



拓城市多維空間 創造人類新生活

香港名店街集團

連接開往城市春天的地鐵

■香港文匯報記者 肖晶



香港地鐵商業溯源

香港地鐵1979年誕生，現已覆蓋全港大部分地區。地鐵帶來川流不息的人流，也追就了時代廣場、崇光百貨、海港城等一大批購物天堂。

香港主要購物中心基本都是在1979年地鐵通車後落成。此前，雖然也有像英皇道和彌敦道等零售業高度集中的購物街區，但消費者跨區購物的情況並不普遍，從而催生了區域性零售區的發展。香港地鐵的通車，大大提高了市民購物消費活動的範圍。香港沿著地鐵網絡分佈的大約30個購物中心，約佔香港購物中心總數的五分之三，地鐵成為了香港購物中心項目不可或缺的元素。香港不僅在地鐵站內開設商場，也使站內和地上商業連成一片，從而形成獨特的文化和商業以及較為成熟的商圈。

香港的地鐵商業分地下和地面兩部分，地鐵站內商業與沿線過道商業的開發屬於地下商業空間開發範疇。地下商業是地鐵建設運營的衍生和商業化的產物，受空間、環境等因素的限制，在特定空間條件下，地鐵站內商業對於巨大的客流資源具有市場佔佔性。地面商業具有聚集人氣的磁場效應，地鐵的運營如動脈，加速客流，地面商業與地下商業設施之間相互補充，更大的方便和滿足消費需求。

香港地鐵商業基本都採取「只租不售」的形式，開發商擁有統一管理權。市場研究透徹，定位清晰，是香港地鐵商業的關鍵所在。地鐵上蓋商業都有鮮明主題。香港地鐵物業通常分為零售、飲食和娛樂三大塊，進行比較均衡和合理的佈局，對於租戶也會精挑細選，以達到商場物業、租客和顧客三贏的局面。

香港地域狹小，但城市空間形態之豐富、城市空間之通透性可說是世界少有。香港地鐵空間的舒適不僅僅體現在硬件的現代化、軟件的人性化，更在於它創造了以人為本的休閒購物環境。香港地下商業空間的規劃是超前的，過道間距離過長，這給人們帶來視覺和精神上的寬敞感、舒適感，無形中讓人有駐足購物的需求和輕鬆愜意的享受。

在香港，人們可以非常舒適地在完全不同的商城的地下空間穿行，有的地下空間甚至串連起了幾條街，這不僅為地下空間的開發利用提供了人流、資金流，而且也是市民休閒購物的好去處。香港地鐵提供的高效率生活引擎、高舒適度空間可以說是這座城市走向「世界級」的重要密碼。

■香港地鐵文化商業以及較為成熟的商圈

首義廣場·歡樂城 獻禮辛亥百年



集團之最：中國地下空間開發技術第一

集團設有中國第一個，也是唯一一個專業地下空間工程技術研發中心，目前已擁有28個地下空間開發技術專利，工程技術領先全國。

中國地下空間開發速度第一

2009年集團在石家莊市中心博物館廣場開發的文化廣場·歡樂城，以69天完工的「石家莊速度」震驚全城，創造地下空間建設速度中國記錄，該項目也已成为石家莊市「三年大變樣」中的樣板工程。

中國規模最大的地下空間開發者

目前已在全國22個大型城市市中心成功開發數十個地下商業中心，宏宇、寰宇、震宇、朕宇、真宇、帝宇、盛宇、熙宇等22個「宇」字系全資公司佈局全國，構建中國地下商業第一矩陣。

五大發展理念 掀城市空間革命

1.定位「中國最專業的地下空間開發領導」；秉承「城市空間最大化，是城市需要的，是居民需要的，也是我們追求的」；研究現代城市地下空間利用的發展趨勢與城市功能佈局演變進程規律之間的聯繫，以城市居民出行與消費行為的演進為參考依據，實現最符合城市與居民利益的土地立體化運用。

