



写字楼跑步机布局,未来的高铁商务区或许就是这个样子。

2012 郑州写字楼市场“扎堆”“库存”现象解读

受益楼市新政 写字楼供求量大幅上涨 “历史最高”成代名词,热钱涌入催红市场 写字楼扎堆拼营销 快速繁荣背后存隐忧

自去年实行严格的限购限贷政策以来,商业地产不仅成为最好的替代投资对象,开发热潮也在多个省市风靡至今。然而,在快速繁荣背后,同质性强、后续资金乏力以及库存激增等诸多问题,也成为房地产市场的又一隐忧。

记者 王亚平

写字楼市场步入快速繁荣

前不久,高铁周边一个写字楼项目以比预期略低的价格面市,在较强的企业品牌和价格优势的推动下,该项目所推产品一售而空。此热销现象一出,周边原本准备同时期开盘的写字楼产品纷纷推迟了开盘时间。

谈及此现象的原因,一位知情者告诉记者:“本处于同一个区域,产品还严重同质化,原本不多的客户面对诱惑,‘另谋高就’也是理所当然,没有优势、没有客户的项目自然就难以开盘销售。”

“我就是咨询过几家,没想到后来接到数不清的电话回访,而且个个言辞恳切,让人感受到无上的尊贵。”想在郑州购买写字楼产品的刘学磊这样说道,“现在的写字楼太多了,真是没有想到,我想开发商估计也比较着急吧,所以对于像我这样的意向客户,都会追得比较紧。”

正如他所言,历经十余年发展的郑州房地产市场,从来没有像现在这样出现过写字楼集中供应扎堆拼营销的时候。

根据不久前郑州市房管局发布的今年三季度房地产市场运行报告显示,非商品住宅的投放量猛增,9月底郑州市非住宅累计可售面积达到410.24万平方米,同比增长71.58%,可销售周期达到44.5个月。而按照今年前三季度平均销量计算,郑州当前商品住宅库存量仅够消化5个多月。

“已经感觉到市场竞争在加大,但这个数据一出来,还是让我吃了一惊。”郑州一写字楼项目营销总监私下说,“石武高铁和郑州新东站的投入使用是一个大利好,这更助推写字楼市场供应出现井喷现象。”

以9月份为例,郑州市区商品房批准预售面积122.42万平方米,同比上涨12.32%。让人不安的是,新批准的商品房预售面积中,非住宅达85.69万平方米,同比上涨201.09%;住宅却仅为36.73万平方米,同比下降54.39%。而具体到销售上,9月份住宅卖了9089套,非住宅只卖了811套。

非住宅库存首次超过商品住房,让郑州的写字楼开发商感受到从未有过的压力。这样的现状,很容易让人记起早在去年8月召开的中国银监会2011年年中工作会议上,银监会表示,要对商业地产和二三线城市房地产风险保持“关注和警觉”。

降低利润,以价换量促成交

当然,写字楼激增的现象并不只在郑州出现。

据报道,武汉写字楼供应量同样激增或面临空置率攀升局面,重庆写字楼市场也是一派红火,不仅吸引大量热钱涌入,越来越多的品牌地产企业开始在这一块加强投入,进一步催热了市场。

多个城市的土地市场上,商业地产表现也很亮眼,比如今年上半年,杭州主城区出让21宗土地,商业用地19宗,占比超过九成,出让金总额为67.9亿元,商业用地占出让总金额的84.7%。

一时间,“历史最高”成为写字楼开发体量的代名词。

在分析造成这一现象的原因时,河南省商业行业协会副会长何宏剑表示:“因为具有不限户籍、不限套数、不限贷等特点,写字楼、商务公寓等商业地产项目受到资金青睐,在楼市调控之下逆市崛起,不管是一线城市北京、上海、广州,还是二三线的杭州、成都等城市都有这样的现象。”

在他看来,受持续的楼市调控政策的影响,很多房企销售业绩下挫,而由于城市化进程快速推进,商业地产又整体发展程度较低,很容易受到资本的青睐,一些从未涉足过商业地产开发的企业纷纷转战于此,使得投资呈几何式增长。

单郑东新区高铁商圈周边,东广场

和西广场就有数十个写字楼项目已动工或将动工,这样大体量的释放使得郑州的写字楼市场也一跃成为全国的焦点。

体量的增大,拉高了库存,使竞争更为激烈,同时也势必会让企业的利润有所下降,以位于商鼎路的某写字楼产品为例,今年上半年均价基本维持在每平方米16000元,在8月中旬以后均价就下调至每平方米14000元;而位于金水路与聚源路交会处附近区域的一项目,不仅销售价格略低于同区域其他产品,更推出了全款优惠8个点,按揭优惠6个点的营销举措。

诸如此类的现象并不鲜见,推迟开盘和降价成为最常用的促销手段。

跑步扎堆竞争大,错位竞争是出路

随着高库存数据的公布,业内对郑州写字楼的未来发展展开了系列讨论,尤其是在探讨如何消化高库存这一难题时,住宅禁商以及政府给予正确的规划和引导成为最受关注的方法。

实际上,不仅仅是高库存的问题,在繁荣的背后,郑州的写字楼市场还面临同质性强、后续资金乏力、区域发展不均衡等问题。

目前,在产品开发方面,很多的产品却都仅仅表现在产品品质的僵硬竞争中,比如在层高、中央空调、电梯的速度、车位的配比等方面都在下功夫,而产品均定位在中高端的客户群,细分来看,各家产品并无多大区别。且大部分写字楼项目都存在自持物业比重过高的问题,基本上是能卖则卖,这可能影响郑州写字楼项目的后期运营。

但是,正所谓“凡战者,以正合,以奇胜”,就需要房企从产品与市场两面

进行分析判断,在守正基础上进行突破与创新,找到精准的客户细分定位,避免同质化恶性竞争,从而取得项目的成功。

“低容积率、花园式办公以及提供为大企业进行整层定制的服务都是不同的创新,成功的定位是寻找差异化的过程,也是项目核心竞争力的体现,产品有了特色及文化底蕴,自然就能够市场中突围。”有专家这样表示。

对于投资客而言,即便未来写字楼租金价格稳步上扬,但租金上涨的“红利”并非会出现“吃大锅饭”。后期收益如何?还与该写字楼物业公司的管理水平有关。

与此同时,在对热点利好的追捧下,郑州写字楼市场呈现出冷热不均的现象,特别是区域供应的不均衡。郑东新区高铁站周边数百万平方米新增的

供应量高度集中,而郑州北区拥有较大人口基数的区域,却只有屈指可数的写字楼产品。

河南财经政法大学教授、房地产研究所所长李晓峰曾经公开表态,过去郑州城市功能区划分太单一,人们在工作地与居住地之间的时间距离应该控制在1小时内。中国科学院的相关研究也表明,目前我国城市居民能够忍受的最大通勤时间为45~50分钟。

所有的研究结果都说明,未来更多的写字楼需要建到传统住区中去,城市越来越大,依托写字楼、商业等的分散建设,逐步把城市变为真正的多中心。

虽然郑东新区依然是热点区域,但随着城市发展规划的强力推进,郑东新区的热度或许会慢慢退去,二七新城、高新技术开发区、郑州北区、经济技术开发区或将逐步形成新的办公格局。