

# 平和商业广场市场背景环境调研报告

## 第一章 常德商业市场背景环境调研报告

### 第一部分 常德商业业态的调研分析

#### 一. 常德市宏观经济环境分析

##### (一) 常德市国民经济现状

| 国民经济发展指数          |              | 数额         | 同比增长幅度 |
|-------------------|--------------|------------|--------|
| 工资<br>指数          | 职工工资总额       | 286610 万元  | 18.5%  |
|                   | 职工平均工资       | 11236 元/年  | 21.6%  |
| 金融<br>指数          | 金融机构城乡居民储蓄存款 | 2036693 万元 | 22.9%  |
| 社会消<br>费品零<br>售总额 | 批发、零售贸易业     | 946357 万元  | 13.1%  |
|                   | 餐饮业          | 165855 万元  |        |
|                   | 其他           | 312680 万元  |        |

常德的总体居民收入水平虽然在整个湖南地区处于中等，但消费水平远超出其收入水平，是个仅次于长沙的典型消费城市，这说明常德城镇居民有较强的消费实力和投资实力。

##### (二) 常德市商业物业市场的供求现状

| 商业物业相关指数 |              | 数额                     | 同比增长幅度  |
|----------|--------------|------------------------|---------|
| 供给       | 2003 年度投资总额  | 104700 万元              | -43.54% |
|          | 2003 年度施工面积  | 1065600 m <sup>2</sup> | -58.5%  |
|          | 2003 年度竣工面积  | 425000 m <sup>2</sup>  | -14.48% |
| 需求       | 2003 年实际销售额  | 45289 万元               | +11.25% |
|          | 2003 年实际销售面积 | 145315 m <sup>2</sup>  | +9.53%  |

可以看到，2003 年度商业物业的供应量出现大幅下降，主要是因为 2002

年商业物业投资体量过大，市场一时无法消化。03 年市场需求状况良好，价格有小幅上升。

### (三) 常德市中期发展规划及目标

常德 1988 年撤区建市，建市以来，常德把发展方向定位于湘西北交通、能源、流通、文化中心，经济发展日新月异，各项社会事业全面进步，初步形成了交通便捷、通讯发达、能源充足、环境优美的经济社会可持续发展格局。

伴随着常德市的投资环境将向着“交通通讯超前、科技教育发达、城市功能完备、市场发育健全、社会秩序稳定”的方向不断发展，常德市也将由此成为湘西北经济、贸易、信息中心及交通枢纽，城市也在飞速发展。

随着常德经济总量的不断攀升，常德市作为湘西北重镇的地位已经确定。

据常德市区 2003-2020 年规划可见，中区商业规划以步行街为中心、以武陵大道为轴，正在形成并逐步扩大城市核心商圈。本项目处于这一核心商圈内，存在良好的市场机会。

#### 总结：

1. 常德总体经济水平呈现良好的发展势头，湘西南区域中心城市地位不断凸显，2004 年被评为中国的魅力城市，城市竞争力不断加强；

2. 常德市社会零售水平高企，达到 142 万元，高居湖南地级城市之首，是一个仅次于长沙的典型消费城市；

3. 常德市 03 年商业物业供给量有所回落，但需求状况良好，销售价格有小幅上升；

4. 常德市的中期规划，给本项目带来了充分的市场发展空间。

## 二. 常德市商业业态调研分析

### (一) 常德市区商圈的划分

常德市商业业态的表现形式，相对湖南省地级市而言表现得非常丰富。从专卖店到专业市场，从批发市场到大超市、大量贩，自由业态和统一经营管理业态比比皆是，但在整个常德的商业业态中，缺少能够引导市场、引导潮流、引导目的性购物的亮点商业。也就是说，缺少一个有品牌、有信誉、有统一管理、具备良好购物环境的大型百货商场。从全局来看，常德市各种商业业态的形成和自然组合，形成了目前的三个商圈，即：

