

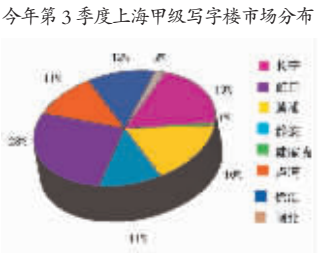
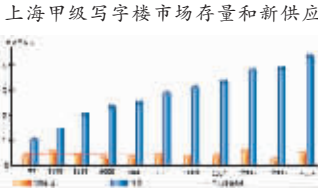
上海楼市分析

商业物业

写字楼空置率降至历史低点

Supply 供应

本季度没有新增供应上市,这样的情况仅仅在 2004 年第四季度出现过。由于没有新项目完工上市,上海甲级写字楼存量仍然为 4142593 平方米。本季度的市场情况基本重演第二季度的供不应求局面。

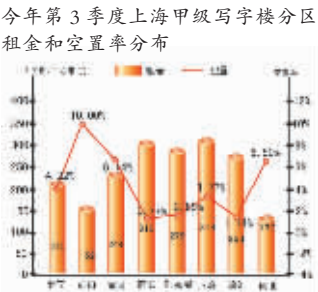


Vacancy 空置率

由于没有新的写字楼上市,而需求依然不断增长,上海甲级写字楼平均空置率继续下降,截止第三季度末为 3.02%,与去年同期的 5.69%相比,下降了 2.67 个百分点。从区域来看,静安区空置率最低,为 0.77%。该区域强劲的市场需求主要来自于服务业公司。本季虹口区位于空置率榜首,其空置率达到 10%。

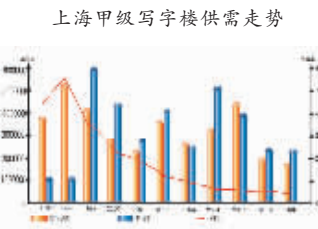
Rental 租金

由于上海甲级写字楼空置率不断下降,市场需求亦得不到缓解,其平均租金报价持续上升,目前达到 1.16 美元/平方米/天(8.70 元/平方米/天)。



Sales 交易

三季度交易市场有一些交易活动,不过,持续增长的租金使得甲级写字楼物业持有者仍然选择长期持有而不是出售。



Outlook 展望

明年年初,甲级写字楼需求将保持强劲增长势头,市场会持续紧张局面。不过 2008 年 1 季度开始,随着许多新增供应上市,市场会有一些变化。未来 12 个月大约有 1,172,024 平方米甲级写字楼新增供应量上市,主要分布在浦东陆家嘴。预计陆家嘴未来新增供应大约 740,295 平方米,仅上海环球金融中心一个项目就将提供 226,000 平方米的新增供应。

■戴德梁行

关键词 上海 创意地产 老厂房

- 提要**
- 创意地产的核心是创新商业地产
 - 老建筑改建是创意地产重要类型
 - 创意地产会创造丰厚的经济价值

研究机构



解读创意地产热

近年来,随着上海整体产业结构的逐步转变,服务业尤其是现代服务业所占的比重越来越大,同时也带动了上海创意产业的快速发展,一种新型的与产业结合更为紧密、开发运营模式更具针对性的房地产模式——创意地产蓬勃发展。将创意产业与房地产业实现资源共享与互动发展,提升房地产的品质与内涵,是当前创意地产的主要表现形式。而在 2006 年,这种产业联合的房地产开发模式也开始呈现了不同的类型。

新老建筑打造创意地产

老建筑改建类型,据上海创意产业中心的统计,沪上有近 4000 万平方米具有海派风情的老厂房、老仓库处于闲置状况或被廉价出租,有的甚至面临被拆除的境地。而创意集聚区就是要利用典型旧厂房特有的建筑风格和历史底蕴,在改造中结合创意产业的需求,注入时尚、个性的建筑元素,吸引了众多创意工作室入驻。

新建筑新建类型,起家于老厂房、老仓库的创意地产,如今也出现了新的建筑现象。随着对创意地产空间个性化的需求,创意地产已不仅仅局限于旧建筑的改造,一批符合创意产业特殊要求,规模性的精品创意地产项目出现了。

创意地产的核心是创新商业地产,创意产业与商业地产相结合的一种新型商业地产,当二者相遇时会产生 1+1=3 或>3 的效益。

创新商业地产运作

创意地产以创新商业地产运作为核心,与传统的商业地产相比它的创新地带主要体现在以下几个方面:

一,通过各种创意活动介入商业运营。自从 2002 年中国房地产业内首次提出“商业地产”这个概念以后,原先开发的商铺和办公楼虽然在数量上得到了迅速的发展,但主要还是把商铺或者办公楼推销出去了事,很少有商业运营的深度介入。创意地产的创新之处在于会通过各种创意活动进行市场推广,介入商业运营。例如杭州西湖天地 2003 年 5 月开张以来,以西湖天地为载体,致力于一种聚众文化,进行城市节日文化的打造,每年都开展各种



上海 8 号桥是一处典型的老建筑改造类型。

活动:“城市之声拼图比赛”、“杭州西博会国际烟花节”、“何占豪个人户外音乐会”、“LANC·ME 西湖天地时尚之夜”等。这种聚众文化给西湖天地带来了良好的公众口碑和经营效益,也是创意地产创新地带的表现。

