

曾经辉煌,一度没落,现又再“出圈”

这个市场缘何重新“火”了?

台州传媒记者许灵敏

“怎么就一间都没剩下呢?”5月16日,想在台州红星美凯龙一楼开冷饮店的赵标汉,跑了大半天,找不到一间店铺,心里非常纳闷,“去年这时候,这里的房子谁要呢!”

位于椒江大桥东侧的“台州红星美凯龙”,作为浙东南最大的“一站式”家具建材市场,2010年曾红极一时,后因各种因素,逐渐萧条直至没落。

去年疫情政策优化调整之后,“台州红星美凯龙”重新火热起来,餐饮、酒吧、卡拉OK等消费类行当蜂拥而至,一楼商铺更是一铺难求。

这个曾一度被人淡忘的商圈,缘何能够重新焕发生机呢?

下午4点后就订不到位

“一楼不可能的。”
“你到二楼看看吧。”

昨天下午3点半左右,记者来到商圈东南侧,以租客身份逐个询问过去,都找不到闲置的店铺,直至碰到计划到这里开冷饮店的赵标汉。

海鲜排档、快餐、面馆、小吃、干货批发……一路走过去,这里大部分的店铺与吃有关,一家挨一家,规模不一。

“幸好我去年第一个租了进来,现在才能租得来。”位于正东面的超市老板李先生介绍,自己3间门面5万元,现在起码要8万元以上了。他说,因为店铺走俏,租赁价格也逐渐上涨。

记者注意到,不少新租的商铺,正在紧张装修,争取尽快开业。

“吃饭的店那么多,都有生意吗?”当天下午4点半左右,记者转到“江边饭店”,向一名管理人员提出了这样的疑问,他淡然一笑,说:“放心,等一会都是人。”

有家叫“慢慢档”的海鲜排档服务员告诉记者,眼下每天下午4点前,不管是包厢,还是大厅,都订完了。

夜幕降临,到了晚餐时分,记者注意到,这里已经是熙熙攘攘,宾朋满座。商辅外围,到处塞满了车子,尤其正东门进去的小广场更是拥堵,连徒步经过都困难。

据不完全统计,从去年11月份开始,这里陆续开了近40家餐饮店、37家海鲜干货店、5家酒吧、2家卡拉OK已经营业,2家还在装修,还有数

家足浴店等待进场。

烟火气从何而来?

如果说眼下的“红星美凯龙”生意火爆,倒不如说烟火味十足。为何突然间人气如此旺盛?

“这得益于葭沚区块的改造。”在小广场从事干货批发的林敏一语道破其中缘由。他说,自从椒江进入“一江两岸”建设时代,葭沚区块改造提升,原先在工人路、葭沚老街周边的诸多商铺被拆除后,需要寻找新的出路,于是就瞄准了“台州红星美凯龙”,在椒江区政府引导下,自然就集聚到这里了。

“主要还是人口集聚的因素吧。”在现场采访前,记者向椒江市场监督管理局葭沚市监所了解商铺的登记状况,所长陈嘉懿分析说,除了葭沚区块改造提升的原因,还有周边新建的小区如新明丽江、都市丽景、理想花园等集聚了大量的人口,“像康平西路一样,消费市场的红火,人口集聚还是其中关键。”

同时,记者也了解到,这里曾经无人问津的商铺,在去年,租赁价格相对还是比较便宜的,有些冷僻的位

置每年仅万把元。

“三十年河东,三十年河西。一个市场的兴衰,有其自然规律,许多行政手段是无法实现的。”台州市消费者协会老王感慨,“台州红星美凯龙”的凤凰涅槃,背后的许多问题值得思考。

有待提升和规范

据了解,开业已经有10多年的“台州红星美凯龙”,占地500多亩,商圈面积巨大,家具市场尽管比较清淡,依然在正常营业。但是,记者调查发现,因为前期市场不景气,诸多公共设施已经破旧,或多或少影响了市场发展。

最重要的,冷清多时的市场,一下子火热起来,而且从事的行业也已经发生改变。餐饮消费类市场的兴起,带动了人气,烟火味也足了,但存在着诸多问题,如公共秩序、环境卫生等,有许多提升空间,有待进一步规范。

记者了解到,目前,商圈的业委会成立不久,还没有一家正规的物业公司,物业管理严重滞后。不少商户担心,这会影响到刚刚火起来的,需要相关部门加以引导和规范,使得市场能够持续、健康地发展。

村庄变景区
风景变“钱”景

5月14日,鸟瞰省未来乡村仙居县白塔镇上叶村新民居,房屋整齐划一,道路通畅,环境优美。近年来,仙居县白塔镇立足当地生态资源,结合高山移民、农房改造和美乡村建设,将村庄变景区、田园变公园,大力发展生态休闲乡村旅游和民宿经济,带动农民增收致富。

