

2013年9月17日



德化新街·带你接轨地铁新生活

专题

责编 高立学 美编 李庆琦 邮箱 dhhbtt@126.com

抢占德化新街正红,中原首条三地铁枢纽商业街德化新街受到了品牌商和投资者的青睐,上演着全球资本财团的抢滩热潮。

德化新街 地铁元年重构第一商圈

解读全球财团抢滩德化新街

□记者 万军伟 文图



以温商为代表的国际财团慧眼聚焦德化新街

大商圈 全球品牌盼搭中原地铁“财富列车”

随着郑州地铁时代的来临,抢滩“地铁商业”的品牌商,正在进行着激烈的冲刺。

“德化新街的招商非常顺利,我们在与全球时尚服装、餐饮等品牌方的对接中,绝大多数都对这一郑州地铁枢纽商业表达了极大兴趣。”昨日,德化新街一位负责人告诉记者,“在蜂拥而至的全球品牌中,我们最重要的工作不是‘招商’,而是‘选商’,我们正在从2000余家报名的商家中,遴选100多家优秀品牌优先入驻。”

这位负责人说,招商启动后,不少商家主动赶赴德化新街表达入驻意向,但其中却将会有一部分被“淘汰”。“我们要招的商,是与项目定位和整体风格有效匹配的商家,能体现德化新街商业品牌形象的商家。”

据介绍,“僧多粥少”是德化新街的招

商现状。只有具有良好口碑和行业影响力及实力的品牌,才能优先在这里选铺。在确定招商意向后还需要依据经营者的资质评级,经过几轮PK后才知道“花落谁家”。

尽管招商并未定局,但对于郑州未来这一标杆地铁商业场所,出品方还是透露了部分主力品牌商特征。

本报记者获悉,韩国三大机构(韩国时尚购物中心协会(KIFSA)、首尔东大门服装输出中心(Doota)、韩国农水产食品协会(KOFTA))携旗下服饰、餐饮、化妆品、休闲业态等百余纯正韩国品牌将挺进德化新街,形成韩国品牌在中原的最大聚集地。

“今年10月上旬我们将举办一个签约仪式,韩国三大机构将携旗下数十

家品牌商家赶赴郑州,联合挺进德化新街。”德化新街一位负责人说。

此前一个时期,韩国时尚购物中心协会(KIFSA)、韩国农水产食品协会(KOFTA)等多家国际知名的时尚品牌机构负责人相继抵郑,对德化新街进行全面考察,已经初步表达出了强烈的合作意向。

除了韩国,全国最为知名的服装市场——广州白马也非常看好地铁商业的价值,有意向与德化新街进行对接,使其粤派品牌落户郑州。

此外,包括中国烹饪协会旗下品牌在内的国内数十家知名快餐、休闲品牌均已参与到中原这场地铁商业洪流中,试图掘金郑州地铁商业。

大实力 温州财团迪拜财团投资数亿

如果说招商成熟度和品牌商家实力,能够折射一个商业地产项目的层次和品质,那么能否赢得投资者的追捧,则彰显了其商业价值和升值潜力的高低。

“前不久,温州一位投资者一次性在德化新街买铺3个多亿。”德化新街一位负责人透露,“他是前来购买的第一个大户,项目刚动工不久就购买了。”

据了解,这位温州投资者出手大方的原因,在于早已在国内地铁商业中尝到甜头。他在广州、南京地铁均巨资涉足地铁商业且收益匪浅。在注意到德化新街在郑州地铁商业中的枢纽位置后,立

即“先下手为强”。

在德化新街的投资中,类似上述温州投资者这样上亿元的大户,还有数家。而千万级这样的投资客,则数量更多。

据透露,目前德化新街的投资中,还汇聚了意大利人、迪拜华人商会、美国人、韩国人等全球范围的客户。

投资客蜂拥而来,令德化新街一时成为郑州商业地产项目中的“明星”,价格呈扶摇直上之势。

“在德化新街,一个月甚至半月前买的铺,现在绝不止当时的价格。”一位投

资者对记者说,“由于德化新街投资方自持比例很高,有限的销售比例更增添了物业的稀缺程度。”

不过,令人深思的是,在德化新街的投资潮中,外地人买铺高于河南人,而且以江浙等经济发达地区居多,且都是大手笔。

“从投资角度,经济发达地区的外地人更懂地铁商业的价值。”对此,一位商业专家如是分析,“他们的商业前瞻性和敏锐度更高一些。”

大中枢 三轨交会真正“枢纽站”商业

德化新街缘何赢得了品牌商和投资者的热捧?

