

调控政策的出台,无疑给原本烧得发烫的住宅市场浇了一盆冷水,使其迅速退烧。同时,调控政策的实施,也使得原本处于尴尬地位的商业地产异军突起,成为2011年成都楼市的主旋律。在写字楼、城市综合体发展如火如荼之际,有一种商业地产,因为国家产业西移以及2010年成都开始实施中调规划的多重利好因素下,得以迅猛发展,几乎占据了成都商业地产的半壁江山。那就是产业商业。

经济专家指出,产业商业地产是指在新经济和新型工业化背景下,以产业为依托,以地产为载体,以商铺为主要开发对象,综合开发、集约化经营的多功能综合性产业服务型地产。作为中国西部的发展重镇,成都有着得天独厚的资源优势。因此,在产业西移以及成都进一步推进中调规划的历史背景下,成都的产业商业必将获得长足的发展。

2012 成都产业地产方兴未艾

2011 成都产业商业大行其道

熟悉成都楼市的人一定对2011年成都产业商业的火爆销售及开业场面记忆犹新。2011年9月,香江全球家居CBD开盘,不仅北京、上海、广东、深圳、香港等全国各地的投资者蜂拥成都,更吸引了全国媒体的高度关注。特别是该项目第一期物业的正式营业当天,长约6公里的汽车长龙,更是让人们惊叹产业商业的巨大吸引力和影响力。同样让人们记忆犹新的还有中盟·成都国际贸易中心开盘当日,吸引上千人热销销售中心。今年上半年家和家园开盘,当日成交超过数百套商铺……

其实,上述几个项目仅仅是2011年活跃在成都楼市的产业商业项目的代表。据了解,2011年,近20个产业商业活跃在成都楼市。除上文提到的香江·全球家居CBD、

万贯五金机电城、万贯男装服装产业园、寿安新城绿色印务基地等20多个规模庞大、专业化程度高的产业商业项目。他们也是2011年活跃在成都楼市中产业商业项目。

借势中调 产业商业赢历史机遇

为什么2011年成都会有如此众多的产业商业项目活跃在楼市中呢?分析人士认为,成都产业商业的迅速升温,不仅因为宏观调控政策对住宅市场严格控制,但并未对商业地产进行调控,从而让越来越多的投资者和开发商关注商业地产外,更主要的原因是成都的中调规划及产业西移的进一步实施,让商业地产行业迎来了新的发展机遇。

众所周知,经济基础决定上层建筑。在社会发展史中,经济发展模式以其独有的影响力成为一个时代的标签,同时推动着时代前进的步伐。在国家实行西部大开发战略后,东部沿海城市的产业因劳动力成本、原材料成本等多重因素影响,已经有向西部转移的想法,一直未能实现主要是因为西部并没有足够的产业项目来接替他们。同时,成都市也看到了产业西移的巨大趋势,于是于2010年正式出台“中调规划”战略。计划将制约成都发展的原来驻扎在城区的旧专业市场逐步搬迁到城外,并提档升级,建设大型的产业商业项目,以承接来自东部的产业企业。

另外,成都于2010年开始正式实行的中调规划,让成都市区内100多个商贸市场在未来几年内陆续搬迁到城外,同时在成都近郊区域规划大批商业产业用地,用以承接这些产业的外迁,最终给产业商业发展带来巨大的机遇。据了解,根据中调规划,成都城区占地6900多亩,建筑面积达350多万平方米、营业面积321万平方米的100多个市场将在未来的3-5年内搬迁到城外。并在成都绕城高速一带,形成四大发展区,即北部商贸集中发展区、青白江市场集中发展区、双流市场集中发展区,以及龙泉市场集中发展区。在此之外,还将发展打造位于新都的北部家具产业商业发展区,引起业界强烈反响的,占地6平方公里的香江·全球家居CBD,就处于这个区域中。

不仅如此,在成都周边还将形成6大总

部聚集区——高新区总部聚集区、成华总部聚集区、武侯总部聚集区、青羊总部聚集区、锦江总部聚集区、金牛总部聚集区。在这6大总部聚集区里,分布着成都市政府重点打造的21个总部基地,以青羊工业总部基地、龙潭总部城、空港总部基地、成都高新区科技园、锦江工业总部基地、金牛高科技产业园、武侯工业园总部基地最受市场关注。它们主要承接与各种产业有关的商务办公。

对此,投资专家认为,成都中调规划的实施,让成都的产业商业迎来了巨大发展机遇。在成都各大专业市场大规模的产业转移和升级过程中,为让更多投资专业市场的商家有更舒适的居住环境,部分精明开发商看中了专业市场庞大的商家群体,应运推出了高品质的产业商业项目,由此获得市场的广泛认可。

