

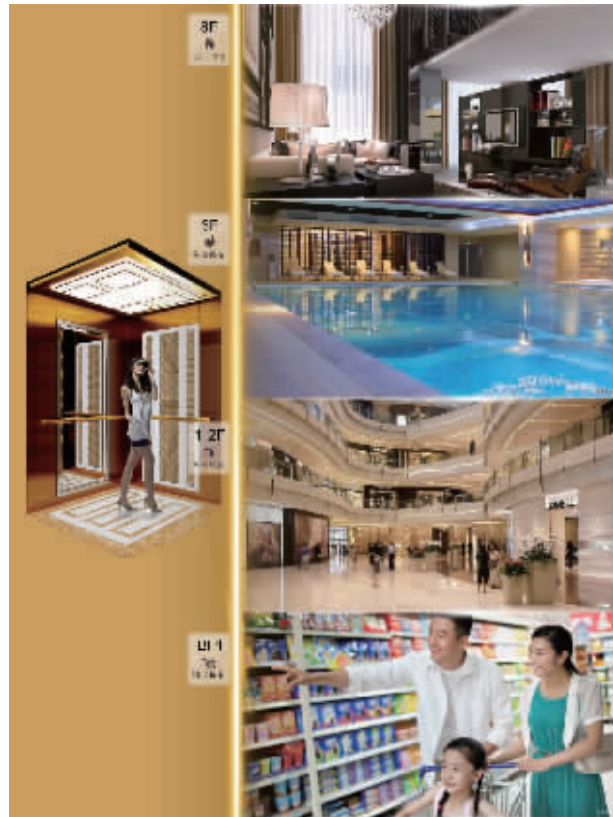
# 杭州诞生首个全产权“ShoppingMall 上盖私寓”

## 400 米生态峡谷 垂直生长的城市艺术商业殿堂

如何描述中大银泰城业主的未来生活，俨然成为了一道难题。在传统商业语境里，“十分钟生活圈即是城市繁华”差不多已经是市中心便捷居所的极致描述；但在中大银泰城，这句话却可以改写成“十秒钟融入都会生活”——在这里，小小一部电梯轿厢，把喧嚣和静谧相分隔，把繁华与生活相融合。

在东新路石祥路的交汇口上，33 万平方米的中大银泰城如同一座“垂直生长的城市艺术殿堂”。你对大都会生活的一切想象——精装私寓、写字楼、ShoppingMall、电影院、美食城、量贩娱乐会所，如同生长在大树上的花朵和树叶，而垂直电梯、自动扶梯、观光电梯、连廊和花园步道则交错联结，成为这棵大树的主干。随着电梯门的一开一合，你的生活就像电视频道一样，在购物、就餐、工作、休闲、健身之间切换。最后的画面，往往定格在你温暖的家中。

和科幻电影不同，这样的生活，中大银泰城 SOLO 精装私寓业主们明年 9 月就能触手可及。



### 不同的电梯按钮 不同的生活图景 “24+N 小时不夜城”的全新阐述

如果一座商场一天一夜连续不打烊，它只能被叫做“通宵营业”。一座综合体内一次性满足都市人 24+N 小时所有生活需求，才真正称得上“24+N 小时不夜城”——中大银泰城做到了。

早上 8 点，朝阳在房间中弥漫开来，把你从梦中叫醒。不要急着起床，你只需一边俯瞰早高峰的城市，一边不紧不慢的沐浴更衣，和狗狗道别，优哉游哉的迈进电梯。

十几秒钟，电梯把你带到了楼下的星巴克，喝一杯咖啡，吃一块蛋糕，还有足够的时间翻翻当天的新闻。

8:55，电梯已经把你送到了办公室，当你坐在转椅上开始浏览工作邮件时，你的同事或许还堵在某个十字路口动弹不得。

11:30，坐着电梯来到了美食城，和约好的客户共进商务午餐。一边把客户送到电梯口，一边按下“2F”或“1F”的按钮，剩下的午休时间，正好逛逛银泰购物中心，为下一季的流行风尚拎拎面。

5:30 下班，别人蜂拥赶地铁，你却坐着电梯上楼，回家里换上健身服。四楼的健身中心新来了印度教练，约好的瑜伽课怎么能错过？

7 点，精神抖擞的下楼迎接心上人，在空中花园品红酒诉衷肠。酒正酣时，两人开始盘算，究竟去楼上的 IMAX 影院看新上映的大片，还是去楼下的量贩 KTV 飙一把嗓子？

11 点，电梯“叮”一声停在熟悉的楼层，几步之遥就是家门，小狗早就闻到了你的气息，在家后面兴奋得甩着尾巴。

从早至晚，只要你愿意，你足不出户就能阅尽整个城市繁华，从此毒辣的日头和你再无关系，也不用担心不期而至的大雨打湿新换上的皮鞋。坐上电梯就像进入了时空隧道。电梯门每打开一次，都会瞬间切换到城市生活的一种界面，在购物、就餐、工作、休闲、健身之间自由点击。

24+N 个小时别样生活，365 天每天都有全新体验——这才是中大银泰城对于“24+N 小时不夜城”的最新诠释。

### 量身定做的商业布局

#### 中大银泰城“订单地产”打造杭州从未有过的壮美图景

城市综合体是一座城市发展高级阶段的产物。当一地区人均 GDP 达到 4000 美元、城市化水平在 45%~50% 的时候，消费渴望便开始由单一的购物需求向综合消费发展，此时便具备了建设城市综合体的条件。