“德化新街的商业潜力和投资价值是最关键的原因。”一位投资者直言不讳,“纵观郑州市地铁商业,很难找到比德化新街位置更好的商业物业。”

与传统商业相比,地铁商业的运营对人流量的依托和诉求更高。人流量多寡往往直接决定一个地铁物业的运营质量和发展前景。“在地铁站,产品售价并不高,关键是销量和购买率。在韩国地铁站,一个卖榴莲酥糖果的,一天能卖十几万元。”韩国一家拟入驻的品牌商告诉记者。

商业的核心是客流,地铁可以使客流增加50%以上,地铁客流以上班族、年轻人为主,消费力强,地铁带来商业最好

的客流,而且地铁商业顾客购买率高达95%,高于商场30%~40%三倍之多。

以地铁一号线为例。公开信息显示,建成后的1号线每趟列车运载量近1500人,最小运行间隔为2分钟,日运载乘客远期将达100万人次。这么多乘客聚集在有限的出站口,无疑让靠近地铁的商家更有经营优势。

而作为地铁换乘枢纽的德化新街,显然成为地铁商业的最核心。

德化新街两端直通地铁一号线和三号线的“二七广场站”和6号线银基站,将作为贯通二七广场出口和火车站出口的主要通道,对二七广场、郑州火车站、火车站服装商圈的客流进行多向分流。

事实上,地铁大时代来临,地铁商业并不稀缺,稀缺的是地铁枢纽型商业。南

京时尚莱迪地下商业广场,上海香港名店街地下商业,均属地铁商业中罕见的地铁枢纽型商业。

从这个层面而言,郑州德化新街显然是郑州市地铁商业的“No.1”——接驳地铁1、3、6号线。同时接驳三条地铁线的地下商业步行街,即使在国内亦极为罕见。

在业内人士看来,三条地铁线接驳与一条地铁线路过,其呈现的绝不仅仅是三倍客流,而是几何级的增长,将达到至少10倍以上的客流增量。再加之地铁高效快捷,运输能力及速度远远高于公交。地铁运输5分钟一班,一节车厢可容纳240人,三条地铁将为德化新街带来大量客流。

大娱乐

独具特色的“体验式商业”

对于地铁商业,人流是基础。但如何将庞大的人流与商业形态进行有效嫁接,将人流最大程度转化为购买力是关键。

与传统的“通道式”商业不同,德化新街最大的商业特征是“体验式商业”。

根据第一太平戴维斯的统计,消费者在超市逗留的平均时间是45分钟,而真正体验购物中心的消费者逗留时间为2.5到3小时。这说明在体验式购物中心,购物已不是人们的主要目的,消费者将更多的时间花在了购物之外。所以体验式业态对于一个商圈的成熟度往往具有较大的促进作用。

德化新街总长约800米,总建筑面积3.5万平方米,地下两层,宽约18米,层高可达5.9米。北至二七广场,南至银基。在这个地下商业场所中,德化新街将体验做到了极致。

首先,在定位上,德化新街定义为“魅力新潮商业街”,“韩风”将是德化新街的主题特色。业态主要以快速重复消费品为主,实现“逛、淘、潮、享、趣”一站式满足,打造年轻人购物、休闲、会友的首选地、标志地。

其次,在设计上,德化新街内部多中厅布局,上下通透设计,把负二层设计成一层,负一层为二层;首家室内引入景观级造雾产品雾森系统,徜徉其中时刻享受鲜氧;新风系统、中央空调、多电梯配比、高科技IT产品体验专区等,使得这里的地下商业空间比地上环境更优美。

记者获悉,与一般商场货柜紧密、商业动线狭窄、拥挤不同,德化新街的一大特色就是公共服务区智能、舒适,成为社交娱乐的“都市会客厅”。很难想象,这一地下商业体中竟藏着数座小花园、喷雾园林,同时还设计了“爱情角”、“都市禅堂”、“生命之拼图图书馆”。

“对于商户而言,德化新街还提供了最大化的便利。采用商场式精装标准,通道、墙壁、吊顶、洗手间、公共区域等均精装到位,商户在未来只需装修门头,简单打理后即可投入经营。内部全街区布置,新潮时尚业态规划,客流自由到达每个角落,铺铺都是好位置。10~30平方米最佳价值尺度铺型格局,便于商家业态布局和调整,满足灵活和多样性经营需求。”德化新街一位负责人说。

显然,德化新街上述设计风格,使得这一商业物业极具未来感,也使得这里最大程度吸引年轻客流成为可能。



韩国农水产贸易协会与德化新街对接合作