

宝能城 品牌共赢的生长平台

千万人潮核心区 滨湖首席地铁旺铺 吸金上市

对话老乡鸡集团行政总监
姚巨新



老乡鸡 超越洋快餐 打造民族自主品牌

30多年来，“老乡鸡”已发展成为种鸡饲养、食品加工、快餐连锁、休闲旅游为一体的集团企业，先后获得了“中国驰名商标”、“中华餐饮名店”、“绿色产品”、“中国食品优秀企业”、“安徽省著名商标”等荣誉称号。面对发展迅猛的滨湖，老乡鸡集团行政总监姚巨新的想法是：配合滨湖的发展，将老乡鸡的品牌继续深耕，与滨湖企业合作共赢。

力争打造社会需求型企业

作为在“舌头”上做文章的行业，老乡鸡在产品质量方面要求十分严格。企业一如既往地秉承“质量就是生命，产品就是人品”的理念，把“老乡鸡”打造成土鸡品牌全国领先，中式快餐连锁全国领先，优质饲养鸡饲养全国领先，鸡文化全国领先的明星企业。

老乡鸡许多的社区店一以贯之地为居民提供优质产品和温馨服务，已成为社区居民的好邻居、好帮手。一句话，企业为社会造福，社会需要企业的服务。这就是社会需求型企业。而企业在社会需求中不断发展壮大，不忘企业的社会责任。

滨湖是老乡鸡非常看重的区位

作为一名老合肥人，姚巨新基本见证了合肥改革开放三十年的变迁以及滨湖区域的发展与建设，滨湖的发展速度让他惊叹。“从2003年第一个门店开张，我就是创始人之一。”他说。

就老乡鸡集团来说，滨湖现在已经达到了9家门店，这也是一个很可观的数字，这些门店的生意都比较不错。姚巨新认为，滨湖未来的发展肯定会越来越好，首先因为其地理位置优越，其次滨湖的定位非常准确，将来滨湖也将成为华东地区的旅游圈以及经济圈的纽带，是很多精英们都争相聚集的好地方。

而对于宝能城的快速发展，姚巨新甚至开玩笑称，“我们会在宝能城开3家店”。其实这并不是玩笑话，作为城市综合体，宝能城具备这样的实力，而老乡鸡的“合作共赢”理念，也从姚巨新的话语中自然流露出来，“期待这样的合作。”

5年内 滨湖跃成第一人口大区

根据2014年11月1日零时为标准时点，采取分层、整群、概率比例抽样方法，安徽省常住人口达6082.9万人，合肥常住人口达769.6万，蜀山区121万位列第一，值得一提的是仅不到十年发展，滨湖区的常住人口已达40万人。

随着启动区的需求外溢，合肥市政府重点打造的国际金融后台中心，将入驻银行总部及产业机构，至少带动30万人的就业；与此同时，省府板块的兴起，环湖核心区众多大型高端住区的相继交付，仅云谷路沿线即有超过12万人入住。

可以预见的是未来3-5年内，以宝能城为核心的区域常住人口将达到至少50万，总常住人口达约100万，这还不包括办公、商业和旅游休闲等近千万消费人次。



百亿餐饮缺口 追随宝能坐享无尽红利

以每人每餐10元计算，100万常住人口在餐饮上的年消费将达百亿之高，这给以宝能城为核心的滨湖商业带来了巨大的利益刺激。而宝能城的300万方体量，包括大型商业中心、沿湖商业、沿街商业等众多商业形态，囊括世界各地风味美食，能够最大限度满足消费人群对于餐饮的口味需求。以老乡鸡为例，作为具有地方特色备受市场欢迎的快消品牌，300万方宝能城至少需要不下于10家老乡鸡门店。

宝能城地铁旺铺 一铺稳赚3万人

一期地铁旺铺，坐拥宝能城3万自住人群，公摊小，实用面积大，空间利用率高；铺铺临街，交通便利，人潮不断，营造优越的商业氛围；经营管理灵活，投资经营两相宜；投资门槛低，风险小，回报率可观；临街区位便于商业推广，吸引大众聚焦，带来更多财源客源；地铁+临街双重优势，客群无限，财富无限，升值潜力无穷；70年产权，经营更长久，投资更超值。



宝能城 地铁旺铺 吸金上市 0551 681 66666 营销 滨湖新区华山路与云谷路交口中心 (徽州大道转云谷路向东)

本广告相关内容，图片均为项目所做的宣传效果图，仅供参考，最终以政府有关部门审批文件、图纸为准。本广告为要约邀请，买卖双方权利义务以双方签订的《商品房买卖合同》为准。本资料相关内容如有更新，请以最新资料内容为准。