1. 以步行街为龙头的中区商圈。
2. 以专业批发市场为主体的火车站商圈。
3. 以批发市场为主体的桥南商圈。

#### 1. 中区商圈

##### 1) 概况

目前中区商圈是常德市最繁华、最具活力和时代特征的商业中心区。由于外来商业企业给中区商圈注入了新的商业观念和规划理念，使他成为市民关注的焦点。以商业步行街为主轴线，中区商圈门店林立、品种繁多，环境优美。是目前常德市商业的核心区域。

中区商圈由步行街、朗州路、沿江路、建设西路组成。

## 2) 主要商业物业

大型商场：春天百货、沃尔福、家润多

新兴商业形态：人民路商业步行街、金钻广场步行商业城

沿街门店：以人民路、建设路为主

## 2．火车站商圈

### 1) 概况

火车站商圈由几个规模较大的专业市场：家私产业城、副食城、五金交电市场组成。以武陵路和 207 国道为纽带，背靠地区汽车站、火车站、汽车总站。火车站的各种专业市场大多是市场行为开发建设，分隔为独立沿街铺位，并以出让产权、铺位租赁为主要方式。总体而言，这些市场的经营管理、服务传统，缺乏整体形象，发展状况不容乐观。

## 2) 主要商业物业

大型商场：无

专业市场：常德家具城、六合电器城、副食城、五金交电市场

沿街门店：以武陵大道、南坪路为主

## 3．桥南商圈

### 1) 概况

常德市桥南商圈是集各种日常用品、服装、鞋帽等百货于一体的低档商品交易市场。由桥南大市场等十余家市场与七条街道的一些沿街门面和超市（如

华联超市) 组成。经营范围包括了服装、鞋帽、日用品、电器、体育用品、图书等生活所需的大多数商品，另外还包括五金、摩配、轻工用品等专业商品。

## 2) 主要商业物业

大型商场：无

中型超市：华联、平安

专业市场：桥南市场、摩配城、家电城、桥南轻工市场、干鲜食品城、日用小商品城、五金城、金麟市场、飞翔通讯

沿街门店：以常沅路、桥南大道为主

小结：

常德现有商业分布较为集中，经营方式基本以街边店、专卖店为主，少量商场、超市为辅，经营档次为中档乃至中低档。基于常德商业现状及项目周边中低档商业已经超饱和的现状，建议本项目定位为中高档百货，与常德现有商业形成鲜明对比，树立项目中高档综合百货的良好形象。

## (二) 常德现有大型商场调研分析

| 商场名称 | 位置     | 营业面积 (m <sup>2</sup> ) | 功能分区                       | 经营模式            | 总体评价                                    |
|------|--------|------------------------|----------------------------|-----------------|-----------------------------------------|
| 春天百货 | 人民路步行街 | 18000                  | 负1层：超市；一层：店中店+专柜，饰品+皮具；二、三 | 进场费3万，扣点13-28点。 | 商业规划不合理，导致整个商场后半部人流量差。开业初期定位为中高档，现品牌基本为 |

|         |                |       |                                                         |                                         |                                               |
|---------|----------------|-------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|
|         |                |       | 层：店中店，服装四<br>层：店中店，主营电<br>器；五层：清仓（服<br>装）               |                                         | 中档。但整体经营状况不<br>佳，80%商家承认销售额不<br>足当初预计的一半。     |
| 沃尔<br>福 | 人民<br>路步<br>行街 | 8000  | 一层：店中店+柜<br>台，珠宝首饰、皮<br>具、小家电。；二-三<br>层：超市四层：店中<br>店+柜台 | 一层：租赁<br>二-三层：超市；<br>四-五层：暂不租<br>赁，重新调整 | 超市货品档次不高，人流引<br>导、商业布局不合理，导致整<br>体经营状况较差。     |
| 家润<br>多 | 人民<br>东路       | 10000 | 一至三层均为超市，<br>另一层有部分柜台。                                  | 一至三层：超市<br>一层：局部柜台                      | 经营品种最为齐全，零售价格<br>偏高，服务相对较为完善，就<br>购物环境而言相对较好。 |
| 合计      |                | 36000 | 超市+百货                                                   |                                         |                                               |