二,打造粘性产业空间达到产业集聚。一般商业地产也有业态规划,也有专业批发市场,但在发展过程中往往是松散型的。而创意地产在规划产品时致力于打造粘性产业空间使之达到产业集聚。粘性产业空间,是指建立某一空间内产业的前后向链接性、关联度和吸引力,有效地、长期地粘住空间内外资源、资本、人才等生产要素,进而粘住由要素带来企业集群,形成产业聚集空间,从而产生很强的群体竞争优势和集聚发展的规模效益。

2005 年 4 月,上海首批 18 家创意产业集聚区挂牌,现在已发展到 50 家,如上海创意产业策源地——田子坊已入住中外创意产业

机构业 101 家,涉及视觉创意设计各个领域,带动会展、餐饮、休闲、购物等联动发展。

三,多层面的文化建设。创意地产中商业地产的创新地带是多层面的文化建设。从创意的层面上说,创意本身就是一种文化的操作,需要对项目进行全方位的文化立意、文化渗透、文化包装,从建筑的层面上说,或通过老建筑文化资源的发掘,或通过新建筑文化形态的塑造,提升建筑的文化要素。从运营内容上来说,它从事的是一种文化创意产业,涵盖了人类文化广袤的空间和深层的内核,具有相当的文化广度和深度。

创意地产是上海地产业发展到一定阶段与国际接轨的一个集中表现。创意地产是产生智慧、创造奇迹、引领未来的智慧地产。在整个社会倡导自主创新氛围之下,创意地产将在上海会有越来越好的发展环境与发展空间;创意地产也会为上海创造越来越丰厚的经济价值。

创意地产新建筑新建类型		创意地产老建筑改造类型	
老工厂	上海 8 号桥、北京 798 艺术区、杭州 LOFT49	商厦	北京第三极、北京三里屯 3.3
老地标	外滩 3 号、外滩 18 号、金茂 J-LIFF 时尚中心(裙房)	商办楼	上海海上海 LOFT
老街区	上海赤峰路设计街、澳门望德堂创意产业试点区	商业街	东莞苏豪娱乐购物坊
老大楼	广州 LOFT345 艺术空间	文娛艺术区	香港西九龙文娛艺术区
老仓库	上海四行创库余库、上海东元文创库、南京圣别艺术中心	创意基地	上海张江文化科技创意产业基地、大连普兰文化产业园示范点
老民居	上海新天地	创意园区	无锡工业设计园
老村落	深圳大芬油画村	创意社区	上海创智天地、天津泰达时尚广场

上海楼市分析

一手房

房价整体趋稳

□以往金九银十都是房地产市场传统的销售旺季,但在 9 月底央行出台第二套房房贷首付提高的新规之后,市场观望气氛浓厚,成交量出现不小的萎缩,而上海楼市房价上涨过快的势头也在一定程度上得到了抑制。

□10 月份以来的十几个交易日,上海新建商品住宅成交量仅有 65 万平方米,环比减少一成,并出现了个别楼盘撤单量大幅上升的情况。

□房贷新政策作为楼市新一轮调控的信号,将促使开发商和二手房业主降低对未来房价的预期,这对稳定房价将起到一定作用,而消费者的购房行为也将更为理性。

■中国指数研究院

上海楼市分析

二手房

二手成交低靡

□10 月上海二手房市场的成交量呈小幅下降趋势,虽然各区域成交价格稳中有升,但上涨幅度有所放缓。

□长宁古北板块近期成交价格依然十分坚挺,平均涨幅在 15% 左右,但成交量有小幅微降;而静安区的二手房市场受政策影响,成交量方面下降更为明显,相比上月同期减少将近 50%。

□次中心板块由于多为自住客,成交量和成交价格方面均无太大变化。

□房东“惜售”现象依然存在,房东在没有下一步投资计划或投资方向之前一般不会轻易卖出手上房源,在新政尚未出台细则前,房东并不急于售房,即使挂牌出售,亦是以大大高于心理预期的价格出售,而房东对新政细则出台后的市场依然充满信心。

□由于银行加息、限外政策等多项政策方面的影响,从另一方面造成买家的观望情绪,还贷压力的提高、对后市的一个模糊概念,都降低了买家的购房欲望。

□根据以往政策出台的规律来看,一旦二次房贷细则清晰明朗化之后,购房者和房东双方的心态将会发生明显变化,届时将会推动二手房市场的再次复苏,预计春节前后二手房市场将有所好转。

■中原地产

买卖双方博弈

□距离银监会下发“提升第二套房首付款及提升第二套房贷款利率”的通知已近一月,对于“第二套房”的判定标准却仍旧还在商议当中。由于政策的不明朗,买卖双方的心理均受到一定程度影响。虽然市场还在等待相关实施细则以界定“第二套房”的标准,但不少购房者已经产生了推迟购房的心态。买卖双方再度博弈。

□买家的理性等待使得各区域二手住宅业主反价现象在很大程度上得到缓解。近期成交的房源大多以挂牌价格成交。

□虽然投资购房需求萎缩,自住需求主力支撑市场。但由于现时自住需求支撑市场刚性需求事实存在的等因素,类似过去宏观调控业主主大幅降价抛售的情况并未大范围发生。

□也有部分高档住宅业主出于对后市看好,纷纷选择“转售为租”过渡观望期。

■美联物业