

引入商务停机坪 城北将现 地标甲级写字楼

在“北改”进程中,如何推进区域传统商贸产业的调整和升级?继日前金牛区宣布区属“成都荷花池市场”年内关闭,并在原地新建高端城市综合体之后,昨日记者获悉,在成都“北改”重点区的荷花池商圈区域,规划面积110万平方米的城市综合体金牛万达广场将建设3幢高度超过150米的地标性甲级写字楼——万达中心,这将是北部区域主城范围内首个5A级高端写字楼,为满足真正国际化高端写字楼标配标准,项目将引入商务直升机场坪。

150米高楼顶 建直升机停机坪

据成都万达副总经理袁林介绍,金牛万达广场规划建设面积110万平方米,包括大型高端商业、高档城市住宅、精装SOHO、甲级写字楼等,涵盖了居住、购物、休闲餐饮、娱乐、办公等功能,是万达集团目前在西部城市最大的城市综合体项目,根据计划,其购物中心将在今年年底开业。

根据金牛区的相关规划,依托金牛万达广场等现代城市商业综合体,发展以金融保险、资产管理、会计审计、咨询法律等为重点的商务服务业,打造城北现代商业商务中心,将是其推进“北改”的重要内容。与之相适应的则是金牛万达广场国际化水准的商务配套。

据介绍,金牛万达广场写字楼部分——万达中心将由三幢38层高,高度超过150米、总体量18万平方米的甲级写字楼构成。从效果图上记者看到,三幢写字楼将沿人民北路一侧进行布局,采用钻石立面设计理念,全玻璃幕墙外立面,全落地窗户型设计,形成超宽的视野感受。为满足越来越多的商务人士使用商务直升机的需求,在约150米高度的楼顶还将引入直升机停机坪,满足商务直升机的泊靠。