## 1. 各大商场经营模式、功能分区的对比

从上表可见，常德市大型百货、超市较少，只有春天百货、沃尔福和家润多，家润多在常德经营较好，但从整体而言，常德市大型百货、超市在零售市场并不具备绝对竞争力，与国际、国内一线品牌仍有教大的差距，这为以后的超市、百货招商和定位留下了空间。

## 2. 各商场铺位分割对比分析

| 商场<br>名称 | 位置     | 经营模式         | 铺位面积分<br>割 (m <sup>2</sup> ) | 主力面积<br>(m <sup>2</sup> ) | 商业展示         |
|----------|--------|--------------|------------------------------|---------------------------|--------------|
| 春天百<br>货 | 人民路步行街 | 联营、自<br>营、租赁 | 6~70                         | 30                        | a 专柜 c 店中店   |
| 沃尔福      | 人民路步行街 | 联营、自         | 5~40                         | 20                        | a 开放式自选 b 柜台 |

|     |      |              |      |       |                  |
|-----|------|--------------|------|-------|------------------|
|     |      | 营、租赁         |      |       | c 店中店            |
| 家润多 | 人民东路 | 联营、自<br>营、租赁 | 3~20 | 12    | a 开放式自选 b 柜台     |
| 合计  |      | 联营、自<br>营、租赁 | 3~70 | 12~30 | 开放式自选、柜台、<br>店中店 |

从上表可见，常德各超市、百货铺位面积分割跨度较大，从 3~70m<sup>2</sup>不等，主力面积集中在 12~30m<sup>2</sup>之间。

### 3. 各大商场百货品牌经营成本分析

| 商场名称  | 位置     | 营业面积 (m <sup>2</sup> ) | 楼层   | 专柜租金价格 (元/m <sup>2</sup> /月) |      |      | 专柜租赁率 | 备注                    |
|-------|--------|------------------------|------|------------------------------|------|------|-------|-----------------------|
|       |        |                        |      | 最低价                          | 最高价  | 均价   |       |                       |
| 春天百货  | 人民路步行街 | 18000                  | 负1层  | ---                          | ---  | ---  | ---   | 超市                    |
|       |        |                        | 1层   | 600                          | 1200 | 900  | 90%   | 百货（店中店），部分租金以扣点及营业额折算 |
|       |        |                        | 2层   | 120                          | 320  | 270  | 100%  |                       |
|       |        |                        | 3层   | 80                           | 180  | 130  | 90%   |                       |
|       |        |                        | 4层   | 40                           | 150  | 95   | 80%   |                       |
|       |        |                        | 5层   | 20                           | 40   | 30   | 70%   | 服装清仓（展示架）             |
| 沃尔玛   | 人民路步行街 | 8000                   | 1层   | 300                          | 1000 | 750  | 95%   | 百货（店中店、柜台）            |
|       |        |                        | 2-3层 | ---                          | ---  | ---  | ---   | 超市                    |
|       |        |                        | 4-5层 | ---                          | ---  | ---  | ---   | 暂在调整期间，不对外招商          |
| 家润多   | 人民东路   | 10000                  | 1层   | 800                          | 1200 | 1000 | 100%  | 百货（店中店、柜台）            |
|       |        |                        | 2-3层 | ---                          | ---  | ---  | ---   | 超市                    |
| 合计/平均 |        | 36000                  |      | 217                          | 343  | 280  | 85%   |                       |