2.進一步完善「以城市發展趨勢為基準，以豐富的資源為支撐，以最專業的開發模式為手段，以最成熟的運營團隊為後盾」的開發理念，實現開拓「城市立體化革命」的歷史使命。

3.通過不斷進步的開發，不斷完善的網絡，進一步聚集各類品牌商戶、專業人才、投資資金在內的各類資源，擴大集團的影響力及開發實力。

4.進一步融入國際，更多的主導與參與具有國際影響力的地下空間開發；與海外最具權威的各類地下空間利用開發專家及企業建立直接合作關係。

5.在國內共享國際水平的地下空間開發理念與開發經驗，提升全國地下空間開發水平以及城市立體化進程。



郎咸平論道：立體化格局將成大趨勢

2011年10月，著名經濟學家郎咸平應香港名店街勝利廣場歡樂城邀請，出席在合肥舉行的「擁抱地鐵新時代中國商業地產新極地」高峰論壇並發表演講，探討國內地下商業空間開發的前景。

郎咸平指出，中國目前開發利用的地下空間除了城市地下快速交通網絡和管道運送外，主要有地下街、地下街與商業開發相結合、地下停車場以及城市高層建築地下空間等幾種形式。

他分析稱，中國的一線城市，如北京、上海、廣州、深圳等地，依托大規模地鐵交通的發展，陸續開發了眾多地鐵商業項目，既實現了客流、空間等資源利用的最大化，也帶動了區域商業發展。還有很多城市，如哈爾濱、大連、廣州、鄭州等，則開發了各種類型的人防商業街，例如成都商業地產老大藍光，在2004年開發四街地下商業街，定位於「打造一條由主題廣場和主題廣場為主的地下街」，此外還有青島、廈門、大連、南昌等城市也投資建設了一批地下商業街。

從未來的發展趨勢來看，一個從點到線、從線到面、從面上的立體化商業格局將成為城市商業發展的趨勢。無論地下商業街、地上商業步行街和商業街區縱觀來看，全國商業街的發展趨勢大體呈現出這樣幾個方面：一是集購物街、餐飲街、休閒街、娛樂街、體驗街於一體的「五街合一」的趨勢，突破傳統意義上只是買賣東西的觀念；二是以商業、旅遊、文化於一體的商旅文化項目，除滿足人們消費需要外，也成為一種生活方式、生活態度，成為一種享受和時尚；三是以建築形態街區化、空中、地下、地下立體化，經營業態多樣化於一體的綜合化趨勢；四是呈現出集名街、名店、名品為一體的品牌化趨勢。

由香港名店街集團開發的勝利廣場歡樂城項目，是合肥首個大規模地下商業空間開發項目，也是合肥首個地下商業綜合體。建成後，有望成為合肥商業發展新的亮點，成為合肥地下商業的先行者和領跑者。合肥市將充分關注勝利廣場歡樂城這一新興的地下商業項目的發展方向，積累地下商業空間開發領域的規劃、管理經驗，以促進商業區成熟與繁榮，提升現代服務業發展水平，增強城市綜合承載能力。

如今，交通擁堵已成為城市致命的瓶頸，人們在擁堵中等待、憤怒、絕望。地鐵的出現，以速度誘惑了人們對城市逐漸退卻的激情，讓失望的人們重新愛上了城市。與此同時，地下的另類空間也開啟了人們對國際化大都會的想像力和各種商業夢想。

始於香港的「軌道+地產」發展模式，正在啟示着越來越多的內地城市：軌道交通所到之處，交通緩解、樓宇興旺、土地增值、人口增加、居住、產業、文化、社會等社區功能迅速形成，縮短城市時空距離，將交通的可達性轉嫁到軌道周邊的土地上，通過提高出行速度以及減少交通費用，降低機會成本，拉升土地價值，實現沿線土地物業規劃升值，這是把都市人的城市夢想發揮到極致。

多維開發標誌現代化進程

城市，由地面、地上、地下三維空間開發而成，地下空間的開發和利用與推動城市經濟、社會環境協調健康發展息息相關。一般來說，城市依靠沿邊緣地區擴展，會受到有限的土地資源的制約和現行體制的限制，向高空發展，建高層、超高層建築，修高架路和立交橋，又會加大城市空間密度，雖然地表電網密佈，高樓林立，立交橋一里一個，但城市交通阻塞和人口擁擠問題卻不能徹底解決。由此看來，開發利用地下空間是城市發展的明智之選。如今，城市地下空間開發利用程度已經成為衡量城市現代化程度的重要標尺，在國外許多發達城市，地下商業已經和地上比肩。



