

大商河南首家 Shopping Mall 落子郑州西区

本报记者 赵羲

近日,大商集团郑州地区集团对外宣布,其在河南的首家 Shopping Mall 落子郑州西区,项目面积近11万平方米。自去年下半年以来就频频传出上亿元大项目入驻的郑州西区,随着大商的进驻再次被引爆,不日将迎来重新起飞,商业格局的更改也值得期待。

据悉,今年“十一”前后,大商集团牵手中原新城,敲定了总面积近11万平方米的大型商业广场项目。该项目位于陇海路与桐柏路交叉口东南角,郑州西南中心区的核心位置,按照预期,将于2012年实现开业。

实力 首家 Shopping Mall 落子

大商集团郑州地区集团皇甫立志接受采访时曾表示,同时具备购物、餐饮、娱乐等多种功能的 Shopping Mall 是今后百货商场的发展方向,这一趋势将越来越明显。此前,大商在郑州已拥有四家百货店,均因为硬件所限,无法做成真正的 Shopping Mall,此次中原新城项目可以说一了其夙愿。

按照规划,大商的新项目为地下一层至地上五层布局,负一层至四层单层约2



万平方米,负二层为大型商业停车场;计划为新玛特大型主力百货店,超市大卖场,室内商业步行街及餐饮娱乐结合的模式;其中新玛特主力百货店为汇集百货、超市、电器、餐饮娱乐等的多功能综合配套业态,为消费者提供一站式商业城市广场;商业步行街引入流行时尚品牌店、次主力店、餐饮、娱乐等项目。“丰富商业业态,满足不同客群需求,将其打造成为西区最繁华的一站式购物场所”,这是大商的规划初衷。

据悉,为使项目符合大商的需求,他们从商业前期开发就已参与,规划了 Shopping Mall 的形态和布局。比如,在前期的设计中,中原新城项目已经融入了最先进的商业规模构想,影院就是为迎接真正的3D影院而设计。

格局 大商“西游”的动力所在

郑州西区商业起起伏伏,近些年日益

沉寂,已经成了大家有目共睹的“商业洼地”,作为一个走向现代化的商贸城市,出现这种状况很不寻常,也势必难以持久。自去年起,西区顿成商业热点,据统计,已有18个超亿元项目入驻。大商首家 Shopping Mall 落子此地,对西区商业的复兴预期不言而喻,重新划分省会商业格局的动力十足。

据了解,中原新城大型商业广场项目是大商集团在郑州的第11家店铺,也是在郑州的第5家百货店店铺,同时又是大商集团在河南的第26家(含筹备)店铺。而这一项目的体量之大和业态完整程度,足以使其成为郑州商业的一个标杆。

中原新城项目地处郑州西南中心区核心位置,周边是传统的教育行政聚居地。周围交通便利,改造后的桐柏路已大有新的“财富大道”之势,而且公交线路多,有快速公交BRT等多条线路,其中规划中的地铁5号线停靠站正在该商场正门前,并且地铁出口与负一层超市连通。

可以想见,作为郑州商业龙头之一的大商进驻西区,而且拿下一个10多万平方米的商业项目,这为西区的商业复兴又投下了一颗重重的砝码,多区域、多中心的省会商业格局可期。



品牌升级 感恩回馈 新玛特金博大店再现新颜

本报讯 11月,新玛特金博大店借大商集团16周年庆之势,连续三周的大力度回馈,给中原消费者带来了不断的惊喜大餐。据悉,本周该店部分品牌升级后正式亮相,而感恩回馈的大型促销仍在持续。

11月15日,依恋公司位于该店的旗下女装、童装品牌 Eland、Prich、Roem、Teenie Weenie、Scat、Scofield、EBLIN、Body pops、Paw in Paw、Eland Kids 同时进行了店面形象调整,历经近两周的时间于24日崭新亮相。该店少女业种经理称,依恋公司旗下的各个品牌此次整体装修,主要是对形象进行转变和升级,结合崭新的货品陈列,更好地展现在广大消费者面前。

本周是11月的月末,25-28日,新玛特金博大店再次聚首各个重点品类,重点品牌展开感恩回馈、礼享全城的月末感恩活动,百货服饰5折起。26-28日顾客于女鞋、家居、羊绒、男装、淑女装、少淑装、男鞋等品类现金50元兑换100元礼券,购物满800元起再享六级超值好礼的回馈。

在月末的感恩回馈中,刚刚蜕变成蝶的品牌新形象会给消费者带来全新的感受,促销力度也是不容错过,新玛特金博大店呈现的精彩华章值得期待。

(耿国振)



栏目记者 赵羲

从郑州市场近期的表现来看,房价处于平稳上涨的通道,中高端产品占据了市场主流。诸如恒大名都等地处城区核心地段的高品质项目,具备土地稀缺、配套成熟等优势,未开盘即受到市场的追捧。