从上表可见，常德百货品牌商家所能接受的租金价格水平较高，平均值达

280 元/m<sup>2</sup>/月。

根据上述分析，给本项目的启示是：

1．价格体系的制订，一定要考虑商家的经营成本，要用租金（或扣点）反推法作为价格体系制定的重要参照。

2．以经营成本为依据，制定投资分析方案，从而以价格策略争取包括品牌商、分销商、代理商、投资者在内的目标客户群体。

3．可以考虑租赁、扣点在内的品牌组织和商业经营模式的设计。

#### 4．各大商场人流量及营业额对比分析

| 商场名称 | 位置         | 营业面积<br>(m <sup>2</sup> ) | 人流量<br>(万人/天) | 日营业额<br>(万元) | 备注                                             |
|------|------------|---------------------------|---------------|--------------|------------------------------------------------|
| 春天百货 | 人民路<br>步行街 | 18000                     | 1.26          | 12~17        | 超市+柜台+店中店，主营服装、饰品，以 18-45 岁中青年女性为主要目标客户。       |
| 沃尔福  | 人民路<br>步行街 | 8000                      | 1.33          | 13~19        | 超市+柜台+店中店+敞开式专柜，主营服装、珠宝，以家庭客户、中青年客户为主。         |
| 家润多  | 人民东<br>路   | 10000                     | 2.18          | 32~70        | 超市+柜台，是三大商场中经营品种最为齐全、人流量最大的商业物业，以家庭客户、中青年客户为主。 |
| 合计   |            | 36000                     | 4.77          | 53 ~<br>106  |                                                |

从上表可见，家润多是目前常德人气最旺、销售情况最好的商场，而春天

百货地处于步行街，但经营情况较差，其中的主要原因：一是卖场定位、卖场交通的制约，二是步行街的消费人流结构的局限。

### 小结：

1．常德市大型百货、超市较少，只有春天百货、沃尔福和家润多，家润多在常德经营较好，但从整体而言，常德市大型百货、超市在区域市场并不具备绝对竞争力，与国际、国内一线品牌仍有教大的差距，这为以后的超市、百货招商和定位留下了空间。

2．常德各超市、百货铺位面积分割跨度较大，从 3~70m<sup>2</sup>不等，主力面积集中在 12~30m<sup>2</sup>之间。

3．常德集中商业街区百货品牌商家所能接受的租金价格水平较高，平均值达 280 元/m<sup>2</sup>/月。

4．而春天百货地处于步行街，但经营情况较差，其中的主要原因：一是卖场定位、卖场交通的制约，二是步行街的消费人流结构的局限。

综合以上结论，本项目要力保经营的畅旺，必须要有如下条件的支撑：

- 1．交通组织与停车设置。
- 2．针对常德市场中高消费群体档次定位。
- 3．专业的商业经营管理。
- 4．一流的购物环境和配套设计。

## (三) 常德现有临街商铺的调研分析

- 1．各主要街区临街铺位面积对比分析

| 路段    | 位置       | 经营模式  | 铺位形式      | 铺位面积分割 (m <sup>2</sup> ) | 主力面积 (m <sup>2</sup> ) |
|-------|----------|-------|-----------|--------------------------|------------------------|
| 人民路   | 人民路步行街西头 | 自营、租赁 | 单层、两层套铺   | 20-220                   | 50                     |
|       | 人民路步行街   | 自营、租赁 | 单层、两层套铺   | 8-120                    | 40                     |
|       | 人民路步行街东头 | 自营、租赁 | 单层、两层套铺   | 20-50                    | 40                     |
| 金钻广场  | 步行街以北    | 自营、租赁 | 单层        | 20-60                    | 40                     |
| 建设路   | 郎州路以西    | 自营、租赁 | 单层、两层套铺   | 20-90                    | 30                     |
|       | 郎州路以东    | 自营、租赁 | 单层铺位      | 20-40                    | 25                     |
| 武陵大道  | 人民路、育才路间 | 自营、租赁 | 单层铺位      | 36-180                   | 36                     |
| 郎州路   | 步行街、育才路间 | 自营、租赁 | 单层铺位      | 16-120                   | 25                     |
| 合计/平均 |          |       | 单层为主，少量套铺 | 20-100                   | 25-50                  |

