



主持人 冯刘克/文 晚报记者 赵楠/图

郑东新区拥有着超前的城市规划和完备的硬件设施,处处体现着现代化和国际化,它更多地担负着提升郑州城市形象和品位的重任。作为该城区的生活配套项目,商业应当有着什么样的气质?商业发展所面临的机遇和挑战是什么?本期“侃侃三人行”栏目邀请了郑东新区一个商业项目的负责人,对郑东新区商业颇多思考的行业专家和消费者代表共同探讨这些问题。

郑东新区 下一个商业高地?



嘉宾

郑州
宝龙城市广场商业管理有限公司总经理
耿圣光



嘉宾

上海
贝兹管理发展有限公司华中首席代表
谢涛



嘉宾

永安
信金融服务机构河南区域总经理
段永森

主持人:你对促进郑东新区商业发展有何想法或建议?

耿圣光:政府的配套政策和全力支持,对郑东新区的商业发展具有一个很好的促进作用,比如公交线路的调整和优化,可以更好地衔接郑东新区和传统城区之间的联系,让更多的人愿意到郑东新区工作。商户们需要坚定信心,到郑东新区投资,为将来更大的发展奠定坚实的基础。郑东新区的商业项目与传统的商业项目不同,在经营理念上有很多差异,这也对管理团队提出了非常高的要求,必须能够走到行业的前沿,熟悉全新的业态,所以希望有更多具备现代商业管理经验和现代商业理念的人才进入郑东新区。

谢涛:当前,区域一体化、发展差异化、要素流动化的商业经济环境,也同时让郑东新区的商业发展面临着新的机遇和挑战。其中的总体思路和突破路径是,依托独特的区位优势,借助政府的政策支持,立足中原的契机平台,整合内外的资源网络,寻求健康的商业的转型发展。在整个郑东新区的发展框架下,在各功能区板块上进行更专业化的城市规划,确立发展方向,寻求更明确的发展定位,以便于进一步实施;新城区的建设和发展,是一个庞大的新城市运营过程,在发展目标明确的前提下,要借鉴上海浦东等成功的开发建设经验与模式,因地制宜,以便更快更好地进行建设;新城区的建设发展过程,在明确了各功能区专业的规划下,结合新老城区的商业发展不同,整合区域优势资源,形成与老城区错位的发展态势,以点带面,确立中心,使整个郑东新区的各区域板块及商业形成多业态发展的局面。要利用整个大郑东新区在河南的区位优势,合理利用和结合周边各产业带资源,以郑州、开封以及周边城市的经济发展为辅助动力,相辅发展,使之成为中原城市群的发展龙头。

段永森:引领潮流,代表郑州商业发展水平是郑东新区肩负的使命。因此,该区域的商业项目应当与“时尚、前沿、国际、绿色、健康”等特征相吻合,这样才能保证郑东新区的整体协调性,并发挥其提升郑州城市品位的积极作用。

为整个中原经济发展的龙头。整个郑东新区的建成,将形成新老城区的差别。新城依托使命规划,将会形成新的商业经济中心,形成不同于老城区的新的消费圈。随着建设的推进,要满足生活、办公等所需相关性的配套商业,如大型综合生活卖场会相继出现。当人口及消费日趋成熟,百货类卖场、新城区区域性批发零售等行业同时共存,并与高成长性的企业相伴。在商业兴起方面,政府要加以引导,支持,并需采用不同于老城区的商业模式来发展新城区经济。

段永森:作为一个完整的城区,郑东新区需要各种模式和类型的商业项目,大型商业项目和便利店都有自己存在的理由。如果要谈郑东新区的特殊性的话,我觉得位于这一区域的商业定位应该比郑州传统城区高端一些,特色鲜明一些。

有零售业和服务业的内容,弥补城市配套的空缺,适合绝大多数的消费群体。虽然现在面对着郑东新区居民入住率不高的状况,但是也要看到发展和将来。对于经营商业的人来说,现在是一个非常好的进入机会,如果拿股票作比喻的话,郑东新区就是潜力股。我们一方面看到了人气不足,另一方面还要看到租金和各种费用的低廉。而在不久之后,这两个方面都将发生翻天覆地的变化,现在进入无疑将享受到一个高速增长的过程。

段永森:郑东新区有着巨大的商业发展空间,必将成为各种主流商业力量角逐的舞台。无论是本土商业还是外来商业,如果避开郑东新区显然对企业的长远发展是不利的。而现在面临的挑战是这些商业项目如何找准进入的时机和把握该区居民的需求。

带动消费者的购物消费,同时满足消费者的精神和物质需求。比如宝龙城市广场,它要做的是真正意义上的 shoppingmall,其外部环境、内部环境和空间非常适合休闲,消费者到这里来就是休闲娱乐,甚至是旅游,在休闲的同时可以进行购物。

谢涛:发展郑东新区,是城市经济增长,城市框架拉大的一个趋势所在。从政府的规划来看,整个东区西起中州大道,东至京珠高速,北至连霍高速,南至机场高速,共分出了 CBD 中央商务区、商住物流区、龙湖区、高校园区、物流园区、国家经济技术开发区六大区域板块,实际上,它的建成,形成了与上海浦东等类似的高发展性新城区,是一个庞大的造城计划。这种区域性功能划分是依据政府指导性指令性规划出来的,每个区域都赋予一定的用途规划在里边后,再付诸于实施。就整个区域产业而言,将成

