

会展、商务旅游、高铁经济

西部商圈,辐射的不只是市区

目前济南市东部商圈以城市综合体为核心,以满足现代人的休闲、消费需求。西部新城借助便捷的高铁网络,打造商贸旅游综合体,承载了工作、生活、购物、休闲等功能,同时西部商圈的辐射力也能扩大到周边省市。

本报记者 张頔



海那城奥特莱斯小镇效果图。

西部商圈: 差异化定位

与济南传统商圈不同的是,西部新城商圈的发展更注重辐射带动能力较强的城市综合体以及商业配套项目的开发,通过完善配套,吸引人流到西部购置置业。

现在西客站商圈雏形已显,主要包括西客站东广场综合体、西城集团大厦、“三馆”项目、大剧院项目等多个分片区。

从近几年济南西部土地出让和成交来看,恒大、绿地、中建等十余家大牌实力房企均已进驻济南西部片区,开发商在拿地时往往兼顾住宅用地和商业用地,比如中建锦绣广场、绿地中央广场、西进时代广场等。

“要想和东部商圈形成差异化竞争,西部商圈除了发展综合体之外,还应该打造辐射范围更广的特色商业。”海那集团副总裁马作龙认为,西部商圈不应该只瞄准济南市区的人群,而是要依托西客站片区的交通优势,引入成功的商业模式,将商圈范围辐射到周边省市。

去年10月,海那集团与海宁中国皮革城股份有限公司签订协议,双方在海那城项目中共同投资经营济南海宁皮革城。作为国有控股上市企业,海宁中国皮革城市值近250亿元,年利税12亿元,是中国皮革产业领导品牌。

“现在有一些皮革城也顶着海宁名头,但我们是省内首家海宁皮革城,同时也是全国第九家。”马作龙说,现在各种名目的皮革城不少,但因为招商不力、业态单一等原因,经营状况并不理想。

为保证招商质量,济南海宁皮革城将从总部提供的6000家经销商中引入600家品牌商。济南海宁皮革城已于今年6月开工建设,2015年秋季开业。

商贸旅游: 海那城辐射半径300公里

海宁皮革城的定位,并不仅是一个吸引济南市民来购买皮衣皮具的商场,而是要突出旅游功能。

“一提起旅游,人们最先想到的是风景旅游,商贸旅游的概念还很模糊。”在马作龙的计划中,海那城要借助高铁的交通辐射作用,拓展商贸旅游的目标人群,而这类游客带来的消费往往超出想象。

马作龙曾去海宁考察那里的商贸旅游,有的旅游团在皮革城扫货买皮衣眼睛都不眨一下。“游客如此血拼,一是价格确实便宜,省去了各种加价,商场里标价三四万的皮草只卖一两万。而且在那种购物氛围下,人们很容易产生消费欲望。”

当商场被赋予旅游功能后,除了优化周边环境,增加餐饮观光设施,产业链的延伸也极为重要。海宁皮革城投入运营后,还会提供皮具定制业务和电子商务服务,与之配套的物流配送基地也纳入了规划中。

海宁皮革城西侧,还将有一座计划于2015年底建成开业的奥特莱斯购物小镇。

国内一些商业地产也使用奥特莱斯这个“品牌折扣店聚合地”概念,但海那城的这座“小镇”是从商贸旅游的角度设计的。沿着一条中心水系,几十座

各具特色的欧式风格商业建筑分列两侧,人们购物之余,还能休闲观光。这个由美国DCI公司设计的奥特莱斯小镇,定位为“品牌+实惠”,辐射半径将达300公里,计划引入300个国际国内一线品牌,为济南市民提供一个时尚消费目的地。

在海那城的规划中,百万平方米的商贸旅游综合体内有花园公寓、购物广场、美食街、五星级酒店、中央公园、会议中心以及相应的配套设施。

会展商圈: 10万平方米大平台

西部新城的便捷交通虽已成形,但如何吸引人流进而形成商圈?在济南市政府2014年公布的投资计划中,一座10万平方米的超大型会展中心将为西部新城再聚人气。

这个会展中心由济南西城投资开发集团规划建设,占地450亩,位于二环西路以西,淄博路以东,清源路以北,滨河南路以南,比舜耕国际会展中心和济南国际会展中心面积总和还要大。

业内人士认为,10万平方米的西部新城会展中心建成后,将对城市发展产生巨大的触媒效应。在交通优势与文化优势相结合下,济南将会获得更多举办京沪高铁沿线的大型文化巡展的机会。另外,会展中心落户西部,还可以结合长清大学城创业谷的技术优势,吸引更多的专业会展等。在这个大型平台上,最具发展潜力的是商业地产。在迎来新的发展平台和机遇下,周边房地产项目各自拥有大体量商业,将形成会展商圈。

第一个吃螃蟹的地产商的思考—— 绿地:产业人口导入是关键

本报记者 喻雯 实习生 张子慧

三大商业综合体,总面积146万平方米,绿地集团旗下的项目无疑成了西部新城商业的全新集聚地。在商圈的不断成熟壮大上,绿地集团山东事业部副总经理谷煜认为,仅依靠高铁效应、写字楼经济肯定不行,如何做好产业的聚集、人口的导入才是未来发展的核心。

