

蓝堡湾贵人街系列报道之**前景篇**

近日，央行时隔三年半后首次宣布降息。很显然，这说明国家开始鼓励投资，刺激消费。那么，哪种投资方式风险更低，更增值呢？

有人说，21世纪的前10年，是属于住宅地产的10年，而此后商业地产将迎来其黄金发展期。随着国家房地产市场调控的深入，以保值、增值、持续收益为诉求的稳健投资资本，已开始将商用不动产作为投资的主要目标。而社区商铺，以其低风险、低投资门槛、收益稳定的优势，受到广大投资者的青睐。

记者 梁冰

存贷利率调整进行时 高端商铺投资正当红

商业地产 一线城市饱和，二、三线城市蔓延

自2009年以来，随着房地产系列调控政策的不断升级，住宅地产的销售增长率明显低于商业地产。而商业地产也由此迎来了一轮快速发展期。

2011年7月20日，中国银监会强调商业地产抵押贷款的风险，并且第一次对商业地产抵押贷款提出具体要求，说明国家已开始关注商业地产领域的过热信号。

但是，房地产业内资深人士耿先生认为，商业地产是促进内需的项目，加上受调控政策的影响很小，所以成为投资的热土很正常。

在耿先生看来，我国商业地产市场仍有很大发展空间和潜力，预计未来几年内的商业地产市场将蓬勃发展，真正属于商业地产的“黄金十年”即将来临。在一线城市商业地产开发趋于饱和的背景下，未来商业地产开发将呈现普遍向二、三线城市蔓延的趋势。

“同时，中国住宅地产的投资回报率为3%~5%，而商业地产的投资回报率则有6%~8%，二者相差将近一倍。巨大的利益也必将吸引众多的投资者‘注

金’。”耿先生表示。

在郑州，大型商业地产项目遍地开花，除了前几年的宝龙城市广场、丹尼斯七天地，以及曼哈顿商业广场、升龙国际等项目，万达广场、锦艺国际华都、西元国际广场等大型购物中心纷纷在郑州西区相继建成、开业。这些大型购物中心也吸引国内外零售巨头沃尔玛、家乐福、大润发、永辉超市、王府井等国内外大型企业加快布点。

“在不动产中，商业地产一直是不可缺少的一部分，尤其靠近轨道交通的商业不动产，更是聚合城市资源的重要组成部分。商业投资项目，再加上周边完善的公共设施、配套，具有产业链的完整性和互动效应，土地资源的不可再生性，商务物业的经营可持续性，这类商业不动产将成为升值潜力最大、最好的投资品种，也是抗跌性最强的投资产品之一。”耿先生表示，商业地产的整体上升已经在所难免，它已然成为投资者的目标。

社区商业 业态多样，成潜力最大商铺之一

随着城市居住区域的变迁，新建小区规模的扩大，居民消费能力的提高，近两年间，社区商业物业得以迅速发展，业态日渐多样化。社区商铺也因此成为潜力最大的商铺类型之一。

其中，底商是社区商业的主要形态，大型社区的底商多具有一定规模，甚至具备“商业街”的形态和功能。如位于郑州市东风路与花园路交会处的正弘·蓝堡湾二期“贵人街”，就是这样一个具有区域辐射力的高端商业街。

耿先生认为，对于一个纯粹的社区铺来说，其价值与社区的入住率及入住人群的收入结构密不可分，人丁兴旺至少是基本保障。如果一个社区整体收入水平低下，那么高溢价的产品难以有销量，租客不会有太高的利润率，除非走量，否则将难以承受更高的租金。

耿先生的观点，无疑代表了大多数投资者的看法。而上文所说的蓝堡湾·贵人街，似乎有效规避耿先生提出的这些问题，具有胜人一筹的投资前景与价值。

蓝堡湾贵人街的“先天优势”如下：首先周边有着高价值含量的高端百货消费氛围；其次有着外部优越的交通条件，规划中的地铁2号线和8号线在此交会；第三还有项目本身与外部流动的大量高端消费人群，使这里有着明显高于其他商业的收益潜力。

