

我们的  
2020

品牌企业媒体访谈 之 吾悦广场篇

深度

2020年12月20日 星期一  
技术编辑 张丽梅

24  
沧州晚报

楼上看公园 楼下逛世界  
2021年沧州吾悦广场进入开业年



沧州吾悦广场营销总经理黄清(右) 设计总经理杜旭(中)

本报记者何晓玲:吾悦广场作为全国体验式商业领导品牌,2020年都做了哪些布局?

营销负责人:今年整体行业虽然受疫情大环境影响,但我们在做好疫情防控的同时,坚持“高质量、高效运营”发展,截至2020年12月初,吾悦已经在全国布局了156座吾悦广场,其中已经开业的高达92座,布局速度之所以如此快而稳,皆取决于中国居民快速增长的消费需求和集团多年的运营经营积累。

本报记者何晓玲:2020年度新城提出了全面的产品升级战略,请问有哪些明显变化?

设计负责人:三区两线五位一体

新城控股旗下产品升级到5.0时代,是将涵盖价值体系、购物中心、室外共享街区、品质化住宅等产品的全方位升级,同时明确了长期战略目标:要做基业长青的百年老店。

1. 优质商区(商业):区别于传统商业,融合零售革新、美学感知、线上联动、社群分享等,引导城市消费人群的主动参与互动,以“全龄层、全业态、全品质”为核心、为高效城市注入新鲜美妙的生活灵感,成为开放共享的城市客厅。

2. 活力社区(金街):以轻生活为出发点打造的开放式生活街区,提供露天休闲社交场景,提升消费体验,通过与商区(购物中心)和住区

之间的动线高效互联,实现空间与体验上的无界联接。

3. 幸福住区(住宅):建立全新建筑美学法则,引领城市建筑审美风潮,营造优美的景观视线,定义全新的宜居标准,融入健康科技和个性化设计元素,真正实现了“出则繁华 入则宁静”的理想生活。

4. 客户动线:从生活圈层交互需求出发,打造贯穿三区的“吾悦景廊”,从细分的“用户角色、用户场景、用户体验”找出用户场景需求痛点,为每一个客户定制专属生活。

5. 服务动线:围绕四大核心角色,搭建幸福价值服务平台,通过线上线下相结合,实现数字化、便捷化、智能化的管家式服务,为城市幸福生活赋能。

6. 形象一体化:实现形象上的风格统一,整体设计,整体打造,强化三区融合的形象关系,提升整体形象与建设品质。

生活一体化:不同的区域(商社住),结合圈层文化,注重场景与人物的互动,通过“点”聚合志同道合的人,形成吾悦特有的生活方式。

环境一体化:创造吾悦景廊,三区联通,在不同的区域之间实现无边界的过渡,无论选择哪里都有所期望的场景与环境,我们创造的是一个客群的日常生活轨迹动线。

服务一体化:通过线上“数据采集、会员管理、经营分析”、线下“客户管理、物业服务、经营管理”实现科学

化、便捷化的服务管理,以新城悦服务平台为保障,高效响应、数智驱动的服务力。

智慧一体化:构建大会员体系,通过硬件的智慧互联,场景的信息互通,智慧商业、智慧社区、智慧家居、智慧办公等多元智能场景的落地,达到生活体验的数字化升级,提供超前的科技消费体验。在这一价值体系里,“吾悦”一词并不只是单纯指吾悦广场,它的内涵更加丰富,最终可以归纳为一个吾悦,就是一座城市。

本报记者何晓玲:吾悦广场当时为什么选择沧州?

营销负责人:我个人认为主要是两个方面:一是看好沧州这个城市,根据我们的调研,沧州位于环京津环渤海核心地带,作为全国排名前10的地产开发企业,新城在沧州发展是必然的命题。

二是看好沧州商业发展,沧州商业这几年存在高端消费外溢、本地消费局限双重问题,本地消费无法满足日益增长的居民消费水平,本地商业氛围及商业能级也没有随着居民消费的发展而提升,目前沧州商业还是以临街商业、百货商业为主,体验式商业相对空白,作为全国体验式商业领导品牌,吾悦进驻沧州是迟早的事情,2021年我们也将兑现我们的繁华诺言,让大家看到一个不一样的体验式商业综合体。

本报记者何晓玲:沧州吾悦广场布局在运河区有何考量?