本周日,恒大名都即将开盘。有业内人士判断,该项目因其独创的实景精装模式,再加上85折的特惠,必将轰动全城。

郑州首现实景精装房

11月28日恒大名都85折耀世开盘

本报记者 黄晓娟



【全城瞩目】 成本价实景开盘,85折礼献全城

对于大部分的购房者来说,购买实景楼盘无疑是一种风险性较小的购房方式;但对于开发商而言,实景则意味着承担巨大资金压力和对品质的足够信心。所以,当恒大名都以首创的“实景精装”模式亮相郑州时,立即引发了轰动效应。

昨天,记者来到位于东风路与文化路交会处的恒大名都。尽管楼市正遭遇史上最严厉的调控政策和加息形势,但这里仍是一番热闹景象,现场的售楼员忙得团团转,几乎分身乏术。据悉,许多市民都是冲着“恒大”的品牌来的。

一名置业顾问告诉记者,恒大名都自问世以来,就一直受到购房者的高度关注。“恒大的品牌在这摆着呢,而且位置和配套都具有无可比拟的优势,市场形势不好,更能凸显我们的价值。”

记者现场采访了几名前来看房的购房者,他们同样对恒大名都项目充满了期待与信心。

张先生是一名建材商人,在郑州从事建材生意多年,有了一定积蓄后,他打算在今年换套房子。“9月以来就看了不少楼盘,但总感觉不是很满意,要么位置不好,要么配套不成熟。”

对于新政下该选择怎样的房子,有着多年经商经验的张先生认为,新政下更应该买抗跌楼盘,这样才能保值升值,“比如好的地段、成熟的生活配套、产品的合理定价、企业的品牌和信誉度等,这些条件要作为选房的重要条件吧。”

当天,张先生看上一套120平方米的三房户型,“就等着开盘了,一定要给我留一套啊。”临走时,张先生不忘叮嘱置业顾问。

【豪宅样本】 世界级皇家园林,国际级航母配套

一个产品之所以能够称得上是“豪宅”,除了建筑品质之外,它引领的还应该是一种生活。

施工安全考虑,记者不能进入会所内部,但是大堂内金碧辉煌的吊灯已经让人叹为观止,据恒大有关负责人介绍,仅这一个吊灯的造价就十几万元,会所内部还设有恒温游泳池、棋牌室、健身房等诸多功能空间,绝对是五星级的标准,这也是恒大对豪宅生活的标准化配置。

难怪有业内专家评价说,近年来,郑州的高端项目不断面世,但是恒大名都从规划、设计到建筑,无不显露出一种与众不同的豪宅风范。“稀缺的地段,稀缺的品质,仍然把居住者的感受放在第一位,这样的产品才是真正的‘豪宅样本’”。

【精品品质】 9A精装,引领中原人居新标准

温先生是祖籍广州的客商。如今,他把自己的生意做到了全国,单在郑州,他的生意就上千万元。当得知恒大名都将在郑州开盘,他告诉记者,他一定会购买这里的房产。

“在广州,我买的也是恒大的房子。我相信,恒大一定也会在郑州为购房者创造惊喜。”温先生说,“恒大总是把真正有价值、有潜力的好房子奉献给消费者。”恒大出品“提升了城市生活幸福指数,成为能够品质老百姓买得起的好房子,是当之无愧的‘品质地产’”。

的确,与其他楼盘不同,恒大名都在诞生之初,就有着响亮而耀眼的名字,并承袭了“贵族”的基因。而“实景精装”精品模式就是恒大品牌的标志。

恒大相关负责人表示,恒大名都作为恒大在郑州的首发项目,将延续其独创的精品模式,并以一贯的企业运营、品牌、规模、产品结构、成本、开发和团队管理等七大优势,缔造名都系列的良好素质,精选世界顶级名牌。必将给河南百姓带来全新的人居体验,树立郑州人居豪宅新样板,引领郑州人居新典范。

据了解,恒大地产有一套近乎苛刻的“国际9A精装体系”,在长时间的开发实践过程中,通过6000余条质量标准来对每一个环节进行层层把关,无论设计、施工、监理还是验收等流程都严谨细致。在这套流程的“监管”下,松下、科勒、奥的斯、康耐登、摩恩、高利等知名品牌构成一个舒适的家。

在施工单位的设计、选用方面,恒大

名都致力于选用产品的人性化设计;家装用材中,不论是胶水、石材,还是乳胶漆,无一不采用环保材料;从地砖到卫生间,一系列的家装新工艺均得到运用。

目前,恒大精装修住宅已得到全国30多个城市的认可,其目的,就是为业主打造一步到位的奢华精装生活。

【稀缺价值】 中原战略IT核心,国际都会生活区

现代社会交通和沟通半径的扩大几乎消除了地区与地区、城市与城市之间的间隙,俨然形成一个地球村。但半径扩大和效率提高,几乎全都是以成本快速提高为代价的,看原油从每桶十几美元,快速涨到了每桶一百四十多美元,就表明了大家对未来的忧虑。