以东风路与花园路交会处为原点，向西至“中原硅谷”；向东至“传媒大道”，乃至东区低密度居住区；向南至农业路商圈；向北还可延伸至汽配、汽车销售带，典型的城市商业中心即将正在形成一个财富聚

集的“黄金十字架”。而正弘·蓝堡湾正位于这个“黄金十字架”上最为核心的位置。

仅有外部的体现，正弘·蓝堡湾贵人街的高端消费的定位支撑点并不足够，其百万级的综合型大社区，才是它的巨大消费基础。这里不仅仅有着庞大的居住者，更以高端的商业形成价值拉动。

据悉，在正弘·蓝堡湾三期的规划中，有近15万平方米的顶级精品百货中心，借以带动广泛的高品质人群进入，消费潜力巨大。加上蓝堡湾二期写字楼——世博中心入驻的600多家公司，10万平方米科技市场所拥有的5000多家商户，贵人街作为该区域的外围街铺，其商业价值就会与其他商铺有显著区别。

目前，该精品百货已吸引全国一线知名大型奢侈品运营商至此，引入了10余个全球一线品牌。由此，蓝堡湾所带来的标杆性高端消费场所，必将进一步提升该区域的商业价值。



正弘·蓝堡湾二期“贵人街”夜景效果图

商户声音

东风路花园路区域，是不错选址

“其实，商铺投资最终要落在经营者也就是商户的身上。所以说，那些商户经营者才是开发商、投资者三方当中，最聪明、最精明的群体。”有关商业地产专家表示。

在郑州大山教育集团董事长、大山外国语学校校长张红军看来，我国城市化发展战略不会停止，那么商业地产的价格就会持续上升。

在店面选址方面，“大山”会考虑：交通是否便利，可方便接送学员；周围大环境是否适合办学；物业管理是否到位等。目前，大山的校址80%是租赁的，20%是自有房产。但是随着租金的高速增长，这部分支出成了他们最大的成本。

“下一步，我们会根据资金实力分步骤购进铺面。”张红军表示，附近居民和社区有较强的学习意识，附近有学校的，大山会优先考虑。东风路与花园路区域，是个不错的选址。

“选址对任何一个零售品牌来说都是至关重要的，25年来，宝视达的选址团队积累了丰富的选址经验。”宝视达品牌管理总监葛运衡介绍道，首先，宝视达在选址时要确定商圈的概念，3~5公里的核心商圈所覆盖的人口、经济指标等数据能否支撑店面的发展是首要考虑的因素；其次，要确定商圈所覆盖的主要消费者，是否是未来潜在消费者；再次，宝视达会考虑店铺的租金、物业管理等配套服务的性价比和合理性；最后，会确定商圈内的潜在威胁因素，比如拆迁、改造等。

正是由于前期的“苛刻”选址，以及后期的科学运营，才使宝视达眼镜成为拥有236家连锁店面，覆盖北京、上海、武汉等全国多个省市的超大型眼镜连锁集团，河南省内眼镜零售行业唯一的“中国驰名商标”。

葛运衡介绍，宝视达目前在花园路有5家店面，其中拥有领先全球的仪器、设备、训练方法和人力资源，经营面积超过2000平方米的宝视达视光中心店就在花园路上。而科技市场片区的主要覆盖人群和宝视达的主流消费人群基本一致，所以该片区在宝视达新店面的计划之内。

“对于宝视达来说，人流量大、规划科学、配套设施完善的片区对宝视达具有更大的吸引力。原因非常简单，人流量大，可以有效缩短店铺的培养期；规划科学，可以减少拆迁、改造等威胁店铺生存的潜在风险；配套设施完善，能够有效改善店铺的经营环境。”葛运衡表示，那些能让消费者健康生活的片区，才能保证宝视达品牌的健康成长。

显然，位于东风路与花园路交会区域核心位置的蓝堡湾，正是诸多商家眼中充满吸引力与巨大前景的投资、经营地点。