台州传媒通讯员王华斌摄



保利在台州：六年同路，与城市共生长

保利·凤起云城实景示范区开放

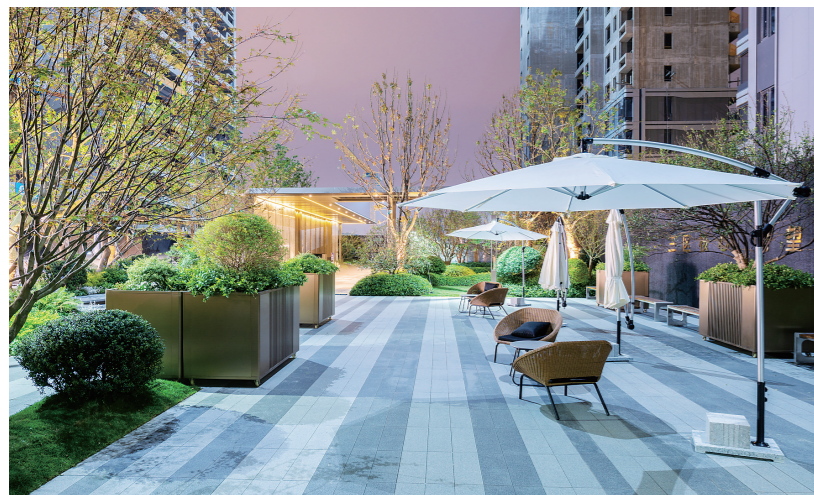
台州传媒记者林雅婷

5月13日,保利·凤起云城实景示范区正式向全城开放,风雨连廊、多功能架空层空间、自然生活花园等多维场景悉数呈现,吸引各路媒体与近千名客户到场。

当所有目光在此汇聚,保利·凤起云城这座凝聚了众人期待的诚意之作,在品质与实力加持之下迎来超前兑现,这是保利发展浙南公司(下文简称“保利浙南”)历经数月潜心打造献给台州的标杆,更是对未来生活的品质承诺。

为台州
掀开未来生活序幕

保利与台州的每一次相逢,都携带着诚意而来。2017年,保利在椒江摘地首入台州,随后在黄岩接连开发2个项目,其中的保利·大国璟更是黄岩城区中心地块项目,最终以到访交付率超95%的优异成绩实现圆满交付,入围“2022年度浙江十大交付力作品项目”。在城市人居需求变革的过程中,保利浙南洞察市场趋势,以保利·凤起云城项目,开启新一轮的城市焕新之旅。随着台州市域铁路S1线的开通,台州城区融合度大幅提升,城市价值持续放大,而保利浙南也循着政府构建美好城市的脚步,精磨优质产品,



保利·凤起云城项目实景图。

创造美好生活。

转变的趋势,蕴藏在头部房企所打造的项目之中。在保利·凤起云城实景示范区首发之时,该项目的主入口大门成了吸睛之作。从门头的横向尺度到挑高空间,从高端材质的结合应用到“凤鸟纹”的造型工艺,都营造出归家的仪式感。

不仅如此,项目还配置室内高尔夫、邻里会客室、阅读书吧等多功能架空层空间,以及风雨连廊、互动式的自然生活花园……让大家对社区居住环境的构想变得可体验、可感知。“我们希望能带给业主一个丰富而又轻松的室外空间,回家后可以一起到多功能架空层里和邻里分享彼此的生活,有一种‘回家即是假期’的享受感。”保利·凤起云城项目施工相关负责人介绍。

除此之外,在今年,保利·凤起云城项目斥资过亿的社区会所也将亮相,梧桐里商业街更将实景呈鉴……“这些社区功能的提前交付,意味着客户在交房之前就可以享受到配套红利,畅享高品质生活。”保利·凤起云城项目营销相关负责人表示。

为城市
打造品质人居标杆

保利在哪里,热点就在哪里。作为浙江省第二批未来社区试点项目、浙

江省共同富裕试点项目,保利·凤起云城项目不仅匹配板块发展势能,更契合路桥区高质量发展建设共同富裕示范区的规划。在此背景下,项目建设在受到市民广泛关注的同时,周边的各项配套设施也正快马扬鞭,不断赶上。

目前,台州市域铁路S1线正式开通运营;路桥区财富大道(院路路—灵山西街)道路综合改造提升工程正紧锣密鼓地施工中;路桥区凤栖小学(路桥小学教育集团凤栖校区)主体建筑已基本完工,正在进行周边配套工程施工及室内装修,预计6月底前能完成装修及设备安装,今年9月1日开学。

作为台州首个轻轨上盖TOD综合体项目,保利·凤起云城实现轻轨站直链商业的全新模式,15分钟通达椒江、温岭等重要区域。

值得一提的是,依托央企保利强大的品牌吸耐力,该项目更是着力打造保利社区广场加梧桐里商业街内外双商业的模式,未来将开启下楼一站式的全新购物体验,与此同时,电子商务、创新金融、智慧物流等新业态还在该区域不断发展。

教育配套作为市民选择居所的重要因素之一,路桥区凤栖小学按省一类标准设计,总用地面积36420平方米,总投资约1.8亿元,办学规模初定为48个班约2000个学位,硬件设施一流,学校所有教室均配备交互式多媒体教学系统,实现智能网络全覆盖。

