

# 宝业东城广场负责人周水明接受专访时称 合肥东部从此有了中心

谈正民

在合肥的房产界，“屋以西为贵”的说法已经流传很久，而东城区，则长期以脏乱形象停留在合肥人的印象中。然而，作为中国500强企业的宝业集团，却在进驻合肥后，未选择人们眼中的热点区域，而是将根牢牢扎在了东城区，入驻合肥的四个项目中，三个在瑶海区，瑶海区十年发展，宝业也与瑶海区一起经历了在合肥的十年成长，如今，宝业东城广场更是打出了“东部从此有了中心”的口号。宝业在合肥完成了十年蝶变，瑶海区也即将迎来新十年的跨越，而在宝业东城广场负责人周水明的眼中，宝业将力争为东城区的发展再树标杆，成为东部新城改造的引领者。

## 扎根瑶海是一种缘分



2002年，作为中国500强企业的宝业第一次进入合肥，而他们的第一个房地产项目——宝业城市绿苑便进驻了当时并不被看好的瑶海区，城市绿苑作为瑶海区第一个大型原生态公园式小区，为当时的瑶海区树立了住宅地产的典范，也为宝业在合肥的发展打下了坚实的基础，“好房子，宝业造”的理念此时便开始深入合肥人的内心。

没想到的是，此后宝业便与瑶海结下了不解的缘分。宝业至今在合肥的4个地产项目中，有三个在瑶海区，占地300多亩的宝业住宅产业化园区则落户新站区，宝业集团安徽总部同样落户瑶海。

周水明表示，“扎根瑶海完全

是一种缘分”，随着对合肥东城的不断了解，对这个区域确实有了很深厚的感情，而且熟悉后，在这一区域的发展也变得更加得心应手。

不过，对于一个企业来说，产生价值，创造利润是其天职，宝业将在安徽的房产主业一直放在瑶海区，也不可能单纯出于情感，东城区广阔的发展潜力则是感情之外更为重要的因素。

“千万不要小看东城区的购买力”，周水明对东城区的潜力十分看好。“合肥东区有90万人口，人口密度很大，而且由于长期不被看好，东城区的房产开发力度很弱，而这给我们的则是更多机会，潜力

也最大。”周水明说道。

而且与不明就里的人所认为的不同，东区的购买力并不差，“东区品质楼盘偏少，所以对品质楼盘的消费需求很大，购买者大多为自住，城市绿苑的自住率至少在九成以上。”

扎根瑶海的宝业在十年中获得了长足的发展，合肥企业50强，安徽民营企业20强等荣誉见证了宝业在安徽的发展，而宝业带给东区的，也是沉甸甸的回报，除了连续多年蝉联瑶海区民营企业纳税头把交椅之外，旗下的项目也给瑶海区的面貌带来了巨大的改变，始终走在东区发展的最前沿。

## 东区中心将引领周边发展

“东部，从此有了中心”。

当从法国远道而来进行考察的家乐福公司客人看到这一口号时，连连发出“very good”的感叹，此时他刚气喘吁吁地爬上了宝业东城广场售楼部的楼顶，俯视东城广场项目周边密布的交通网以及环绕项目的密集住宅区。

“如果你注意看合肥地图，你就会发现宝业东城广场项目正是瑶海区的中心点，往东就是龙岗一带的新城区，往西则是旧城区，东城广场正位于新旧城区的交会处。”周水明指着墙上的合肥地图告诉记者。

不过，这一广告语绝非仅仅就地理位置的中心点而言。城市中心、地标性建筑等广告语已经在人们的眼中变得泛滥起来，究竟什么是城市中

心，什么才能称之为地标性建筑。

在周水明的眼中，“东部从此有了中心”绝非仅仅指项目承接是东城区新城和旧城的中间地带，“不一定楼比周边的建筑高就是地标性建筑，地标性建筑更多的意义是对区域内的其他项目有着引领的作用和意义，无论是外形、业态、品质等都明显高于周边，还要能带动周边的项目提升层次，给后来者示范和标杆作用。”周水明介绍，宝业·东城广场是合肥市东部目前唯一的旗舰级城市综合体项目，项目总建筑面积约33万㎡，是集SHOPPING-MALL、5A写字楼、高档住宅、时尚公寓于一体的大型城市综合体。项目配套国际连锁超市、大型百货、大型酒楼、数码广场、国际影城、KTV、