常德临街铺位主要集中于人民路、建设路一带，铺位形式主要有单层、两层套铺，铺面面积从 8-220m<sup>2</sup> 不等，主力面积集中在 25-50m<sup>2</sup> 范围，街铺面积整体偏小。

## 2. 各主要街区临街铺位租金对比分析

| 路段  | 位置       | 租金 (元/m <sup>2</sup> /月) |     |     | 年租金总价   | 租赁率  |
|-----|----------|--------------------------|-----|-----|---------|------|
|     |          | 最低价                      | 最高价 | 均价  |         |      |
| 人民路 | 人民路步行街西头 | 50                       | 100 | 70  | 10-15 万 | 90%  |
|     | 人民路步行街   | 150                      | 476 | 320 | 15-40 万 | 100% |

|       |          |    |     |     |          |     |
|-------|----------|----|-----|-----|----------|-----|
|       | 人民路步行街东头 | 54 | 70  | 67  | 1.7-3.3万 | 95% |
| 金钻广场  | 步行街以北    | 21 | 250 | 110 | 1-12万    | 25% |
| 建设路   | 郎州路以西    | 50 | 117 | 75  | 2.8-4万   | 98% |
|       | 郎州路以东    | 70 | 133 | 78  | 2.8-4万   | 88% |
| 武陵大道  | 人民路、育才路间 | 92 | 138 | 106 | 4-6万     | 90% |
| 郎州路   | 步行街、育才路间 | 42 | 93  | 65  | 1.5-5万   | 96% |
| 合计/平均 |          | 66 | 253 | 111 | 4.9-11万  | 85% |

人民路临街铺位租金呈锥形分布，其中以新兴商业步行街租金为最高，最高达 476 元/m<sup>2</sup>/月。而由于步行街北面属于新建物业，人气远低于南面老街，因而租金水平也相对较低。

金钻广场铺位租金以梯形分布，其中朗州路及步行街交叉处为最高，但广场内部因招商不利仅部分商家进入经营，租赁率极低，且因此导致租金落差极大。开发商为改变现状也加大招商力度，采取让利等措施吸引商家进入，预计将于元旦期间整体开业。

建设路临街铺位租金呈波浪型分布，其中以武陵大道路口、郎州路口为最高，其他均有回落，最高达 133 元/m<sup>2</sup>/月。而郎州路以东虽属商业老街，但近两年人气有所下降，反而郎州路以西商业有逐步雀起的趋势。

武陵大道临街铺位租金呈阶梯型分布，人民路口紧邻步行街位置租金为最高，价格接近步行街租金，建设路以北租金价格则明显下降，其中，路东租金略高于路西租金水平。

郎州路临街铺位也呈现波浪型分布，其中以步行街口处价格为最高，其他均有不同程度回落，一般临近十字路口处价格略有上升，一中附近因临近学校关系价格明显偏高于同街区其他铺位租金。