2012 成都产业商业方兴未艾

“2011年成都产业商业异常活跃,可以说达到一个全新的高度。但这仅仅是成都产业商业发展的开始,在未来几年内,成都的产业商业还将因为中调规划的持续深入以及更多的东部产业看到西部的发展机遇,纷纷西进而获得蓬勃发展。”对于成都产业商业的发展现状,投资专家这样认为。

的确,不管是新都新筑的家居产业、蒲江寿安新城的绿色印务产业、彭州的服装产业、龙泉的汽车产业、双流的航空经济产业,还是北新干道的商贸物流产业等,2011年的异常活跃都仅仅是成都产业商业发展的起步阶段。据记者调查,新都新筑的家居产业,在2012年还将新推出不少产业商业项目,同时包括香江·全球家居CBD、家和家园、中调欧洲城等项目也将继续开发销售后续项目;同样,位于彭州的服装产业园也将继续加大投入和开发力度,向中国的“千亿服装产业园”的目标迈进;当然,还有位于蒲江寿安新城的绿色印务基地,在引进世界500强企业博世后,明年还将引进更多的国际知名企业。

对2012年成都产业商业的发展机遇,权威专家也认为,2011年成都近郊产业商业的蓬勃发展,不仅极大地推动了成都产业和房地产业的发展,更为该区域商业地产开发、经济发展起到重要的作用。在即将到来的2012年,成都产业商业还将借助产业西移以及中调规划的进一步实施,获得蓬勃发展的新机遇。可以预见,2012,成都产业商业发展方兴未艾。

华西都市报记者 江光海



2011年成都产业商业异常活跃,可以说达到一个全新的高度。但这仅仅是成都产业商业发展的开始,在未来几年内,成都的产业商业还将因为中调规划的持续深入以及更多的东部产业看到西部的发展机遇,纷纷西进而获得蓬勃

据业内人士分析,LOFT这种宜商宜居的两栖产品,从投资回报的角度来看,其投资门槛比很多纯商务写字楼低,但其收益回报则要比不少纯住宅项目要高些,而在当下的市场下,LOFT所具有的优势显得非常明显

涉外服务式公寓在2011年出现,与城南发展的大背景有关。作为一个投资、自用两相宜的产品,SOHO公寓与城南渐次崛起的甲级写字楼相比,面积划分更加合理,投资门槛较低,风险较小,后期空置率会大大降低,物业升值潜力巨大。因此,对于发展中公司和投资客户来说,SOHO公寓无论是自用投资都是极佳的选择

成都产业商业的迅速升温,不仅因为宏观调控政策对住宅市场严格控制,但并未对商业地产进行调控,从而让越来越多的投资者和开发商关注商业地产,更主要的原因是成都的中调规划及产业西移的进一步实施,让商业地产行业迎来了新的发展机遇

多位业内人士均认为,在目前的成都楼市中,虽然LOFT产品并非楼市的主流产品,但因为产品的属性正好切中了当下楼市的具体销售环境,自然成为了不少开发商和投资者争相追逐的热点

毫无疑问,LOFT能够在今年成为一颗最耀眼的明星,其中大比例的赠送面积成为了它最大的亮点,但从其产品属性来看,“宜



涉外服务式公寓悄然面世

涉外服务式公寓在2011年出现,与城南发展的大背景有关。国际城南大气磅礴的区域规划,这里类似城南领馆区、欧盟商会进驻成都总部、IBM、诺基亚、赛门铁克、DHL、德国巴伐利亚医院等官方及非官方的外企纷至沓来,为本案提供了源源不断的潜在客户,制造出涉外公寓茁壮生长的肥沃土壤。成都则成为中西部第一个引进世界500强突破200家的城市,相信以后这一数字还会增加,而国际城南无疑是吸引外企的理想区域,数以千计的外籍员工必定蜂拥而至,对于居住市场的需求也会呈现井喷式的增长。

2011年成都市场出现的涉外服务式公寓,不仅是为旅居本地的外籍人士提供住所,它代表的更是一种超越普通住宅的、集现代居住元素、量身打造的人性化服务体系以及各种城市稀缺资源的国际政务商务生活理念和生活方式。北京的国家公园、雍和宫、慕田峪、中心都堪称是涉外公寓的典范级产品。这些出色的案例,凭借自身不折不扣的顶级软硬件配套,为业主或外籍租户者提供涉外标准服务,赢得客户的首肯,历经考验,其售价及租金始终屹立潮头,哪怕是

