

# 突围商业地产 还需回归产品价值

□地产评论员 蔡骏

上半年,商办市场虽然成交有所上升,但与住宅市场的“火烫”行情不可同日而语。在库存压力依然较大、项目去化差距显著背景下,富有投资价值无疑才是商业项目立足市场的关键。



## 小独栋办公产品 创新受追捧

写字楼

近两年,小独栋办公产品深受市场的关注。谈及“独栋”,人们容易与千万级以上的住宅联系在一起。然而,小独栋办公则不同,外观上有独栋别墅的轮廓,实则可能就是某企业总部大楼。调查发现,小独栋办公受追捧原因是多方面的。

其一,产品新颖。相比甲级办公楼动辄800-1000平方米、数千万甚至上亿元的投资,小独栋写字楼的投资门槛较低,同时投资者基本可以获得甲级写字楼的办公体验;而与创意园区相比,小独栋办公私密性较强。另外,产品的独特性,无疑可以满足创新型买家。

其二,贴近城市发展。目前,小独栋办公产品主要分布在外环外,尽管如此,其概念性却不输市中心——产业融合、自贸区嫁接等价值元素,使其能够跻身企业总部的行列。

其三,小独栋办公产品在某种意义上甚至可以满足一部分置业者的别墅梦想,综合看来,小独栋办公后市可期。

■项目链接:优安天地预计9月份售楼处开放。项目开盘将推出独栋办公、小高层办公、配套商业街。目前商业街已开始对外招商,开盘时间待定。

## 新兴区域成下一站热点

商铺

尽管有人说“一铺养三代”,但事实上在所有商业地产投资中商铺投资难度较高。目前,商业的运营模式正在发生着变化。眼下,商铺易购,但实际运作中,招商、招租却遇上了难题。

不过上海新兴区域商铺的投资价值不降反升,如宝山、嘉定、青浦、金山、浦东川沙等区域的商铺就备受关注。

一方面,城市网络化交通的快速建设让更多置业者了解到这些新兴区域,很多投资者认为这些区域眼下正是价格洼地。另一方面,这些区域原有的商业规模性不强,一旦有大品牌开发整合,人气凝聚力毋庸置疑。以宝山万达金街散铺为例,项目开盘即热销,商业开幕至今“金街”人气持续居高,投资价值可见一斑。因此,开发商也积极布局新兴区域,尤其是受大虹桥

辐射的松江、青浦,更吸引了绿地、万达、万科、正荣等房企积极投资,前往新兴区域投资商铺或是商业地产的新热点。

■项目链接:青浦万达茂是万达集团在上海拟建的第七个项目。据了解,万达茂是万达集团在世界首创的大型室内文化、旅游、商业综合体,是万达倾力打造的世界文化旅游新品牌,以文化娱乐为主,大幅降低零售比例。

## 四大概念支撑项目热销

酒店式公寓是目前商业地产中最受欢迎的产品之一,该产品通常面积小、总价低,适合各类投资者。目前,借力城市发展,其已经形成了四大热点板块。

首先,明年迪士尼就将开园,届时将有大量的住宿需求集中释放,因此迪士尼周边酒店式公寓自然迎来一轮投资热潮。更有业内人士称,投资川沙板块酒店式公寓,回报率更高。

另外,世博会之后,前滩着力打造国际总部经济,未来板块将吸引来自世界各地的精英人才,目前区域内高品质酒店式公寓的供应量仍较少,因此尽管价格不菲,但前滩板块的酒店式公寓在市场中依旧抢手。

自上海自贸区落成以来,周边房价快速上涨,酒店式公寓也不例外,不少投资者正是看好自贸区相关范围内买房开公司可以享受相关政策。业内分析人士认为,短期内,区域还将出现持续热销行情。

此外,虹桥枢纽建成以来,今年,国家会展中心成功接棒成为大虹桥的新热点。上半年的一场车展、一场医博会,让人们认知了国家会展中心的号召力,也将区域商业、酒店稀缺的事实暴露无遗,因此未来虹桥商务区内的酒店式公寓或将“一席难求”。

■项目链接:绿地云悦坊位于川沙板块,为绿地东海岸时代广场的二期。在售39、50、55.70平方米LOFT,挑高4.5米,均价30000元/平方米,总价100-200万元/套。

市场速递

## 一周成交均价

# 33269

元/平方米

(7月13日-7月19日)

