业,以及人们已经不再陌生的都市综合体。

都市综合体是城市发展到一定程度,人们生活需求更为方便快捷时应运出现的,它的蜂拥而至,带来了希望也产生了弊端。很多城市综合体项目由于前期规划、后期运营管理不科学,要么商业经营毫无生气,要么商业的嘈杂干扰了居住的宁静。

置地广场如何在都市综合体中力挫群雄?这是一个值得斟酌的问题。

写字楼、公寓、酒店、大型商业等置地广场的几大业态有一个共同点:高端。这种高端不仅是品质,更是规划、管理上的科学。例如,精装修的布提克公寓可以满足经常往返郑州的商务人士的居住需求。中州大道与郑汴路交会处被誉为机场第一站,下了机场高速,将住宿安排到喜来登酒店是情理之中的,一是身份、品位的象

一个是世界顶端酒店品牌,一个是国际商业运营的楷模品牌,喜来登与凯德置地签约建业,是对中原价值、建业价值的认可。

然而“巨头”来了,隐含着强烈的企盼与期望,仿佛久旱逢甘霖。人们希望喜来登与凯德置地携手建业,带来的不仅是项目本身价值的实现,而是如上海一样带动区域价值的凝聚与迸发。

破茧成蝶,郑汴腾飞

置地广场的出现,以及两大巨头的到来,将结束郑汴路商圈业态单一的历史局面,形成新的商业格局,商业+市场+购物中心。

在“巨头”来了前两个篇章的报道中,记者曾对郑汴路商圈现状及发展潜力作过详细分析,郑汴路商圈建材家居市场聚集,大小商户万余家,有数万位外地商业从业者,潜藏了无尽的房产租、购空间。由于郑东新区的快速崛起,郑汴路与中州大道交会处附近区域作为新老城区接合部,承载着财富中转的使命。

郑东新区配套尚不健全,各大企业总部却已纷纷入驻,休闲、娱乐、酒店等配套就显得颇为急切,特别是大型会展的频繁举行,会展经济也带来了强劲的消费力。

中、高端小区在建业路附近纷纷落成,随着业主入住,与生活配套相关的消费短缺就愈加明显,这也正是人们所说的郑汴路商圈单条腿走路。

从区位上看,建业置地广场占尽了先机,老城区接合部,机场下高速第一站;从城市发展来看,郑州正需要有国际影响力的高端酒店和商场;从人脉上看,建业、喜来登以及凯德置地都以责任、专业著称。

从某种程度上讲,建业置地广场将天时、地利、人和都很好把控,从宏观到微观予以全面把握、通盘考虑和谨小慎微为项目的发展做好了准备。

以上海大宁福朋喜来登酒店对大宁国际商业广场的带动作用,可以想象进入置地广场后,对整个项目及周围区域的带动作用。

“这里以前商业不发达,高端酒店更是少之又少,现在不一样了,这个综合体与酒店相互补充,它们共同促进了区域的发展,周围人们都来此购物,这里变成了一个区域商业中心。”骆庆升介绍说。

来福士广场是青年人聚会的天堂,紧邻地铁出口,气氛轻松,人流如织。两个国际品牌纷纷选择建业成为他们进入二、三线城市的跳板,本身就是一种肯定与认可。

凯德置地与喜来登的到来,为建业置地广场注入了更强大的发展潜力,为郑汴路商圈融入了新血液。这样的结合或许将改变郑汴路商圈单条腿走路的现状,通过置地广场项目助推整个区域的厚积薄发。

置地广场垂询:0371-69168888



建业置地广场项目夜景图

选择建业,能否共赢?

国际品牌的号召力与先进管理理念,本地品牌的渗入人心和物业业态规划合理,从上海到郑州,成功范例或许可以复制甚至提升。

商业高速发展的今天,纵观全国各地,强强联合的事件并非少数,商业项目招商动辄都是品牌云集,然而真正将各大品牌效应发挥淋漓尽致,实现业态上的融合与互补,最终烘托商业项目价值的却少之又少。

因此人们一次次地关注巨头到来,关注事件始末与终极效应。喜来登与凯德置地携手建

业置地广场,他们的合作能否带来共赢,并助推区域价值的迸发?

作为建业集团的首个商业项目,置地广场一次性全部开工,是一座融合了酒店、商业、5A写字楼、SOHO、布提克精装公寓、国际公寓六种业态的都市综合体。

与市场大多数的综合体项目不同的是,置