等行為的影響，對城市格局的優化及美化；發展出一套能夠複製的地下空間應用理論，並通過不斷實踐進行驗證及優化；在空間上實現交通立體化、外址美觀化、城市現代化、空間利用最大化；在現實意義上實現城市土地價值的集約效果最大化，城市居民出行消費便利最大化，是香港名店街集團對地下空間的不斷探索。

踐行城市地下空間開發理念

作為國內最早進入地下空間開發領域的先行者，國內地下空間開發的領導者，香港名店街集團經過多年的磨礱已打造出一支專業的地下空間開發及運營團隊。以海外成功的地下空間利用工程為研究模板，從城市立體化空間利用、城市發展演變以及城市人口數量增加等相互影響的因素出發，對合理利用城市地下空間進行不斷深入研究。

把握地下空間對於城市居民出行及消費

緩解土地空間資源壓力

進入21世紀以來，中國城市在粗放式擴張發展中，面臨着越來越緊的土地和空間資源壓力。對於房地產開發企業，特別是商業地產開發企業來說，這一制約因素尤為明顯。地下商業的開發，有助解決城市發展進程中的諸多瓶頸問題，通過建設地下商業街道疏導地面擁擠的消費人群，取代更多的人行過道和天橋，達到交通便利和美化城市的目的。地下空間，正成為城市發展的新空間、新方向。

百城計劃 影響中國

香港名店街，正以全球的視野100座商業地產佈局全國，開創前所未有的世界級商業帝國。

香港名店街商業地產開發集團耗資千萬、歷經近2年的市場調研，對中國內地數百城市進行包括城市基礎設施、投資環境、發展速率、人均產值等各方面的精心調研，選取最具發展投資潛力的城市，聯手港資專業管理機構，耗資百億，欲在國內打造100個與世界先進經營理念同步的現代化地下商業廣場——香港名店街。

按照計劃，第一階段為2007年至2009年，在全國二十餘個城市開發20個綜合性地下商業中心；第二階段為2010年至2013年，致力於開發中國經濟規模、人口規模、發展空間最前列之31個城市，世界及國內百家知名品牌的聯合入駐，新型的業態組合，先進的物業管理體系，全新的商業地產設計概念，主張享受生活、倡導註解品位，源自香港的設計風格，注定了香港名店街的成功和成名。

發展，集團主席張震表示，將不斷整合資源，用價值鏈的思想進行集團的不斷再造與優化，成為提供地下空間利用開發整體解決方案

以及城市發展理念的升級做出新貢獻。

香港名店街並不是一個商業項目，而是一個規模巨大的商業體系，它將在未來5年內在國內設立100個，代表了國外先進的開發方式與經營理念，這與單一商業項目開發有著質的區別。

每個香港名店街的設立都是與當地政府的大力支持不

開的，它是一種「政府與開發商共同經營的商業模式」——地上升級改建後的市政公共廣場由當地政府規範管理，而地下商業中心則由集團統一管理。這還包括「地上升級改造+地下商業中心興建」兩個開發內容。而絕大多數項目設立於「中國房產價值地」——地級市，投資成本低廉，商舖也將會有一段可以預見的快速增長期。

品牌之都+文化之都+科技之都

根據企業發展理念，香港名店街集團所追求的並非一個城市的人氣商業中心，而是一個商業地產帝國的建立，一種新商業模式的開創，以及一個立足於世界品牌之林的全新商業品牌。

集團將最大限度的引進全國乃至全球範圍內的各領域知名品牌進駐商場，同時在經營管理方面嚴格限制，杜絕假冒偽劣商品出現，保證各城市市民在香港名店街購物都能買到自己所鍾愛的品牌，同時也是絕對正宗的商品。

建立與制定一系列屬於香港名店街的品牌文化，它包含商場經營中的方方面面，包括售員、商場保安、清潔人員等所有商場工作人員的語言、服務標準，針對各行業展開一系列定期展銷活動，獨特的香港名店街禮品、吉祥物、形象代言人、商場文化宣傳欄等區別於其它商業中心的獨特標識。