2013 年的杭州，人均 GDP 远超 1 万美元，城市化率到达 73.9%，建设怎样的一个综合体才能满足杭州人的消费欲望，这才是摆在所有商业地产运营商面前的课题。

“量身定做的优雅商业”，这就是中大银泰城给出的答案，更是它在项目整体规划之前，就已经为自身倡导的高端都会生活所定下的基调。

订单地产是近年来商业地产领域流行的观念，所谓“订单”就是房地产商在开发商业地产之前，就先和知名商业企业达成战略联盟，在明确了主力店的情况下，再对商圈进行准确的分析和定位，从而借助商业巨头的品牌效应加快中小店面的招商进度，也为主力店和辅营区增加商业成功的机会。

中大银泰城则远远超越了“订单”概念，作为中大地产与银泰商业的联姻，中大银泰城完成了浙江房地产和商业运营血统之间的融合。而 50% 的自持率，更是在规划之初避免出现物业商业“两张皮”的问题，加大了统一招商、经营、管理、服务的力度，从而有效保证了项目后续的商业秩序和业主权益。

早在建筑规划之初，中大地产便强强联合擅长商业运营的银泰，

希望银泰从商业专家的角度，为建筑设计提供参考，无论是商业店面的空间、高度，还是购物区域的出入口设计和人行交通布局，都在银泰丰富的商业经验指导下，严格遵从商业运行的客观规律而建。在内部构造上，更是特别邀请了台湾著名商业规划师的史南桥进行设计，让消费者徜徉其间有一边逛艺术馆一边购物的错觉。

“在中大银泰城，进驻品牌不需要为了适应商场，改变各自独有的经营模式和装修风格；我们早就为各个品牌考虑周全，为每个品牌留足了创意空间和商业元素，商家只要带着商品和灵感，就能在中大银泰城‘拎包入住’。”

中大银泰城的运营团队介绍，他们始终倡导三种消费模式——时间型消费，体验型消费和激发型消费。无论是独一无二的峡谷生态型建筑本身，还是首创的百米雕塑景观台阶和近 2 万平方米的城市空中花园，中大银泰城无不透露出浓郁的艺术气息，甚至在 Shopping Mall 和写字楼的每个拐角和楼梯间，都有可能陈列着有趣的艺术小品。

消费者在中大银泰城，不仅能打破目的型消费的时间局限，畅享全天候一站式消费；还能在消费的过程中体验到产品之外，综合体所带来的感官之美，更能激发人们对都市生活的理解。“在艺术商业殿堂”，我们是为了休闲去购物，为了情绪去购物，为了愉悦去消费。”

### 2014 年 9 月 ShoppingMall 将率先开业

#### 首推酒店式商务 SOLO 低成本拥有银泰物业

在杭州商业史上，商圈的发展总是滞后于城市的扩张。先住宅、后商业的发展模式，让“钟摆运动”始终伴随城市发展一道扩张——每逢周末，数十万人涌向市中心，挤进寥寥数个大型商超购物，“杭儿风”的自嘲背后，俨然是城市配套不足的无奈。

中大银泰城采用“配套先行，体验为王”的开发手法，致力于扭转这一格局。其中，10 万平方米的银泰 Shopping Mall 将会于明年 9 月率先开业，预计开业之初就将拥有约 160-200 个品牌。

目前招商工作已经全面启动，到今年底将可以完成 50% 的品牌签约。整个商业的定位是“现代家庭生活购物中心”，走年轻、流行、时尚和亲民路线，其中餐饮、休闲和娱乐等辅营项目将占到 50% 以上，并将引进大量首次入杭的品牌。

当业主们在入住酒店式公寓或者办公楼的时候，银泰 Shopping Mall 已经整整营业了一年，商业气氛早已如火如荼。而这种“配套先行”的开发模式，除了为中大银泰城的业主提供更多高品质商业服务，更能对区域内商业格局的优化和城市的发展起到引领作用。

未来的中大银泰城，将拥有 33 万平方米的巨大体量，在它的物业形态中，既有银泰商业的 10 万平方米 Shopping Mall、主题餐饮、星级影院、量贩 KTV、娱乐电玩城；也有 3.9 米层高，200-1400 平方米空间格局的大开间写字楼，以及 4.78 米精装修 LOFT 酒店式公寓，真正成为下城新都市中心 24 小时跳动的心脏。

身处中大银泰城由阳光、空气、水、绿植、建筑艺术五种元素构成的空间中，你能全面体验到视觉、听觉、味觉、嗅觉和触觉带来的全新体验，360 天永不落幕的表演，给业主带来突破想象力的都会生活。

中大银泰城项目将会在今年 9 月份首推酒店式商务 SOLO，户型为 50 多平方米的 LOFT，这在杭州市中心综合体中，也算是投资起点很低的项目之一，让购房者能够轻松拥有一套源自中大与银泰的高端物业。

杭城首家 SHOPPINGMALL  
上盖全产权精装 LOFT、国际 5A 甲级写字楼  
VIP: 8523 6333

新浪微博: @中大银泰城

