



城郊商圈搅动一池春水

升龙又一城商业广场率先落子，抢得先机 高新区商业的机会来了

作为全国著名的商贸城市，商业繁荣一直是郑州引以为傲的资本。

然而，不容忽视的是，历经20余载发展，郑州高新区依然罕见大型商业中心，以至于近30平方公里的区域内仍处于商业空白。

这种空白，从某种意义上说，也是一种机遇。

如今，在“产城融合，宜居宜业”路径指引下，高新区正面临由“区”变“城”的“二次创业”，房企布点商业棋局，城市面貌日新月异，区域商业焕发生机。高新区，这个昔日偏安西北一隅的商业“沙漠”，已萌发出“绿洲”的迹象。

令人欣喜的是，今后，郑州还将打造高新商业中心等3个城郊商业中心，这再度给高新区的商业未来带来无限遐想。

郑州晚报记者 王磊
文/图



高新区商业备受资本关注

SBD机遇下的高新区商业契机

商都郑州，有关“商圈”的争论似乎从未休止过。

城市化的飞速发展，加速了商业发展的进程，但对于雨后春笋般出现的“商圈”，却鲜有人能给出更为官方的注释。

而就在两个月前，一个官方的声音搅动了一池春水，郑州高新区的商业机会来了！

3月10日，郑州市政府发布消息，郑州市将借鉴“北上广深”的商业理念，利用地铁和快速路的交通优势，根据地域特色、产业资源和功能定位，按照全新的SBD(英语“城郊商业中心”的缩写)发展模式，打造3个城郊商业中心。

大郑州的这3个城郊商业中心里，高新商业中心就像烫了金的牌匾赫然在目，以高新城

科学公园为中心规划建设，锁定科技、教育消费人群。与郑东CBD综合交通枢纽商业中心、航空城商业中心一起成为郑州新商业格局的都市级代表商圈。

何为城郊商业中心？诸如国内的北京顺义、上海青浦、广州花都、深圳宝安等一线城市的城郊商业中心，已成为居民的购物首选地。开车去城郊购物，已经成为这些城市时尚生活的方式之一。

而这种生活方式很快会在郑州上演，据《郑州都市区空间发展战略规划》显示，到2020年，郑州都市区总面积约1700平方公里，二七等传统商圈显然不能满足居民的消费需求。业内人士预言，未来3至5年，郑州城郊将是新一

轮现代商业发展的重点区域，以满足新型城镇化进程中，城市规模扩大、区域人口聚集、产业发展带来的新兴商业需求。

无独有偶，此规划一出，便得到了知名商业企业的重视。以高新区为例，近期，高新区政府频抛橄榄枝，力邀50家国内知名企业、30家金融机构前来选址投资。

此外，4月28日，升龙又一城商业广场招商大会上，永辉超市、奥斯卡、苏宁电器、屈臣氏、星巴克、必胜客、德克士、海底捞等众多一线商家均表示要抢先入驻。记者采访获悉，他们对高新商业中心的未来普遍看好，而升龙又一城作为高新区商业里程碑式的项目，其商业价值更是不可估量。

“沙漠”到“绿洲”的嬗变

然而，纵观目前郑州的商业格局，让人有些尴尬的是，唯独高新区尚未出现大型商业中心，以至于近30平方公里的建成区域仍然处于商业“沙漠”。

这难免让人疑惑，高新区有能力支撑起城郊商业中心吗？

“城郊商业中心最大的优势是定位明晰、交通便利。”河南省商业经济研究会常务副会长宋向清对城郊商业中心的未来颇为看好，他说，相比传统商圈一站式、全覆盖的购物特点，其“自成一体”的特色有利于催化郑州商业从单中心走向多中心的格局，再加上便捷的轨道交通和快速路网，有利于解决城市规模过大、区域人口过于集中引起商业功能不足的问题。

郑州泽龙置业有限公司副总经理王伟分析说，从外部环境来看，新一轮城市规划将着力打造郑州腾飞的另一只翅膀——高新区，与郑东新区形成“两翼齐飞”态势；从交通优势来看，郑州高新区际会了地铁1、8号线，三环快速路又将其与主城区无缝对接，无论是开车还是搭地铁去高新区消费都很方便；而从消费力上看，高新区有高新技术企业3000多家，省内知名高校4所，大型社区10个以及城中村15个，高达40万的巨大消费人群足以支撑起一个新商圈的诞生。

暂且不说城郊商业中心能否给郑州市民带来“北上广深”那样的时尚生活，但确凿无疑的是，这将首先惠及在高新区工作和生活的人。

老李是高新区某科技园的职工，来郑州七八年了，在他眼里，高新区环境好、交通好，可唯独商业落后，他说：“以前去二七购物总有种‘进城’的感觉，回到高新区总觉得这只是个工作的地儿，如果商业配套完善了，我们就不用来回周折了，生活在这儿也更有归属感。”

今后，老李的烦心事将越来越少，按照规划，高新区正经历由区向城转变的“二次创业”，如今，升龙、万科、谦茂、祝福、明瑞、正弘等数十家房企正将商业开发的触角伸向这里。业内人士预测，高新区将在两年内新增150万平方米商业体量，将彻底扭转高新区“商业塌陷”的形象，这里的商业繁荣指日可待。

升龙又一城填补区域商业空白

毫无疑问，在“产城融合，宜居宜业”诸多利好的滋润下，高新区，这个昔日偏安西北一隅的商业“沙漠”，已萌发出“绿洲”的迹象。

随着高新商业中心的的确立，这场有关城市商业版图的“填空”游戏里，率先落子的一方总会占尽利好，抢得高新城发展之先机。

而位于高新区前沿的升龙又一城即是这捷足先登的天合之作。

升龙集团郑州区域总裁刘榕指出，高新区有近千家大中企业，城市基础设施配套建设日趋完善，人力资源、教育资源、交通资源已经有了质的飞跃，需要一个具有代表性的综合体项目来满足高层次的文化、娱乐、休闲、消费等需

求，印证未来的发展潜力和区域的影响力。升龙正为此而来。

升龙集团惯以“城市运营专家”的气度引领城市发展，此次也不例外。升龙又一城商业广场率先布点高新区商业棋局，推出10万平方米“商住分离”集中式商业，集生活化、主题化、功能化的生活型与泛商务型商业融合体，将集中高新区最多的主力店、特色店、旗舰店，店面总面积超过1000间，精品百货、百强超市、大型电器卖场、五星级影院、数码广场、大型KTV、特色美食等均汇聚于此，一举填补区域10万大学生、5万科技产业精英、25万常驻居民的一站式消费空白。

正如参与招商大会的屈臣氏、星巴克等知

名商家负责人所言，一个商业项目若想取得成功，需要占据城市发展核心区位，同时具备科学合理的规划设计、强大的消费基础以及良好的运营管理团队等关键要素。

业内人士指出，升龙集团拥有丰富的商业地产运营经验，与国际国内百余家一线品牌商家，如赛博、永辉超市等零售业巨头建立长期合作联盟，并已形成了稳定的运营模式，这都必将汇聚滚滚客流，为升龙又一城商业广场的崛起提供更强大的支撑。

另据专家预言，升龙又一城商业广场的入市可谓占据天时地利人和，将率先成为高新区最具首位度的商业区之一，甚至有望成为高新商业中心的标杆商业体。