在全球範圍內引進最為先進的商場人性化設備，確保香港名店街的經營水平以及商場品牌，包括全中央空調系統、網絡中心和自動中心等。

集團研發項目展示

1. 武漢魯巷廣場項目

根據《武漢市城市建設規劃》，廣場佔地：60000平方米，商業及配套總規模：20萬平方米，廣場向魯磨路左右各延伸100米，廣場向民族大道延伸50米，廣場向魯磨路延伸100米，廣場和虎泉街地鐵預留出口，廣場和光谷步行街聯通。

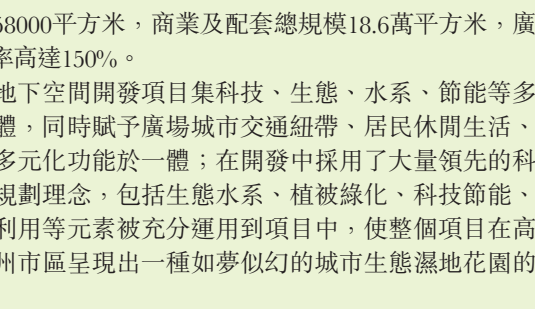
項目為兩層掘開式地下建築，地面為多功能的大型市政廣場，地下一層設置大型商業，地下二層作為地下停車場。一層掘開式地下建築，設置商業及人行交通空間，在豎向空間的銜接上，着重考慮地鐵出口與商業出入口的接軌，以實現空間的靈活性與多樣性。設計理念將實現歷史文化街區的傳承與創新。



2. 杭州世紀花園歡樂城

廣場佔地58000平方米，商業及配套總規模18.6萬平方米，廣場整體綠化率高達150%。

世紀花園地下空間開發項目集科技、生態、水系、節能等多種價值於一體，同時賦予廣場城市交通紐帶、居民休閒生活、商務交流等多元化功能於一體；在開發中採用了大量領先的科技與先進的規劃理念，包括生態水系、植被綠化、科技節能、高質量空間利用等元素被充分運用到項目中，使整個項目在高樓林立的杭州市區呈現出一種如夢似幻的城市生態濕地花園的景觀。



3. 杭州森林公園歡樂城

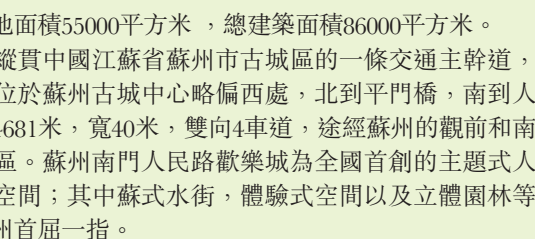
廣場佔地76000平方米，商業及配套總規模：21.44萬平方米，廣場整體綠化率高達150%。

森林公園項目與世紀花園項目相距不遠，二個廣場同為杭州市中心最核心的市政廣場。相比世紀花園，森林公園項目在開發理念、運用技術等方面基本相同，但在部分功能上形成對比與互動，與世紀花園項目形成一個帶動整體區域的生活帶。



4. 蘇州南門人民路歡樂城

項目總用地面積53000平方米，總建築面積68000平方米。人民路是縱貫中國江蘇省蘇州市古城區的一條交通主幹道，南北走向，位於蘇州古城中心略偏西處，北到平門橋，南到人民橋，全長4681米，寬40米，雙向4車道，途經蘇州的觀前街和南門兩大商業區。蘇州南門人民路歡樂城為全國首創的主題式人文商業娛樂空間；其中蘇式水街、體驗式空間以及立體園林等設計均在蘇州首屈一指。



5. 蘇州中央公園項目

本項目作為生態性、商業性、休閒性、交通性於一體的綜合商業體，充分延展了城市商業效應，利用多層次、豐富多變的商業界面，將商業氛圍融合於生態場景中，將自然情調引入商業場景中，形成一系列規模不等的城市舞台，包括薄水自淨系統、天然氧吧和360立體水景體系。



6. 上海大寧歡樂城

項目計劃建築面積約5.8萬平方米，地下一層約4.8萬平方米，地下二層約1萬平方米，投資約8.12億。位於上海市閘北區中部，北沿廣中西路，南臨上海馬戲城，東側為共和新路及地鐵一號線，即大寧公園的東邊部分。

生態服務集羣區，整合大寧公園、閘北體育場、上海馬戲城等資源，實現文化娛樂與商業消費的有機結合，形成集購物、休閒、體育健身、文化娛樂、都市旅遊於一體的上海中心城區北部公共活動區域中心。

