

“财聚中心·置业升龙”系列报道(一)

ZARA、H&M、UNIQLO、GAP、欧时力系列、VEROMODA等国际国内“快时尚”品牌商家即将集结进驻——

升龙广场：不是财富不聚首



核心提示

2012年7月，在升龙广场全球品牌商家签约仪式上，包括希尔顿逸林、赛博数码、大商集团、永辉超市、金逸国际影城等在内的十大主力商家宣布进驻升龙广场，同时100余位国内外行业巨头代表也高调亮相。这一事件曾经引起楼市不小的震动，升龙广场一时风头十足。如今，更多来自国际国内的知名商家不断向升龙广场投以橄榄枝，希望能在升龙广场迈出各自布局中国腹地的重要一步。

种下“梧桐树”引来“快时尚”品牌

据升龙广场工作人员透露，升龙广场超高的人气指数和强烈的吸引力使得 ZARA、H&M、UNIQLO、GAP、C&A 等国际品牌商家以及欧时力系列、VEROMODA、ONLY、ESPRIT 系列产品集合店、GUESS、依恋公司系列(小熊、SCAT、罗燕)等国内品牌商家



纷纷和升龙广场进行了进驻洽谈，强烈要求举旗进驻。如果这些“快时尚”品牌能够成功落户，升龙广场的商业价值将毫无悬念地进一步提升，同时也意味着洛阳的流行时尚将同步北上广深等一线城市，甚至同步于世界。

为什么这么说呢？首先需要解释一个概念，即何谓“快时尚”品牌？“快时尚”品牌也被称为高街品牌，最早是指英国主要商业街的商店仿造T型台时尚秀展示的时装，将其迅速制作成成品销售，成为人人都能买到的品牌。如今，“快时尚”品牌泛指大批量零售，定位走在时尚前端，价格相对大众化的连锁店品牌。以ZARA为例，作为一个以“新”著称的品牌，ZARA每年都会推出1.8万件新作品。其分布在世界各地的销售员，每天会把与顾客沟通和交流的情况汇报给区域销售负责人，这些时尚专家会对这些信息进行综合分析，从中发现流行

趋势并第一时间将流行趋势复制到有ZARA的地方，引领当地流行风尚，因此ZARA深受时尚一族的爱戴。

在“快时尚”品牌领域，H&M、GAP、ZARA 可谓第一集团军，而这些品牌全都“相中”升龙广场，不得不说升龙广场自身条件非常优越。

“万凰来朝”皆因抱拳合力业态齐全

熟悉升龙广场的人都知道，这是一块孕育“钱途”和希望的地方。160万平方米体量的城市中心综合体项目，分为A-F六大地块来开发建设。其中，有35万平方米是商业部分。“五大中心、三大百货、两大步行街、十大主力店”的商业定位和布局，使其势必形成一个令财富井喷的地方。

具体来看，在升龙广场的六大地块中，A区有一条以餐饮为主业态、集餐饮娱乐于一体的步行街——琳琅街，充分满足生活区的配套需求。B区为国际数码港，赛博数码广场落座于此，这里将云集国际知名数码产品的品牌店和旗舰店。C区规划为大型购物中心，其中负一层规划的是永辉超市，一层近12万平方米的商业体量，预备集聚时尚精品百货。其中有意向进入的品牌有UNIQLO、ZARA、H&M、M.D、丝芙兰等。二层有时尚百货如拉夏贝尔服饰

集合店、太平鸟服饰集合店以及其他零售的品牌。三层和四层的整个商业格局是零售、餐饮、娱乐和美容的汇集区，如俏江南、上海小南国、秀兰茶餐厅、汉拿山、吉野家、东东美发、女士SPA等就分布在此。可以说整个C区将承载升龙广场商业的70%功能。而在升龙广场的D区，则是希尔顿酒店和158米的超高层写字楼及高端精品百货区。

这些业态囊括了衣、食、住、行、玩、乐等人们生活中所能涉及的各个方面且互相影响、互为补充。为了保证商业整体品质，升龙广场的商业75%是自持经营，均由集团公司旗下专业的商业管理中心进行统一的后期运营管理，使其在源头上就避免了商业店铺层次不齐。如此大手笔、极具前瞻意识的商业设置以及毫无后顾之忧的运营管理，怎会不引万凰来朝？

后记：《三国志·蜀书·庞统传》中说，英雄所见略同。比喻特殊或杰出人物的见解在重大的谋略上是一致的或完全相同的。人如此，财富亦如此。当众多品牌商家将目光锁定在升龙广场时，正说明升龙广场有其征服商家的秘诀。哪些秘诀能有如此“杀伤力”？

请持续关注“财聚中心·置业升龙”系列报道(二)——“升龙广场：雄踞城市中心第一路口” (王易文)

隆安地产10年庆典

倾情回馈洛阳父老 超低价格 全城巨献

2980

开盘后 元/平方米

隆安·东方明珠 (商务区)

43平方米~74平方米 / SOHO商务 / 居住 / 全能小空间

4月20日恭迎您莅临

热销电话:60612000

地址:洛阳伊滨中央商务区开拓大道新源路交会处