电玩城、健身中心、书城、儿童乐园、SPA会所、时尚主题餐厅等一站式购物、休闲、娱乐中心。

周水明表示，东城虽然经历了多年的发展，但在大型综合体上尚且空白，宝业东城广场的出现无疑将填补这一空白，东城人民的物质文化和精神需求也将会在宝业东城广场落成之后，得到充分的满足，同时也将会给周边的城市面貌带来很大的提升，并逐步改变东城区的城市面貌。

如果说多年前的宝业城市绿苑为东城树立了住宅的标杆，那么宝业东城广场无疑将再次成为东城大型城市综合体的标杆之作。

“东部，从此有了中心”，绝非虚言。



## 多重优势保驾东城广场崛起

商业地产在2001年的时候以潘石屹打造的建外SOHO真正让人们知道什么叫商业地产，特别是在2005年的时候，业内更多关注的是SHOPPING MALL 或者说是城市综合体，目前在合肥，商业地产项目，特别是五千平方米以上的，业内曾粗略统计合肥有44个，其中有25个是城市综合体，其中的火热建设与运营，势必会改写合肥城市的商业版图，在商业项目建设中，同样会有着残酷的竞争，优胜劣汰，顶尖、高端具有代表性的商业项目也同样应运而生。

周水明告诉记者，近两年合肥的综合体热潮愈演愈烈，确实存在过多的现象，不过更多的表现是冷热不均，部分区域过于集中，而另外部分区域则无人布局，综合体的热潮在经历起步、发展、整合、成熟的过程，目前正处于大浪淘沙的前夜，在整合中必然会有一批综合体项目面临被淘汰。

在合肥商业综合体必将产生洗牌的情况下，宝业东城广场又有着怎样的气度来成为东区的中心，并引领和带动周边的发展？

周水明表示，这是由东城广场的诸多优势所决定的。首先是东城广场的区位优势，项目连接东城的新旧城区，战略地位凸显；其次是交通优势，长江路是安徽第一路，而当涂路也是东部主干道，将来东二环路将会东移，项目也将告别过路大货车之扰，而且规划中的地铁2号线、4号线都计划在项目周边设出口，未来项目的交通优势将最大化；在配套上，东城广场项目是东区少有的供暖社区；营销上，宝业

东城广场已经举办了一系列的大型主题营销活动，均取得了非常好的效果，而另外几场同样出色的营销活动也正在计划之中；另外，宝业集团的实力毋庸置疑，13个中国建筑业的最高奖项鲁班奖便已经让其他诸多公司难以望其项背，“东城广场项目我们也将争取拿到一个‘黄山杯’！”

不过，以上的优势并非只是宝业东城广场项目的全部，业界曾形象地比喻，如果住宅地产是小学课程，那么商业地产就是大学课程，有诸多硬件优势但最终被大浪淘去的项目数不胜数，在商业地产尤其是大型城市综合体的开发上，招商和后期的运营至关重要。

目前宝业东城广场已经确定进驻的大型商业有法国家乐福超市、苏宁电器还有浙江电影集团时代影城，“鉴于东城的实际消费能力，我们在招商的过程中不会特别引入顶级品牌或者低端的商业，我们引入的品牌会略高于东城现有的商业形态，但是仍能为广大东城消费者接受的中高端品牌和业态”，周水明这样阐释了他们的招商理念。

而在后期运营上，东城广场将自持70%以上的商业物业，“我们是希望给自己施加压力，要求自己一定要把项目做好做成功，不去做甩手掌柜。后期将有专业的运营团队不断加强招商和运营，加大人才储备和商户的储备，并利用好公司自身资源。最终宝业东城广场将用自己的强势崛起，吹响东部新城改造的号角，再度成为东城跨越发展的引领者，成为东部真正的中心。”周水明说道。