城市功能愈加丰富,教育、交通等相关配套设施逐渐完善,风貌渐次升级,一个高质量发展的生态宜居示范区正在成型……

为生活
带来美好HOME+新主张

六载蓄力,可以远矣。保利带着对城市愈加深入的了解,提出“同路者同好”——保利是城市的美好同行者,同路人,在台州亦不外如是。

今年,保利浙南发布“美好HOME+”生活新主张,重点围绕产品和服务两大模块展开。在具体的产品打造中,从产品创新研发,产品标准化建设、精工建造、景观营造等方



保利·凤起云城项目示意图

面进行全方位诠释,以强大的产品力覆盖业主的全生活场景。同时从业主的偏好和需求出发,以业主为中心打造从城市开发商到美好同行者,再到生活陪伴者的更亲密的全新关系。

3月,保利浙南开展“和邻计划”春日户外季,在台州、金华、温州等地,组织保利业主们一同踏青、露营、烧烤……让每一个保利家庭都感受到了幸福温馨的邻里生活,收获业主们的广泛好评。“今年,HOME+”和邻计划”还将陆续推出更多形式多样的活动,让更多业主可以和保利一起,与美好生活同行。”保利浙南品牌营销相关负责人表示。

2023更是保利服务年,保利浙南将在“美好HOME+”的品牌理念引领下完成从城市更新到服务深入人心的深度转向。

在交付服务力方面也进行了焕新升级,推出“1+1+1”美好交付体系,在交付前、交付期、交付后都会为业

出口知名品牌的经营之道

出口占比达五成,实现上亿元销售额

Talos:
品牌因产品而出彩

台州传媒记者李寒阳

4月26日,在北京国际精酿工业啤酒展览会上,一辆啤酒“巴士”引人注目。

这辆巴士是中国塔罗斯科技股份有限公司(以下简称“塔罗斯”)为展会专门打造的,一直以来,展会都是塔罗斯向世界展示产品的重要窗口。

2020年至2022年,塔罗斯先后入围台州市专精特新“小巨人”企业、国家级专精特新“小巨人”企业以及国家级重点专精特新“小巨人”企业。

近日,旗下品牌“Talos”成功入围浙江跨境电商出口知名品牌,2022年出口占比达五成,实现外贸销售额上亿元,在啤酒分发设备以及液态食品包装领域在全球占有一席之地。

潜心研究开发
打造“中国精工制造”

在“Talos”成立以前,啤酒分发设备以及液态食品包装领域在国内是完全空白的行业,几乎一切都需要“无中生有”,没有可供参照的经验,不仅产品需要自己“创造”,生产设备也同样需要自己“创造”。

斥资3000万元进行研发,潜心三年打造核心产品“太空桶”,抓住传统啤酒在零售时不锈钢桶投入成本大、运输回收慢,二氧化碳的采购运输、气瓶减压阀的耗损、清洗、维护繁琐等痛点,5次颠覆性升级淬炼出“太空桶”的过硬品质和超新技术。

去年,“Talos”又对“太空桶”做了一项重大的技术变革,追加了全新的防爆装置,大大提升太空桶使用的安全性,在材质和原料的选择上也进行了迭代升级;近期,该产品正在进行第七代升级,预计下月

问世。

此外,“Talos”以“太空桶”及配套设备为核心打造的一系列轻量化、集成化、简化的啤酒分发系统解决方案,让桶装啤酒突破传统场景限制,出众的技术和品质让其收获高度评价。

“从起家时开始,我们就更加专注于研发而非营销,就要做得比别人好、比别人精。产品好了,品牌才会出彩。”塔罗斯董事长邱迪清说。

巧借展会东风
提升品牌影响力

继4月26日的北京国际精酿工业啤酒展览会和5月7日的美国精酿啤酒大会后,5月30日,塔罗斯的“啤酒巴士”又将开往上海,参加第八届亚洲国际精酿啤酒展览会。

“积极在各种大型展会上露脸,不仅是我们向世界展示技术和产品的重要机会,同时也是我们品牌建设的重要内容。”邱迪清认为,塔罗斯是国内该行业的龙头企业,确保Talos在国际市场的品牌力和话语权不仅是为企业能够更好地发展,也是为了国内该行业能够更好地进军国际市场。

每次大型展会,“Talos”都会精心准备,带去新颖的产品和强大的技术、销售团队,为桶啤售卖提供新思路、新方向,与众多客户深入交流,把企业超前的理念带到全球各地。

为了进一步提升品牌影响力,无论是国内、国外市场,“Talos”始终坚持自主品牌的推广和销售,不断增强自主专利和多重认证,再通过线上、线下多渠道发力,实现销售额的进一步突破。

邱迪清表示,品牌力的提升,还是要靠口碑来打基础,在展会或其他营销过程中,产品过硬能让一切都变得省力。



保利·凤起云城实景示范区开放现场