城市综合体 从城心向外围蔓延

郊区综合体应更注重与消费者和自然亲近的机会

城市多心布局、政府公建要求、商业地产热发酵、住宅郊区化

资料图片

据研究，在城市化过程中，当城市人均GDP达到年人均10000美元时，将进入城市综合体的快速发展阶段。统计数据显示，2011年郑州市人均GDP约为9000美元，说明已经进入城市综合体快速扩张期。

随着商业地产热持续的发散，城市多中心布局的需要、政府公建配套的要求、开发商对商业地产的情有独钟、住宅郊区化趋势愈发强烈……一个明显的现象浮出水面，城市综合体这一混合产品已开始从城市中心区向外围挺进。

当下，郊区综合体缘何会如此热门？其成功运营的支撑点在哪儿？与城中心综合体有哪些异同？未来前景几何？正成为业界和投资者关注的焦点。

郑州晚报记者 王磊

疯狂增长 综合体向城外蔓延

在住宅限购的今天，“谁拥有了城市综合体，谁就拥有了城市未来”，这句口号式的标语背后隐藏着一场有关综合体的疯狂增长。

不知不觉中，郑州楼市已呈现“满城皆是综合体”之势，从郑州国贸中心、中原万达广场、二七万达广场、锦艺国际华都，到在建的盛润·锦绣城、升龙又一城、锦艺·公园道1号、建业泰宏国际城、锦绣山河、中实润城、昌建誉峰、长江一号……似乎一夜之间，城市综合体悄然成为郑州房地产市场发展的主旋律。

而一个更为微妙的现象也愈发凸显，在城市框架进一步拉大，城市交通进一步改善，住宅郊区化已成定局的背景下，城市综合体这一混搭产品也开始从城市中心区向外围蔓延。

以位居郑州高新区核心板块的升龙又一城为例，120万平方米集住宅、酒店、写字楼、商业中心等业态于一身，甫一入市就引发业界瞩目。尤其值得关注的是，其推出的10万平方米“商住分离”集中式商业，一举填补了20余年间郑州高新区缺乏大型商业中心的空白。

无独有偶，今年3月10日，郊区城市综合体再添利好，郑州市政府发布消息，我市将借鉴“北上广深”的商业理念，利用地铁和快速路的交通优势，根据地域特色、产业资源和功能定位，按照全新的“SBD”（英语‘城郊商业中心’的缩写）发展模式，打造3个城郊商业中心：高新商业中心、郑东CBD综合交通枢纽商业中心、航空城商业中心，成为郑州新商业格局的都市级代表商圈。

多心布局 近郊化成房企机遇

据不完全统计，如今郑州市场上在建的50余个城市综合体项目中，已有近四成属于近郊产品。

易居中国营销集团郑州公司执行总经理金琪昌指出，因城市框架的拉大，市中心可供开发土地的减少，随着城市地铁、快速路等交通环境的改善，城市综合体项目已毫无争议地向郊区挺进。他还表示，由于新增土地集中在配套不足的郊区，近年来政府在土地出让中捆绑的公建比重也越来越大。郊区的房子要想卖得好，必须解决配套问题，而政府也有意推动房企引进名校、修建综合体甚至引进产业等，在此背景下，参与新城建设成为开发企业社会责任的一种体现。

有业内人士指出，商业地产的附加值更高，近年来“不限购”所引发的商业地产热，也在刺激着郊区综合体的发展。加之郊区的地价相对低廉，可满足市民梯级消费的需求，自然得到了刚需一族的青睐。

另外，从郑州都市区建设的大背景看，打造城市副中心或新中心将是郑州城市化发展的大趋势，也是在激烈的土地竞争中房企必须顺势而为的战略布局。根据郑州市商业网点规划，未来郑州市将形成一个以市级商业中心、市级副商业中心、区域商业中心以及特色街为骨架的商业格局，“一心多点”的格局逐步呈现，并呈现出多心化发展的趋势。

金琪昌表示，郊区城市综合体是城市发展过程中提供给开发商的一个新机遇。

挣脱束缚 不再千“体”一面

毫无争议，住宅郊区化、人口的向外扩张将使得郊区城市综合体的需求愈发旺盛。随着生活水平的提高，消费需求的多元化，人们能够以从容的心态面对充满诗情画意的体验式生活。

无疑，这又对郊区城市综合体的定位和规划提出了更高的要求。

记者走访时了解到，在发达国家早已全面进入郊区化购物商业时代，一种是郊外购物MALL，主要解决停车、价格、一站式购物，如日本东京的Olinas Mall，一种是life style购物村，集休闲娱乐度假于一体，433商休娱格局，与国内奥特莱斯有着本质区别。

商都郑州人口众多，是个传统和时尚相融合的消费城市，2012年，郑州人均GDP已达9000美金，已经进入城市综合体快速扩张期，又基于发达的批发商业和完善的零售商业体系，郑州已达到郊区化消费的要素。

值得关注的是，与市中心城市综合体相比，郊区城市综合体有哪些异同？

金琪昌表示，市中心城市综合体由于受到城市交通、容积率、规划的束缚更多，往往容易形成大而杂糅或千“体”一面。近年来，郑州综合体同质化严重、精品稀缺恰恰印证了这一点。而郊区城市综合体的出现将会更好地规避这些局限，具有更大的想象空间，不仅外部交通环境更加便捷通畅，居住舒适度上要更好，拥有的成本会更低，而且整体规划更容易体现差异化和个性。置业郊区城市综合体，买的是未来。

注重体验 根据区域特色找准定位

有人说，商业地产已有过两次投资机遇，一是中心口岸时代，一是社区商圈时代，现在将进入郊区城市综合体时代。

从目前来看，市场与郊区城市综合体之间尚处于“蜜月期”，但不容忽视的是，对于城市综合体这样大型的商业地产形态，只有成功的产品而没有成功的模式。未来，愈发受到瞩目的郊区综合体成功的支撑点将在哪里？它的运营风险又会集中在哪儿呢？

郑州泽龙置业有限公司副总经理王伟表示，郊区综合体的风险主要来自两方面，一个是板块的成熟程度和人气的聚集程度，另外一个是招商的能力。因此，对区域内目标人群消费习惯、消费水平进行调研，并进行精准定位尤为关键。

业内人士指出，郊区城市综合体的商业项目中应减少奢侈品比重，增加大众品牌比例；注重营建“体验式”的购物环境。郊区的用地由于相对宽松，应选择交通方便，靠近主要城镇，自然地理条件优良的地段。相对市区中心讲究高密度高容积率的城市综合体，郊区的综合体应更注重消费者和自然亲近的机会。

也有业界专家表示，目前城市综合体多数定位在“一站式解决”，无非就是几种业态的叠加组合，同质化问题已经十分严重。如果不根据区域特色找准定位，寻求差异化，那么不但拖累自身，对区域商业的发展也没有好处。因此，郊区城市综合体可以借助郊区交通便捷、环境卓越的优势进行进一步细分，延伸出更具差异化的产品，比如休闲度假产品、近郊购物产品、产业地产产品等。