CBD 商务区为核心、类似于上海浦东新区的发展一样成为中原经济亮点。目前东区发展的挑战在于,一方面鉴于新老城区的发展地位、商业氛围及竞争态势不同,必须整合区内的所有发展资源,形成不同于老城区的独特优势,必须要保持错位的发展态势。另一方面,解决人口少,企事业单位少,办公、生活配套设施薄弱,传统交通滞后,大量物业空置等滞缓发展的问题。

耿圣光:目前郑东新区整体的商业氛围还没有形成,城市的功能还不完善,配套项目还不齐备。商业也是城市的生活配套项目,既然是配套项目就要走到前面。我认为宝龙城市广场这样的商业项目就大大完善了城市的功能配套,它包括了百货店、超市和许多专卖店,又加入了众多休闲、娱乐、美食的功能,涵盖所

主持人:在你看来,郑东新区适合什么样的商业项目和模式?

耿圣光:虽然同在一个城市,郑东新区与郑州传统城区却有着完全不同的特点。郑东新区规划设计十分超前,完全是按国际化的标准建设的,整体环境非常好,有着便利的交通条件,具有国际化都市的特征。这就要求与其配套的商业项目也体现出国际化和现代化,具有国际特色的 shoppingmall 商业模式就非常适合郑东新区。在郑州传统的商圈,很多商业项目只是让消费者为购物而购物,目的十分明确。这种项目受物业条件和商业模式的限制,对于消费者日益增长的精神文化需求,如娱乐、休闲、餐饮则无法满足。郑东新区的商业项目将更注重以休闲、娱乐等设施

主持人:怎样看待郑东新区商业的发展前景?目前的挑战在何处?

谢涛:依据整个城市的建设规划及目前的发展情况,依托政府的大力支持,郑东新区的未来发展前景是比较美好的,毕竟郑东新区的规划比较超前,是赋予一定的历史使命在里边的,是一个新城。其区域属性区别于老城区等传统商圈的商业形态构成,当前高附加值、高成长性商业及生产、生活、办公配套性的商业发展潜力巨大,有着非常好的投资机会。经过几年的发展,随着大量商业项目的运营,大批金融性企业的进驻,及各区域性功能板块的全方位启动,将会形成多业态共同发展的商业局面,整个郑东新区将成为以

中博家具旺销“端午”

端午节被定为国家法定节假日之后,正在逐渐显示出其对消费的号召力。刚过去的今年端午节小长假,带给人们的不仅仅是3天的假期,3天的休闲,也为中博家具中心等家具批零市场带来了盆满钵盈的销售业绩。 晚报记者 冯刘克 许琳琦

多重优惠 引人关注

假日营销中最为常见的折扣是最为直接的促销手段。今年端午节,中博家具中心的各家商户无一例外地推出了幅度较大的折扣。不仅如此,在超低折扣的基础上还有形式多样的赠礼活动。

中博家具中心名店街的中国名牌“全友家私”推出了主题为“开心六一,童心的奖赏,全友与您共欢乐”活动:最新上市的卡通儿童套房4450元起、沙发2980元起,欢乐礼品大放送,熊猫抽纸盒等送给消费者一系列假日优惠。名店街“赖氏家具”在活动期间所有产品七五折,除此之外还推出了部分特价款,作为实木家具销售,这样的折扣力度实属少见。

联成家私城的商场负责人介绍说:各个商户都很积极地配合商场的整体活动,折扣、赠礼不含糊,因此这个端午小长假的销售业绩也不一般。不仅作为特色销售的儿童家具销量较大,整体的销售额较同期也增长50%左右。

文化活动 精彩纷呈

端午节不仅关乎龙舟和粽子,中博家具中心推出了众多的文化活动营造节日的氛围。其中,在名店街南方家私形象店举办的“绣球姻缘,情定端午”高端相亲活动受到了很多人的欢迎。家具本身就是一个与家有关、关乎爱情的物件,正是爱情的甜蜜才赋予了家具的生动与灵性。由于社交的局限,现在有很多青年男女



迟迟没有遇见自己合适的另一半。中博家具中心此次活动的举办为他们提供了展示自我,结识他人的平台和机会。红酒绣球、俊男美女,活动现场氛围相当浪漫,一场古典与现代、传统与时尚完美结合的相亲大会,千元家居大奖的送出,更是为现场配对成功的情侣们投以爱的关怀与奖励。

中博家具中心统一策划的“中博儿童家具节”也在端午节提前与小朋友见面。件件精美

的卡通儿童家具、款款科学美观的儿童套房为中原小朋友们准备了一场趣味、实惠的儿童家具“乐购大餐”。端午节期间,这些精美儿童家具吸引了许多孩子和家长的驻足,商场销售人员仔细地为他们讲解了少儿家具的组合、功能,并为他们量身推荐了适合孩子生活学习的家具款式。“买家具,得家具”,家之都家私城推出的购买儿童家具,送卡通家具的活动也受到了广大家长的追捧。