在经过前三周的集中成交,以及供应的持续萎缩后,市场新鲜房源有限,库存尾盘则吸引力不足,由此导致上周楼市回落明显。但从上周供应表现来看,新增入市项目出现了一定的提价现象,特别是中高端项目,涨价的步调较为一致。

## 7月商办市场多现整购

进入7月后,全市商业地产的成交量出现了迅速上升,根据德佑链家研究部监控的数据显示,截至7月21日,7月以来全市商办类物业的成交量为33.9万平方米,仅凭借这三周的成交,7月商办类物业的成交量已经跃居至今年以来的次席位置。

7月商办类物业成交量的攀升,主要来自于本月出现了多次整购交易。德佑链家研究部总监陆骑麟表示:7月以来沪上商办类物业整购频出,虽然本身存在着一定的偶然性,不过,偶然中也存在着一定的必然。今年金融政策的一再宽松,释放了大量的流动性,势必也会一定程度上刺激企业和金融机构购买不动产用于投资或者自身的办公需求,7月以来多现的整购,正反映了这一情况。

## 乐居创新房地产互联网+

房地产行业对于互联网+的探索愈演愈烈。近日,乐居控股有限公司宣布联手滴滴打车推出“码上专车”看房解决方案。“码上专车”为楼盘项目提供定制看房二维码,可以在项目推广的各个环节中任意添加,购房者扫描后即可在线预约,享受免费专车看房服务。

“码上专车”为购房者提供便捷专车看房服务的同时,为房地产行业的互联网+再添新的内容。

乐居搭建的该看房平台,包括看房报名、专车预约、客服跟单、报表分析及项目管理五大系统。

乐居控股有限公司CEO贺寅宇表示:乐居一直专注于以互联网O2O创新房地产营销的关键环节。新的看房解决方案的推出,用更好的体验及完备的服务体系解决了看房到访的问题。这将真正发挥互联网+的作用,把线上与线下链接起来。

## 商业地产投资风向标

### 性价比

上半年上海成交火热的商业项目往往也具有较高性价比,其中酒店式公寓尤为明显。项目售卖过程中性价比展现得越直接,买家越容易认可。不过也有业内人士表示,对于写字楼、商铺等产品,投资回报才是核心价值。

### 回报率

购买商业产品,投资收益是重中之重。产品所称的高回报率固然吸引眼球,但业内人士也提醒买家,商业地产投资还需关注持续年限、实际兑现情况及品牌信誉度等,谨防房企为推动销售“虚报”投资回报。

### 傍“大款”

依托规划,与板块同步发展的“傍大款”方式是商业产品快速获得认可的方法之一,比如今年便有多项目的卖点是“地铁上盖”。业内认为投资价值是商业项目的核心,因此商业产品热衷“傍大款”也在情理之中。

## 商业聚焦

## 方兴商业引入地产新模式 打造国内首家“平行奢侈品中心”



面对商业地产的发展,开发企业不断谋求商业地产开发、运营的业务拓展与模式创新也得以积极呈现。

日前,方兴商业发布消息称,将在金茂丽江J·LIFE项目打造国内首家“平行奢侈品中心”,即“EAST DOMAIN 平行奢侈品”,“与境外同步上市、同价位销售”。

关于该模式,方兴地产商业事业部相关人士解释说,方兴商业所做的“平行奢侈品中心”,主要是通过选择与富有竞争力的合作方深层次合作,缩短中间环节,减少成本支出,实现奢侈品与境外市场的平行时间上市、平行价格销售。

据了解,即将于今年8月底在金茂丽江J·LIFE项目开业的“平行奢侈品中心”,由方兴商业与上海益朗国际贸易有限公司共同打造,总面积约为2600平方米,将引入包含ARMANI、BURBERRY、

Ermenezegildo Zegna等在内的15个国际一线奢侈品品牌。

益朗国际董事总经理王钧由表示,益朗国际携手独家战略合作伙伴——EAST DOMAIN(亿东国际),通过其所拥有的众多国际奢侈品一级代理权的优势,实现“源头直采价+关税”的模式,同时结合益朗国际所处的上海自贸区的制度创新,实现真正意义上的跨境直销,最终做到与境外市场的平行销售。

对于该“平行奢侈品”模式,有分析人士指出,在经济全球化和电子商务大潮流的推动下,传统奢侈品零售模式需要转型;而“平行奢侈品”无疑提供了一种渠道扁平化、成本集约化、品类同步化的模式。