那不如将置业目光投向城市中轴。东风路,横贯郑州东西的主干道;文化路,纵贯郑州南北的大动脉。处于这两条城市要道的交会处,最容易令你想到的词汇是什么?便捷?资源?财富?其实不必费心去想,如果你选择恒大名都,这些都将归你所有。

在记者的采访中,看好恒大名都的购房者,几乎都提到了同一个关键词:地段。地段,地段,还是地段。这句地产界经典的投资名言无时无刻不在提醒着人们,去选择那些处于城市中心黄金地段的物业。

地段价值毋庸置疑,对于恒大名都,稀缺价值早已凸显。长久以来,文化路东风路都被认为是中原的“财智中心”:不仅有“中原硅谷”托起这里繁华的商贸,更有东风渠为这里输送新鲜与生态。

如今,伴随着恒大名都的即将入市,文化路东风路将被冠以另一个称谓:中原精品生活样板区。

优越的地段,直接提升核心价值。“这个地段的房子,想不升值都难。”是的,恒大名都,一个地处城市中心的物业,带给你不仅仅只是房子这么简单。

社会学家认为,准时、准确、坚决和雷厉风行,这四个品性构成了一个人成功的基本要件。而生活在城市中心,您就处在一个黄金节点上,能最快被人发现,也能最快发现别人,这不就是现代社会成功学的基本条件吗?

消费低迷网购冲击 百货业寒冬到来?

新闻:据《中国商报》报道,据零点研究咨询集团公布的最新一项调查显示,由于物价的持续走高,城乡居民的生活压力感较强,将有半数以上家庭计划未来一年要削减消费。在这种情况下,百货业如何调动早已形成“无折不购”习惯的消费者消费欲望值得关注。

另外,再加上电子商务等新兴渠道的兴起,尽管作为后来者,但其无可比拟的便利性和省去中间环节后的低价格特质,却刚好迎合了目前众多消费者的消费心理和当前消费低迷大环境下的消费预期。如何与其竞争,也成了百货业不得不长期思考的难题。

视点:时下伴随天气逐渐转冷,又逢元旦、春节等传统节日的临近,各大百货业似乎又如期迎来“暖消费”的黄金期了。然而,虽然有些商场目前顾客人气尚可,但只试不买的居多,并且对于服装价格的上涨多有抱怨。

中国连锁经营协会秘书长裴亮认为,之前的百货业一直过得很“舒服”,目前这样的市场前景对于正遭遇着服装价格大幅上涨与网购折扣战冲击的百货业来说又是一次挑战,更可能带来是一场革命,未来还需百货业做好市场预期,提前做好“入冬”准备。

商场停车券升级 “圈”住客人时间

新闻:据报道,无论是否碰上大促、店庆,杭州百货店的停车券紧张一直是个问题,购物满一定金额可以免费停车2小时也是业界不成文的规矩,但是,随着杭州大厦购物城、解百相继升级成商业综合体,客人在商业综合体逗留的时间逐渐加长,从今年开始,已经有商家开始酝酿调高客人的停车时间,杭州大厦购物城的金银卡客人就可以免费停车4小时,6小时甚至更长。

视点:有人说,百货店瞄准的是客人的钱包,Shopping Mall瞄准的是客人的时间,无论是百货店、商业综合体还是 Shopping Mall,都必须留住客人,而停车券,则是诸多“圈”客人方法中最显而易见的一种。

不过,延长停车券时间也不是件易事。有的商场也曾考虑过延长停车时间,但是因为本身处于闹市区,停车本来就很麻烦,要方便更多的客人必须加快车库的周转速度。看来,停车券升级的方子虽好,也不是谁都能用的。



冬季用品消费升温

天气渐冷,最近一段时间,市场上冬季用品开始走俏。

羽绒服已经成为广大市民御寒过冬的必备品了,近日记者走访了我市几家羽绒服品牌专卖店,比较后发现,今年各大品牌的羽绒服的价格均有不同程度的提高。

一家羽绒服专卖店工作人员介绍,现在购买羽绒服的市民比较多,但是销售高峰期尚未到来。某品牌专卖店的导购员说:“2010年羽绒服的新款基本上已经全部上市了,羽绒服的价格比去年有提升。这几天随着天气转冷来店试羽绒服的顾客也开始增多了,上个周末我们的导购员都忙不过来。”

在某事业单位就职的小陈近日就为自己添置了冬靴、羽绒服、围巾、电热毯等过冬装备,“虽然还不确定今年冬天是不是非常冷,但我肯定是要买羽绒服的,那不如趁着现在新款上市就买好,我还准备再买双暖和的靴子。”小陈说。而在某公司工作的林女士前些天也从网上订购了一床羽绒被,为家人过一个暖暖的冬天做足准备。

据悉,我市大部分超市和百货商店已经推出围巾、帽子、热水袋、棉鞋、电热毯等冬季用品,市区某超市经理告诉记者,现在冬季用品的销售量在逐渐增加,但是总体来看还是趋于比较平稳的状态。市民赵先生说:“不管是不是‘千年极寒’,冬天该添置的东西还是要添置的,我倒也没有特意去购买些什么。” 蒋国婷