营销负责人:运河区通过10年多发展,集中了一大批高档小区,不论是人口的密度还是质量,都对商业提出了全新的要求。这和我们的选址条件不谋而合,吾悦广场选址最先考虑三个基本要素:1、区域发展,择址必定首选政府重点发展区域 2、人口条件,以吾悦广场为中心向周边扩散,方圆3公里内人口超过10万+ 人口3、交通条件,吾悦广场占据城市主干道,周边四通八达。目前吾悦广场所处的位置不

仅吸引城区人口,而且也吸引着西面、南面乡镇的客户,我们深深认识到只有抓住城市发展趋势,才能享有城市发展带来的红利。

本报记者何晓玲:沧州吾悦广场在设计上有什么规划?或者说在商业、住宅设计上有什么特点?

设计负责人:吾悦广场这几年,按照一城一吾悦的战略布局,得到了市场的充分认可。每到一座城市,我们都坚持80%的标准化+20%的本地特色化的分布,力求做到本地特色和世界相融合。

沧州吾悦就有很多亮点,比如在户外步行街的规划上,我们选取了运河文化作为体验突破点,整条街区串联起一条完美的运河,让消费者在逛街的时候接受文化熏陶,将旅游和街区购物充分结合;在住宅本身,我们不论是在产品规划,还是景观、用材等都按照高品质小区打造。值得一提的是我们的小区大门,是完全按照古代达官贵人家的官邸设计,完全凸显高端小区的品位。

本报记者何晓玲:2021年作为沧州吾悦广场的开业年,目前的进度和2021年的工作如何安排的?

设计负责人:2021年是沧州吾悦重要的一个年份,也是我们兑现繁华的一年,目前整体工程进展顺利,商业主体工程已经全部封顶,招商工作也在有条不紊的进行,像五星级的星影影院、超市巨头永辉超市已经在前期装修中,明年我们将根据政府要求引进50%品牌首次进入沧州市场,精彩开业不负众望!

本报记者何晓玲:未来吾悦广场在沧州或者河北会有什么发展计划?

营销负责人:河北及沧州是环京的重要省份和地区,历来都是商家必争之地,待条件更加成熟时,我们接下来会继续在河北境内做进一步拓展,也希望沧州商界资源商户跟我们积极对接,可以携手共赢,最终提升沧州市市场的整体层次。

网友提问环节:

本报记者何晓玲:吾悦华府购房绑定车位吗?

设计负责人:不绑定车位,单独销售车位。车位的价格是值得沧州市民期待的,欢迎网友到现场去体验。

本报记者何晓玲:新城物业服务有什么特色吗?

设计负责人:新城物业不论在品牌上还是服务规范上,都是国内领先的物业公司;随着企业的发展,新城物业从服务的面积、人数来讲,都在快速增长;同时也是知名港股上市企业,不论是服务社区的数量和质量,都是国内领先的。

本报记者何晓玲:吾悦华府周围有什么配套设施?

设计负责人:商业上来讲,我们拥有吾悦体系下的沧州吾悦广场,吃喝玩乐购一站式商业综合体,涵盖24小时户外商街、购物中心、旗舰店、餐饮连锁等区域;在园林方面,吾悦华府具有内外双园的显著优势,内拥五重新中式园林,外揽约150亩的滨河公园,站在阳台远眺,一年四季的自然风光都在您眼底;在教育方面,周边学府林立给孩子最好的教育氛围;医疗保障方面,我们也紧邻人民医院等医疗场所。吾悦华府周边拥有全方位配套,给您和家人充分保障的生活空间。真正做到楼上看公园,楼下逛世界。

本报记者何晓玲:现在沧州市区新建楼盘层高50米,面对这样的情况,吾悦华府如何与新建楼盘竞争?

设计负责人:从品牌上来说,新城1993年起家,是一个老牌地产开发商;从区位来说,周边教育医疗配套完善,自持9万方购物中心。单看吾悦华府这个项目,北边是滨河公园、东边是吾悦广场购物中心、南面是城市绿化园区、西边是城市主干道。买了吾悦华府,相当于在公园里买了一个住宅,回家就是穿越公园的一场旅行。另外,无论是户型的打造还是园林景观的塑造都别具匠心。一进小区,就有回家的感觉,楼栋之间南北间距很大,采光非常好,住宅小区地下室都是按照商业地下室的模式打造的,品质非常好;从配套、地段、建材等角度来说,都精心考量值得期待。