从以上主要街铺租金分布情况可以看出：

1. 集中商业街区租金水平远高于自然商业街区租金；
2. 传统商业老街租金水平远高于新建商业街区租金；

3. 商业业态、商业功能规划、商品品牌组织、招商现状以及商业经营管理直接影响街铺的租金水平；

4. 常德中区商圈的主要街铺整体租金水平较高；

5. 除金钻广场外，常德沿街商铺整体租金水平较好。

### 3. 各主要街区临街铺位营业额对比分析

| 路段    | 位置       | 营业额 (元/月/铺) |      |      | 年营业额      | 租赁率  |
|-------|----------|-------------|------|------|-----------|------|
|       |          | 最低额         | 最高额  | 平均   |           |      |
| 人民路   | 人民路步行街西头 | 1.5万        | 20万  | 8万   | 18-240万   | 90%  |
|       | 人民路步行街   | 10万         | 70万  | 30万  | 120-840万  | 100% |
|       | 人民路步行街东头 | 1万          | 4万   | 2.5万 | 12-48万    | 95%  |
| 金钻广场  | 步行街以北    | 1.8万        | 30万  | 8万   | 21.6-360万 | 25%  |
| 建设路   | 郎州路以西    | 1.5万        | 2.8万 | 2万   | 18-33.6万  | 98%  |
|       | 郎州路以东    | 1.2万        | 3万   | 1.8万 | 14.4-36万  | 88%  |
| 武陵大道  | 建设路、人民路间 | 3万          | 8万   | 5.6万 | 72-96万    | 90%  |
| 郎州路   | 步行街、育才路间 | 1万          | 7万   | 4.3万 | 12-84万    | 96%  |
| 合计/平均 |          | 2.6万        | 18万  | 7.8万 | 36-217万   | 85%  |

常德主要商业街区总体经营水平较好，平均每铺月营业额达到 7.8 万。但个铺营业额差距较大，老街区优于新街区，专业商业街区优于自然商业街区。

### 总结：

1. 常德百货业态商业分布集中，商圈渗透力、辐射力较强。
2. 常德现有商业业态主要体现为传统临街铺位、超市、专业市场几种形式，真正意义上的百货商场只有春天百货一家。
3. 就商品经营的档次而言，中低档经营品种趋于饱和，竞争较为激烈。缺少高档购物场所，使常德高档消费流失于长沙等其他较大城市。

4. 从成本的角度考虑，经营户较容易接受租赁的模式。

5. 常德百货品牌商家所能接受的租金价格水平较高，平均值达 280 元/m<sup>2</sup>/月。

6. 整个临街铺位中，集中商业街区租金水平远高于自然商业街区租金；传统商业老街租金水平远高于新建商业街区租金；商业业态、商业功能规划、商品品牌组织、招商现状以及商业经营管理直接影响街铺的租金水平；常德中区商圈的主要街铺整体租金水平较高；除金钻广场外，常德沿街商铺整体租金水平较好。

7. 常德商业经营者主要由本地人构成，外地人仅占据了较小的一部分。常德本地有商业经营的传统，近半常德人在经商，这部分人大多有买铺的潜在需求，只要资金许可，就会予以考虑。

8. 常德的商业业态表现单一，缺乏有力的商业资源整合。

9. 常德商业的整体经营水平不高。主要体现在以下三个方面：

一是商业经营者、管理者自身的业务素质不高，商业规划、组织不合理；

二是常德商业业态的老化，市场急需新型商业业态的补充和提高；

三是绝大部分商业项目前期缺乏科学的运作程序和定位，用房地产手段来运作商业项目，必然会导致后期经营的难度。

10. 比较而言，面对如此巨大的消费市场，常德城市的消费潜力还远远没有得到开发，其商业布局的合理性、商业购物环境、经营产品规模、档次等等，远远不能满足常德消费者日益增长的需求。

## 第二部分 常德商业物业市场 及竞争对手调研分析

### 一、常德商业物业市场调研分析

#### (一) 常德市商业物业的供给结构及供给总量

| 竞争<br>楼盘    | 地段                      | 物业总量<br>(m <sup>2</sup> ) | 商业物业<br>总量<br>(m <sup>2</sup> ) | 铺位面积 (m <sup>2</sup> ) |
|-------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------------|------------------------|
| 平和商业广场      | 武陵大道、建设路交汇处             | 30000                     | 13000                           | ---                    |
| 金泰利商业广场     | 人民路 (步行街东)              | 58000                     | 40000                           | 现在内部登记中，<br>铺位分割尚不清晰   |
| 泓鑫商业中心      | 武陵大道、育才路交汇处             | 103400                    | 28000                           | 现在内部登记中，<br>铺位分割尚不清晰   |
| 滨江数码城 (二期)  | 人民路 (步行街东)              | 30000                     | 22000                           | ---                    |
| 金钻广场 (新天地)  | 人民路金钻广场 A1、A2 区         | 14000                     | 14000                           | 10-20                  |
| 新世纪汽车城 (一期) | 207 国道 (南坪路)、<br>东风路交汇处 | 84000                     | 6163                            | 20-100                 |
| 望江名苑 (商铺)   | 沅安路、芷园路交汇处              | 38000                     | 4000                            | 80-160 (两层套<br>卖)      |
| 滨江豪庭 (商)    | 沅安路、芷园路交汇处              | 69000                     | 762                             | 34-54 (单层)             |