高铁“商务经济”带来需求拉动

“绿地是不是疯了?这太不可思议了。”如今,回想起2010年作为第一个吃螃蟹的人在西客站片区拿地,绿地集团山东事业部副总经理谷煜深有感触。

2009年,谷煜刚来西客站,四处都是农田,他感觉像是在大金庄赶集。出于对高铁经济的看好,他们选择在这张“白纸”上实现企业的规划。

“事实证明,无论日本新干线还是德国高铁的开通,都曾经极大地拉动了沿线城市的经济发展。对于济南,我们同样看好。”谷煜说,大家习惯把西部跟东部做对比,仔细对比发现,西部没有钢铁厂、电厂,没有大型的烟囱,没有炼油厂,没有化工厂,这些都为西部提供了一个非常环保、健康生活的平台。当年,绿地斥资300亿元投资济南的六个项目,其中就包括两大商业综合体大项目:40万平方米的高铁站前广场绿地缤纷城、80万平方米绿地中央广场项目。

绿地缤纷城是绿地(部分为住宅)在济南西部的第一个商业综合体项目。“高铁带来的商务经济在缤纷城项目的招商运营上起到了明显的拉动作用。”谷煜说,商务经济带来的主要是“往里进、往外出”的需求,主要针对一些出差业务频繁,有意在济南投资落户的企业。比如,高铁沿线的济宁、枣庄、聊城等地的企业园区会选择在济南建办公场所,北京上海等地的企业也会有选择地在济南设置办公场所,这对商办写字楼的去化起到积极作用。

昆山经验值得借鉴

短短几年间,谷煜见证了一批大型商业项目在西部崛起,这些项目涵盖综合性商业、星级酒店、写字楼、精装公寓等多种物业。

百万平米高楼大厦陆续起来,也让谷煜对西部商圈的发展有了更深入思考:仅仅依靠高铁商务经济带来的拉动作用过于有限,没有产业的聚集、人口的导入,仅仅依靠写字楼经济,肯定必死无疑。

目前西客站的商业现状,让谷煜想起了2007年上海昆山的花桥国际商务城项目。

刚接手这个项目时,谷煜的第一感觉是在“农田里办公”,周边都是农田,没有公交,地铁还差4公里才能到达。80万平方米的商业项目如何吸引企业入驻?

“企业看不到投资回报价值,凭什么进来?产业的发展必须靠环境,必须先拿出钱来养。”意识到这一点,绿地与政府加强合作,先是做好公交车环线设计,做到市区客户的逐渐导入。后来,政府花钱租下5万平方米写字楼,打出“五年内租金免费”招商引资政策。不少企业看到了实实在在的利益的,尝试性入驻。慢慢地,一些呼叫中心、培训中心等建立起来,有了人口导入,相应的产业聚集效应初显。

随着时间发展,这个起初不被看好的商务城项目,已发展成服务外包基地和国家级金融服务外包示范区。如今,谷煜再去这个项目时,早已是一个繁华的新城。

“一个片区如果没有产业,人为什么要进来?”谷煜很有感触,人口的导入具有均匀性,前提是开发商政府要对产业推动有长远目光,招商平台、扶持政策的打造都是很关键的因素。

回到西客站商圈,谷煜说,西区的定位是文化中心、艺术中心,做大做强文化产业。谷煜说,在西部新城未来的发展上,昆山经验值得学习借鉴,政府要在软环境上比如税收政策等方面给予相应扶持。此外,做大商业经济,就得从核心的产业经济上做足文章。



福汽启腾
FQT MOTOR

福汽启腾M70携手小么哥 千万献礼 齐鲁行

五重惊喜 献礼齐鲁

订车即送**5000元大礼包**
及**深港澳双人豪华游**
聚福好礼 十万现金送您!
年底更有**免单车抽取!**

本活动最终解释权 归活动方所有

礼品介绍

订车有礼!

1.现金礼:购车即送5000元大礼包。
2.旅游礼:购车即送价值3980元五天四夜深港澳双人豪华游。

聚福好礼,十万现金送您!

2014年9月1日-2015年1月31日,所有启腾M70客户均可获得一张VIP抽奖卡,参与聚福抽奖活动,每月抽取福气用户,每人奖金4999元,未中奖客户还可继续参与次月抽奖活动(9月3名,后四个月4名,合计19名)。

分享有礼,话费红包不停!

分享赢话费:所有启腾M70新老客户,以文字+图片的表达方式通过社区网站回帖或区域网站留言,讲述车主与启腾M70的故事或者趣事,即有机会获得25元话费。

分享抢红包:所有启腾M70新老客户,关注福汽启腾山东省官方微信,并转发5个好友,即有机会获得**微信红包**。

到店有礼,小么哥给你送惊喜!

到店赠送小么哥专属礼品。

终极回馈礼

与小么哥一起寻找**齐鲁最有福气的启腾车主**

所有福汽启腾车主均有机会在年底抽取**免单车1台**。

活动时间:2014年8月15日-2015年1月31日

福汽集团旗下品牌
国际品质·一脉相承