又到岁末年尾的时节,如果要检验即将过去的2011年度中,最值得关注的楼市单词,“LOFT”无疑将是最耀眼的单词之一。

在2011年中,楼市经历了最为严厉的调控,“住冷商热”仿佛已经成为了今年楼市的普遍反映,而在“商热”中大行其道的LOFT,则更是以其“两栖”的独特属性,毫无悬念地成为最值得关注的楼市产品。

LOFT 2011 最耀眼的单词

宜居宜商 LOFT大行其道

“买一层送一层”、“告别一层不变,选择丰富多彩”,2011年,这类广告让过去仅仅只是小打小闹的LOFT产品,一下成为不少投资者关注的焦点。

据成都透明房产网行业分析中心数据显示,在今年9—11月主城区内共成交了4268套办公物业,其中100㎡以下的小面积办公房源成交占比最大,共成交3227套,占据总量76%。而在100㎡以下的成交房源中,40—50㎡的办公物业最为畅销,共有1540套成交,占100㎡以下总量的近九成。这当中的小户型有极大一部分就是LOFT产品,从统计的结果表明,LOFT产品已经成为支撑今年楼市的重要力量。

多位业内人士均认为,在目前的成都楼市中,虽然LOFT产品并非楼市的主流产品,但因为产品的属性正好切中了当下楼市的具体销售环境,自然成为了不少开发商和投资者争相追逐的热点。

“两栖”之下 LOFT成楼市利器

毫无疑问,LOFT能够在今年成为一颗最耀眼的明星,其中大比例的赠送面积成为了它最大的亮点,但从其产品属性来看,“宜

商宜居”,既可以有商务办公的写字楼属性,也可以具备居住功能的住宅属性,同时更重要的是,层高有了极大突破后的LOFT产品,让看惯了平层的购房者对LOFT富有层次感的布局方式耳目一新,“受到热捧自然也就是很正常的事情了。”

据业内人士分析,LOFT这种宜商宜居的两栖产品,从投资回报的角度来看,其投资门槛比很多纯商务写字楼低,但其收益回报则要比不少纯住宅项目要高些,而在当下的市场中,LOFT所具有的优势显得非常明显。另外,LOFT能够风行市场的重要原因,还在于该类物业具有极大的“赠送面积”特点。据了解,市面上许多LOFT赠送的面积达到了100%,有些甚至更多。“在去年下发的《成都市建设项目容积率计算规则》中,就重新规定了开发商在住宅产品中不能利用层高、阳台偷面积,这让LOFT有了极大的生存土壤,成为了在今年不太景气的楼市中最耀眼的利器。”

买一得二 需要勇气的投资产品

由于层高高,买一层的面积可以获得两层的面积,这让许多购房者都感到LOFT总价非常实惠。但是,盛名之下的LOFT是否就真的既美观又实用呢?对于投资者来



说,投资LOFT的“钱途”如何呢?

LOFT是属于年轻人,并且有着特殊的文化背景或工作需求,且有一定的经济实力的人群的居所。据了解,在购买LOFT房屋前,首先购房者应该明确今后该房屋用途,由于LOFT住宅面积较小,为了装修后不产生类似与“卧铺”式的压抑感,在墙面的分割时,设计师多会采用透明材料,增加通透感。因此,LOFT只适合单身居住或二人世界。对于老年人和限制脚步的小孩子来说,LOFT的每个房间面积狭小,不适合活动,“使用成本较高也是这类产品的特点。”

LOFT一般为商业立项项目,入住后,一般来说,如所购住房属于商业性质,其水电都要按照商业立项的水电标准来收取。与民用电收费标准相比,商用电的收费标准每度几乎高出一倍。与民用电正常收费的标准相比,商用水的收费标准也高出了一倍多。另外,按照我国现行的土地使用年限规定,居住用地使用年限为70年,目前市场上在售的LOFT在产权上多属商业或其他性质,其产权一般为40年或50年,与一般住宅的70年产权存在一定的差别,购房者应在明确这一情况的基础上谨慎入手。华西都市报记者 钱承亮

