

商业地产或迎来—— 黄金时代

□本刊记者 张宝峰

7月末,做了20多年住宅生意的龙湖地产在酝酿3年后突然发力,它宣布了未来3年的商业地产开业计划,公司将向市场推出300多万平方米的购物中心。同一时间里,万科、华润置地等房企巨头也宣布了自己的商业地产战略。

近年来,在调控政策的作用下,全国几乎所有的开发商都卷入了商业地产开发的热潮,一些城市综合体、写字楼如雨后春笋般崛起。

1 商业地产 逐渐占据投资主导地位

据洛阳五洲国际工业博览城总经理杨桂平介绍,受宏观经济走势下行、国家调控政策作用、金融信贷收紧等多方面因素影响,经历15年高速发展的中国房地产行业的高增长时代已经结束,平稳发展的过渡期已经到来。但是中国的商业地产市场还是保持着良好的发展势头。

杨桂平表示,从2013年第四季度稳定的商业地产市场活动量可以看出,市场整体信心仍然维持在一定的水平上。从2013年下半年起,随着制造业、公共事业支出的上升以及外需的略微走强,经济已出现好转迹象。预计未来商业地产面积供应总量约为7500万平方米,其中,预计2014年将会出现超过2000万平方米的供应高峰,2015年的供应面积也将有约1800万平方米。

升龙商业广场营销部经理白钰也认为,2014年,商业地产逐渐占据投资主导地位。商业地产的形式多样,主要包括购物中心、社区底商、专业市场等,随着互联网改变人们的消费方式,传统商业模式正在向体验性、互动性商业转型,而商业地产也成为房地产行业最具发展空间的领域,或迎来发展的黄金时代。

2 休闲娱乐成为商业地产“标配”

近两年,洛阳商业地产风生水起,造就了一批商业地产明星,像宝龙城市广场、泉舜购物中心、洛阳五洲国际工业博览城等,他们凭借个性鲜明的特色获得了洛阳消费者的青睐,并悄然间改变了洛阳商业业态。

综观洛阳商业地产,不难发现,更多的房企选择以购物中心进军商业。在这些商业地产中,餐饮、超市、电影院等一系列配套设施,也似乎成为商业地产的“标配”。

白钰说,满足消费者购物、饮食、娱乐等需求,是

商业地产项目的共同认识。以升龙商业广场为例,35万平方米超大体量,多种业态一应俱全。世界美食汇,汇聚全球美食,而且24小时运营;爱尚女人街,是洛阳唯一女性专属商业街区,集购物、休闲、餐饮、娱乐、健身、培训、美容业态于一体;儿童欢乐购,是升龙商业广场打造的洛阳唯一儿童主题商街,汇聚儿童早教、主题乐园、儿童购物、亲子餐厅等儿童生活全部业态;这三大主题业态能够满足一家所有年龄段的购物娱乐需求,自然会受到消费者喜欢。

3 体验式商业地产逐渐兴起

随着移动互联网时代的到来,线上消费线下体验的商业地产运营模式受到推崇,这也带来了体验式商业地产的兴起。杨桂平说,与传统商业项目中零售类业态占绝对比重(70%至80%)不同,体验式商业项目中零售类业态占比降至30%至40%,同时以生活、商务配套为代表的体验式业态占比可达20%至30%,甚至更高。

体验式商业的优势显而易见:聚集客流能力强、有效缩短新项目市场培育期、消费滞留时间长、对其他业态消费带动显著等。

白钰说,升龙商业广场的电影院、健身会馆、电玩城、KTV、美容美体、儿童体验、儿童游艺等体验式业态已经得到消费者的认可。

4 创新才能赢得未来

整个房地产行业的格局发生变化,意味着过去跑马圈地的粗放型发展时代已经一去不复返,未来房地产业将进入精细化、集约化的发展时代,而随着传统商业模式正在发生着革命性的颠覆,商业地产业态也将发生巨大变化。

据杨桂平介绍,2014年1月的CNNIC报告显示,截至2013年12月,中国手机上网人群规模达5亿,占全部网民的81%,达到近40%的绝对普及率。移动互联网时代,消费者购物行为发生了四个方面的显著变化:购物空间立体化(全渠道购

物)、购物时间碎片化、购物方式移动化、信息传播社交化。这四大方面的购物行为的变化,直接颠覆了原先在某一固定时间、固定场所进行商业消费的购物习惯,商业地产直接面临这种购物方式的冲击。

“在新的形势下,商业地产将不断去粗存精、优胜劣汰、更新换代,房企需要进一步修炼内功、对传统的商业积极地进行业态等一系列的调整,从而能够在新的形势下发展得更好。”杨桂平满怀希望地说。