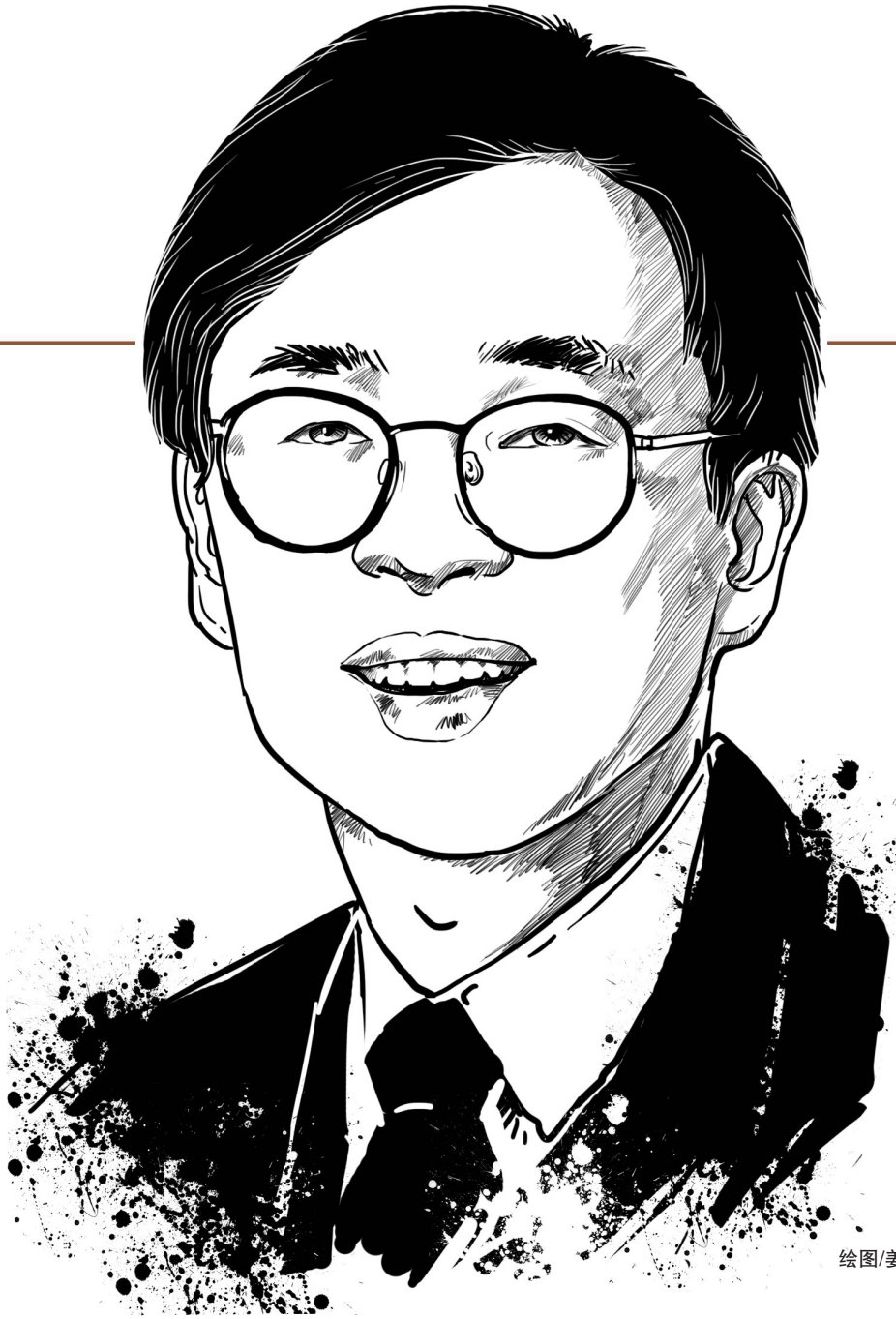
提升商圈档次 推动商贸产业升级

继大型购物中心年底开业后,万达中心计划在2014年投入使用,将成为成都北部区域主城范围内第一个甲级写字楼。

补阙城北高端商务缺失的不足,万达中心将对区域商务水平的提升产生怎样的影响?而对于荷花池商圈传统商贸业的升级又将发挥怎样的作用?

金牛区商务局有关负责人告诉记者,人民北路是金牛区“北改”的重要区域,根据规划将启动人民北路下穿火车北站等重大工程,区域城市面貌、产业形态都将得到极大的提升和发展,而区域也将依托荷花池商圈传统商贸产业的积淀,发展现代服务业,通过建设高端写字楼、酒店等大力发展高端产业、提升产业附加值,万达广场作为区域屈指可数的甲级写字楼,将成为城北发展现代商业服务业的重要载体,在优化城市功能、改善城市面貌的同时,推动中低端产业、传统产业向高端产业升级。

华西都市报记者 肖建



绘图/姜宣凭

人物 谢国忠

独立经济学家。1987年获麻省理工学院土木工程硕士学位,1990年获麻省理工学院经济学博士学位。曾任摩根士丹利董事总经理及亚太区首席经济分析师。此前,他在世界银行任经济分析员,负责处理世行于印尼的工商业发展项目,以及其他亚太地区国家的电讯及电力发展项目。现任玫瑰石顾问公司董事。

大幅降房价才是出路

■华西都市报记者 陈黎

|谈泡沫 价格调整是必要的

接受华西都市报记者电话专访时,谢国忠嘴里说得最多的一句话便是:“房地产的泡沫已经爆了”。这个被称为“亚洲地区被媒体引用最频繁的分析师”,曾多次准确判断形势和趋势。如今,中国房地产面临大变局,他又如何看待房地产调控?在全国商品房成交量普遍下滑的今天,房价走势如何?房企面临何种挑战?

言论

“按照世界上的普遍水平,房价的合理价位一般是在年收入的6-7倍左右,如今中国的房价与收入比,超出了平均水平一倍还多”

“低价房可能反而会提高房产销售额。房价低了,也就意味着普通家庭可以在其他产品消费上更多投入”

“平均工资水平是多少,城市里有多少户人家,这样一算就可以知道城市里要造多少房子,房价定在多少”

谢国忠认为,中国的房地产市场正在经历一场价格泡沫,价格调整是必要的。

“这么多年来,银行大量放钱给房地产,钱进入房地产行业后,房价自然会涨上去,这是一个水涨船高的概念。”谢国忠说,只要市场上存在投机心理和投机需求,楼市的泡沫就会一直被吹大。如果政府不干预,房价的确还可以继续上涨,但只要是泡沫,就会有破裂的那一天。

而泡沫爆掉的这一天,谢国忠认为已经到来了。

如今,很多开发商已经开始利用建筑公司、材料供应商帮忙融资。其实就是变相地在借钱撑楼盘。“现在我看到的是给他们的供应商的资金都已经绷得很紧了,有些资金链已经断了,所以有些开发商如果不卖房的话是活不下去了,只有大幅度地降价,增加销售才是唯一的出路。”谢国忠说。

虽然泡沫爆掉会有很多企业出现资金链问题,甚至破产。但“这个过程是必须的,很多国家都经历过。”届时,可以通过鼓励行业整合降低到最低限度,中国的房地产行业还可以借此做大做强。

|谈房价 合理房价是年收入的6-7倍

面对全国“两会”期间,温家宝总理提出的“房价还远远未回到合理价位”,谢国忠认为,按照世界上的普遍水平,房价的合理价位一般是在年收入的6-7倍左右,而如今,中国的房价与收入比,超出了平均水平一倍还多。

“中国房价跌幅可能很快会达到25%,未来两到三年内,跌幅有可能达到50%。”谢国忠认为,房价下跌的过程,会让财富流向居民,并为未来十年实现内需拉动的增长打下基础。