第N代投资产品 百花齐放

2011年的商业地产市场全面爆发,专业的开发商也做出了快速反应,花样繁多的投资产品出现在商业投资领域。



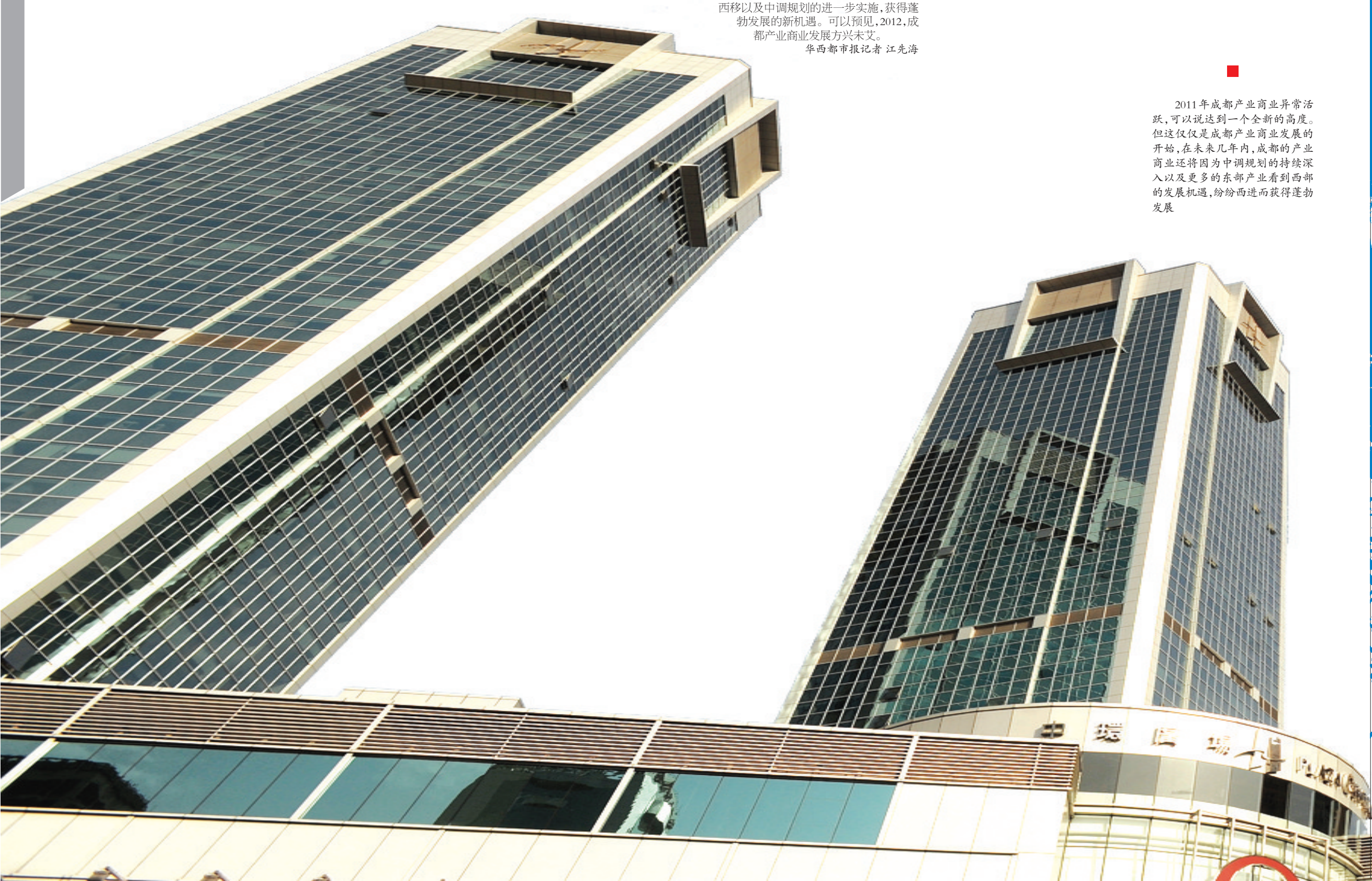
2008年的国际金融危机也不曾动摇过它的价值,创造了涉外公寓抵御市场风险的一段佳话。成都市场的涉外服务式公寓以复城国际T5为核心,打造的也正是这样一种一脉相承的涉外服务式体验:温馨、雅致而又不失国际级品格,同时60项涉外服务定制+3年稳健收益保障为这款投资产品占领市场赢得了机会。

写字楼群的SOHO办公

SOHO(small office home office)是一种新经济、新概念,指自由、弹性而新型的生活和工作方式。而房地产里常用的soho是指具有居住兼办公用途的物业产品。

天府新城CBD区域,入驻了大量的国际大型企业,IBM、西门子、摩托罗拉……成都也成为西部第一个引进世界500强200俱乐部的中心城市。有这么多龙头企业入驻,随之而来的就是数不胜数的关联上下游企业蜂拥而至。举个简单的例子,在CBD区域内的国际金融后台有像招商银行数据后台这样的知名企业,同样的,围绕金融后台总部就会出现相关的信托公司、信贷公司、证券公司等等,他们或大或小,但同样都存在办公的需求。

华西都市报记者 张杨



本版摄影 刘陈平