



2013年的商业地产市场，
产品整体品质提升，价格也水涨船高——

商业地产： “档次”得到市场“认证”

□记者 霍媛媛

从3月开始，伴随着楼市整体人气不断攀升，商业地产也走进了春天里，各种商业地产产品纷纷选择入市，一时间，市场上的商业地产产品类型丰富，“高端大气上档次”的产品也越来越多。

值得一提的是，这些产品的品质较以往的同类产品有一定程度的提升，所以虽然价格相对较高，但市场反响较好，这意味着，商业地产产品的“档次”得到了市场的“认证”。



(资料图片)

▶▶ 上半年：写字楼和公寓撑市

写字楼和公寓产品是今年上半年商业地产领域的主力军。3月17日，建业·世纪华阳写字楼项目世纪中心开盘1小时，就取得了销售95%的好业绩，销售额达2.2亿元；3月30日，升龙广场的酒店式双子星公寓2号楼公开选房，短短两天，销售额超2亿元。

上周四，我们推出的“‘2013洛阳秋季精品房展会’时间到”系列报道之一综合篇，展现了本次精品房展会的3大创新举措。今天，为您带来的是系列报道之二商业地产篇。本篇分为上下两部分，上篇全面展现今年我市商业地产的市场表现，下篇关注本次精品房展会上的商业地产项目。

据介绍，“零月供”“首付8万元”等低门槛，使得该产品受到欢迎，这似乎也是诸多公寓产品的“杀手锏”。5月25日，升龙城的创富SOHO公寓开盘，“首付4.9万元”“月供32元起”等宣传语同样彰显这类产品投入少、风险小的特性；5月，盛唐至尊OFFICE写字楼

开盘，当天到场认筹的购房者有百余组，销售额达1.2亿元；6月，正大国际城市广场铂金公寓开盘，开盘当天销售近八成，销售额达2亿元……

这些公寓、写字楼的热销不外乎两个原因：一是区位优势好，占据城市核心资源；二是品牌影响力大。

▶▶ 暑期档：同样有推盘小高潮

进入暑期，以写字楼为代表的一批商业地产产品又迎来了一个个推盘小高潮。

从数据上看，今年7月，我市商品房市场批准预售非住宅产品2021套，批准预售面积14.78万平方米，环比分别增长125.81%、245.33%。综合前7个月的情况看，7月非住宅产品的供应量是最大的。

大厦、中泰商务大厦、盛唐至尊红公馆等产品也加入写字楼产品的推广阵营，天明国际中心、正大国际广场、恒生科技园等项目也都没闲着，纷纷借助时间节点推出了各具特色的营销活动，以此来提升人气、拉动销售。升龙广场、上海滩华府、宝龙城市广场、升龙城等楼盘则推出了商铺产品……

市场的活跃度更高；就产品的丰富度来看，下半年前两个月，写字楼的表现虽然仍旧抢眼，但街铺、公寓、小户型、科技园区、专业市场、商业综合体等产品也有不少新亮点。这些商业地产产品的“命运”将会如何呢？还需要时间来回答。

不过，到2013秋季精品房展会上看看同类产品的表现，不失为一种获取答案的捷径，见微知著，您说对吧？

反观市场，进入下半年的前两个月，东方今典·天汇中心、国宝

与上半年相比，就市场的活跃度来看，下半年商业地产

“‘2013洛阳秋季精品房展会’时间到”系列报道之二 商业地产篇(上)

洛阳
升龙广场
时尚商业航母 △□×○



不够



不完



不停

唤醒680万洛阳人都会繁华之梦

▶ 独立店+室内步行街 | 主力总价段150万元~300万元 | 主力面积段90平方米~200平方米 ◀

火爆预约中

希尔顿酒店/大商百货/韩国CGV影院/永辉超市顶级商业已签约进驻

SHENGLONG PLAZA



NO.1 地段
城市中心第一路口



NO.1 商业
24小时全时消费



NO.1 品牌
2000余知名一线品牌



NO.1 体量
35万平方米商业集合



NO.1 配置
3大中庭+40部高速电梯



NO.1 运营保障
75%高度自持保证

项目地址：洛阳市中心第一路口王城大道与中州路交会处
预售许可证号 洛房商预字第Y111-122号 | 以上图文不作为合同要约

Vipline 606 99999
0379-606 99999