

“

产业链脱节、定位不准确、运营能力缺失、开发商不专业以及急于变现的短视思维……在商业地产领域,这些最常出现的问题如今同样在郑州“露脸”,如何把握住未来巨大的市场空间,解决好当前问题无疑是重中之重。作为第二十六届郑州住交会的重磅活动,将于本月26日举办的以“商城的蜕变与进化——同质化下的商业地产运作对策”为主题的首届中部(郑州)商业地产公开课,将对以上问题答疑解惑。郑州晚报记者 王亚平

”

■相关阅读

公开课【讲师团队】

刘晓兰 三益佳柏资产管理有限公司董事、亚太商业不动产学院学术委员会副主任

作为国内首批涉足商业地产开发企业的高层,经历了项目土地获取、前期市调、规划、定位、开发建设、销售、招商、经营管理、融资、资本(上市)等全程的各个阶段,十余年的商业地产历练,让其被誉为“商业地产一姐”。

张蕊 三益佳柏资产管理有限公司副总裁、招商中心总经理

她在购物中心招商、租务协调、招商管理方面拥有全面而丰富的招商及项目管理经验,曾先后参与或主持过N家购物中心或综合体的前期项目定位、招商管理及后期运营工作。

袁威 三益建筑设计有限公司院长助理、副总建筑师

他是上海市建筑学会商业地产专家委员会专家委员,中购联专家委员。拥有丰富的商业地产设计与研发管理经验,通过结合国际上最新商业运营管理模式及国内商业地产的实际发展趋势,引入最新产品设计与研发思路,为商业项目达成最佳产品投放方向提供完善的技术保障体系。



以全产业链思维,为商业地产前行除障

「首届中部(郑州)商业地产公开课」本月26日启幕

商城的蜕变与进化——同质化下的商业地产运作对策

■课程详情

经过本报广泛征集业内意见,本次商业地产公开课的课程确定为以“商城的蜕变与进化——同质化下的商业地产运作对策”为主题,围绕“商城的蜕变”、“蜕变中的衰败与机遇”、“商业地产设计的基本原则”、“设计控制体系的完善在后期开发和运营中的价值体现”、“招商认识与操作中的误区”、“以终为始的招商创新”、“商业运营的再招商价值”等课题进行讲解和探讨。

【答疑解惑】站在全产业链平台,为商业地产前行除障

“商业地产在开发过程中,需要对项目的定位进行深入严谨的论证,综合多方面因素进行市场可行性、经济可行性、消费者需求、财务可行性、风险因素分析和调研。一个日后趋向成熟的商业项目,在前期就应该投入大量的资金、时间进行商业论证研究,并在前期就应该和众多上下游企业进行沟通接触。”三益中国院长高栋表示。

比如,一些缺乏经验的开发商包括设计公司认为招商是很遥远的问题,但本质上,行业大佬们的招商逻辑是这样的:在概念阶段,基本上大型主力店已经明确,例如影城、百货、冰场、超市等,在报批的前期主力店已经基本确认;第二阶段:500平方米以上的次主力店在确认和接洽中,主力店开始签约;第三阶段:在施工图完成之前,所有餐饮业态租户落实意向书,开始签署租赁合同。

据58同城房产频道上的信息显示,目前郑州人均商业面积为0.7平方米左右,而发达国家或地区人均一般为1.2平方米。从数字上来看,郑州人均商业面积远远低于发达国家或地区,处于较低水平状态。由此看来,郑州的商业地产还存在很大市场。

不过摆在郑州商业地产投资、建设、运作中的问题就是:如何明确自身定位,把握商业地产的发展趋势,在同质化竞争中杀出自己的非同质化魄力。

想要答疑解惑,将于本月26日举办的“首届中部(郑州)商业地产公开课”提供了最好的机会,作为第二十六届郑州住交会的重磅活动,其将由本报与三益中国携手开启。旨在通过三益中国旗下的三益学院打造行业交流与共享平台,汇集商业地产顶尖人才,探讨商业地产前沿趋势,传递商业地产权威声音。

【样本解析】无论「快煮」抑或「慢炖」,找对模式最关键

上海新天地是具有浓厚“海派”风格的都市旅游景点。它的前身是上海近代建筑的标志之一,破旧的上海石库门居住区。改造之后,上海新天地被创新地注入了诸多时尚的商业元素,变成了一个集餐饮、购物、娱乐等功能于一身的国际化休闲、文化、娱乐中心。

作为一个标准的城市综合体,新天地的开发模式非常值得国内借鉴。综合体开发有两种,第一种是以万达为代表的“快煮”,它的城市运营和操作非常快。第二种是以新天地为代表的“慢炖”,它慢慢地把土地价值炖出来。

万达首创的“订单商业地产”模式,通过与品牌商家的“捆绑式”战略合作,提高了商业项目的号召力,提升了商业价值,也减少了投资开发风险。

而新天地,在开发的不同阶段,定位也发生三个层次的变化。第一阶段强调综合性,第二阶段希望成为有特色的都市旅游景点,最后阶段则定位为国际交流和聚会的地点,就是这样层层深化的定位使得上海新天地成功地穿上了时尚文化炫目的外衣,抓住了人们的眼球,在Mall中脱颖而出。

在郑州,较为成功的则属丹尼斯和国贸360广场,尤其是后者作为城中村改造的典范,它的时尚度以及带给消费者的时尚感是它区别于其他商场的特色,多年来不断在经营中改进,如今已经成为国内知名的快时尚中心。

在商业地产的开发中,需要面向多元消费终端,包括消费者、零售商、政府、规划设计单位等,最终成功与否是需要得到市场的检验。因此商业地产开发,也是一个不断积累、整理资源的过程,需要开发商去把控所有的问题,构建系统化的资源渠道和网络,高效、无缝地完成商业地产复杂的产业链开发各个环节。

【问题频现】产业链脱节,急于变现的短视思维,增加项目风险

面对商业地产蕴含的巨大利益,众多开发商怦然心动,星级楼宇、城市综合体等商用物业不断产生,同时个别项目由于专业性缺乏面临难以解决的风险。

有业内人士告诉记者,位于郑州市中心的某城中村改造项目,一家开发住宅的开发商,第一次“吃螃蟹”做城市综合体。在商业地产的开发思路,依旧按照住宅开发的惯有套路,前期定位不准确,找了一家不懂、对商业地产不甚了解的设计单位,没有统筹考虑复杂的商业变量和各个阶段的关系,仅仅是满足了经济指标,导致开发出来的产品问题百出。比如,商业临街展示面太小、出入口设置有问题、商业内部动线复杂、功能组合业态配置紊乱,招商和运营自然是难上加难,需要花大力气进行设计优化。

同样在郑州,一开发了多个城中村改造项目的房企,每个项目均由相当大的商业体量。但如今,这些占据良好位置且曾引发销售热潮的商业中心均不温不火,市场人气愈发低迷。多位专家表示,其原因则在于开发商“变现的短期价值”作祟,缺乏专业的运营力进行市场培育。

在三益中国院长高栋看来,在眼下的商业地产服务领域,商业地产专业分工、产业链良性生存受到普遍漠视,链条上的各合作方对公共规则不是共筑,而是蚕食。由此导致产业整体运行效率低下,不确定的人为因素不断增加商业地产经营风险和试错成本。

“比如说定位公司,在商业地产领域顾问非常重要。”高栋分析说,商业地产是个很复杂的产业链,定位、设计、招商、运营是一个整体,四者不能脱节。目前商业地产很多暴露的问题就是线路的脱节,例如商业定位与设计脱节、招商运营与设计脱节、商业地产开发各节点时间脱节。