如今,房地产的市场供需关系失衡,一方面房屋空置率居高不下,另一方面老百姓买不起房子。房价不下降,老百姓就会捂紧口袋不敢花钱,中国消费能力也跟着上不去。

“泡沫破裂带来的只是房产单位价格下降,却不一定是销售额的下行。”谢国忠认为,恰恰相反,低房价可能反而会提高房产销售额。因此导致建设项目数量增加,而不是减

少。房价低了,也就意味着普通家庭可以在其他产品消费上更多投入。

|谈二三线城市 房价会还原到供求关系上

如今,不少城市的房价都出现了打折、降价的趋势,虽然北京、上海等一线城市的“动静”很大,但谢国忠更担心的是二、三线城市。“北京上海降价,但他们是全国市场,有一定的消费人群,房价降了,有人会去买。”谢国忠说,二三线城市却没有相应的购买力。虽然如今城镇化率越来越高,更多的人涌入城市,带来一定的刚性需求,但他认为,进城来的人,大多没有较强的购买力。对房地产市场的回暖起不了太大作用。

“有几千万套房子都空着,保守估计,要15年才能住满,如今每年新增房屋又那么多,总得找到几千万户买得起房的家庭住进去啊!”谢国忠说,中国的房地产不是奢侈品,也不是奔驰、宝马,每年造那么多房子出来,价格却又高得离谱。

“平均工资水平是多少,城市里有多少户人家,这样一算就可以知道城市里要造多少房子,房价定在多少。”谢国忠认为,房价要一般普通老百姓能买得起才行。不管政策是什么样的,最后还是会还原到供求关系之上。

|谈投资 “不一定非得玩钱”

在城市中,有不少居民手里至少有一套房子用于投资。而这种现象在谢国忠看来,并不是一件好事。

“很多人其实都是抱着投机的心理,觉得限购令会取消,到时候价格还会回来,这样出手还可以赚钱。”他说,其实很多人根本没有考虑到,到时候谁会来接手?“哪有那么多人来买房子啊!”

而房产投资走不通,普通市民又该如何规划?对于这个问题,谢国忠认为,“干嘛非得要去玩钱呢?”在他看来,市场上有很多人都在“玩钱”,市民在投资之前,一定要想想“你比人家聪明吗?掌握的知识比别人多吗?”

如果一定要投资,他认为,普通老百姓可以买一些国债,或者进入能看到未来前景,以及自己懂得的领域。

“潮语”营销 瞄准80后

楼市尽管有些徘徊不前,但近期成都楼市的刚需项目在新一轮的推广中采用的营销战术依然成为了一大亮点,开发商不再是仅仅对户型、价格、环境等元素的罗列,而是一系列引人瞩目的时尚、潮流、个性的广告语成为推广的主导。

“潮语”打动购房者

“林舒豪,拒绝犹豫、沈佳宜,拒绝等待、西江月,拒绝观望”;“信乔帮主玩4S,信绿地住4S”;“不啃老、不拼爹!80后,保利给你撑腰”……这一系列词语中有的蕴含了时下流行的当红词语,有的属于“80后”们最喜欢的讲话方式,这一类颇具80后无厘头精神的用语被运用到房产广告营销上,立即成为关注热点。

几位80后购房者在接受记者采访时认为,在众多的购房信息中,第一眼吸引他们的还是画面时尚、语言大胆、有80后时代特质的词语。这样的画面和语言符合他们的口味,让他们觉得与以往传统的诉求户型、环境等方式有很大的不同,看上去更加亲切,容易产生共鸣,所以愿意继续了解下去,显然,用“潮语”打动80后是如今市场的一个直接表象。

购房主力新生代

资深策划实效机构推广专家认为,80后购房者是非常时尚的一族,他们大多时间陪伴着网络,对于网络上流行的东西有着太多的认同感。因此,针对这样的80后潮人,你只有紧跟他们的思维或者比他们更潮,你才能获得他们的青睐!

“早晚都得买房”、“反正限购了,一次性买到位不要浪费名额”、“宅在出租房哪里有家在自己房子里顺心啊!”这是目前80后大多数人的购房心态。何况,80后们逐渐步入30而立的年龄,且这一代的家庭状况使得多数人都能享受到父母支援,加之80后们由于独立而个性的特殊性,大多数都不愿意和父母同住。因此,拥有一个自己的“家”是他们的渴望。面对庞大的80后购房人群,包括炎华置信、万科、绿地、保利等房产巨头在内的众多开发企业纷纷发招,抢夺这块充满诱惑的大蛋糕。

如何有效地抓住这一代人的眼球,是考验开发商和营销机构的功力的时刻,在“潮营销”方面颇具前卫眼光的万科和本土企业炎华置信均在2010年就开始关注这个群体,并在广告宣传上做了成功尝试。万科的“淘宝秒杀”、“丈母娘”;炎华置信的“取舍”、“月亮熟了”一度成为讨论热点话题。

广告语的变化,只是其中之一。今年以来,多个开发公司都将产品进行了调整,推出了具有针对性的产品供80后选择,市场反馈证明,这种营销策略和营销语言,被80后所认同。“这些针对80后的专属产品、专属营销、专属优惠,取得了阶段性的成果,80后这个特殊的群体,已经成长为不容小觑的群体。”西江月的营销负责人表示。

王相香