|               |            |        |        |                   |
|---------------|------------|--------|--------|-------------------|
| 铺)            |            |        |        |                   |
| 东方美景 (商<br>铺) | 柳叶路、启明路交汇处 | 83616  | 9001   | 50-200 (两层套<br>卖) |
| 合计/平均         |            | 510016 | 136926 |                   |

市场调查结果显示,常德在售商业物业逾 13 万平米,总供应量较大,且四个大型商业物业均拟订于今年年底开盘,在短时间内集中推出,市场压力较大。

## (二) 常德市商业物业的价格水平及走势

### 1. 常德市商业物业售价对比分析

| 竞争<br>楼盘  | 地段                | 均价<br>(元/m <sup>2</sup> ) | 总价<br>(万元/间) | 备注                 |
|-----------|-------------------|---------------------------|--------------|--------------------|
| 金泰利商业广场   | 人民路(步行街东)         | ——(开发商内部讨论单价最高为19800)     | ——           | 因面积分割不明晰,故总价待定     |
| 泓鑫商业中心    | 武陵大道、育才路交汇处       | 12000                     | ——           | 因面积分割不明晰,故总价待定     |
| 滨江数码城(二期) | 人民路(步行街东)         | ——                        | ——           | 尚未销售,但一期临街均价16000元 |
| 金钻广场(新天地) | 人民路金钻广场A1、A2区     | 约5000                     | 5-10万        | 尚未销售,报价为内部资料       |
| 新世纪汽车城    | 207国道(南坪路)、东风路交汇处 | 5300                      | 10-53万       |                    |
| 望江名苑(商铺)  | 沅安路、芷园路交汇处        | 6000                      | 10-95万       | 一层、二层均为此单价         |
| 滨江豪庭(商铺)  | 沅安路、芷园路交汇处        | 5000                      | 17-28万       |                    |

|               |                |                      |          |                      |
|---------------|----------------|----------------------|----------|----------------------|
| 东方美景 (商<br>铺) | 柳叶路、启明路交汇<br>处 | 一层: 3200<br>二层: 1500 | 35-130 万 | 两层套卖, 特殊情况<br>下可单层销售 |
| 合计/平均         |                | 3200-17000           | 10-130   |                      |

市场调查结果显示, 常德市商业物业价格水平跨度较大, 从 3200-19800 元/m<sup>2</sup> 不等, 且由于部分商业物业以套铺形式发售, 面积较大, 因此, 即使单价低, 总价往往较高。

## 2. 常德市商业物业销售价格走势对比分析

| 代表楼盘           | 地段          | 03 年单价<br>(元/m <sup>2</sup> ) | 04 年单价<br>(元/m <sup>2</sup> ) | 备注                      |
|----------------|-------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 金钻广场一期         | 人民路步行街中段    | 1.1-2.7 万                     | ---                           |                         |
| 金泰利商业广场        | 人民路 (步行街东)  | ---                           | 最高 1.98 万                     | 价格尚未对外公开,<br>开发商内部讨论单价  |
| 泓鑫商业中心         | 武陵大道、育才路交汇处 | ---                           | 均价 1.2 万                      |                         |
| 滨江数码城 (一<br>期) | 人民路 (步行街东)  | ---                           | 均价 1.6 万                      |                         |
| 合计/平均          |             | 最高 2.7 万                      | 最高 1.98 万                     | 差额近 1 万元/m <sup>2</sup> |

市场调查结果显示, 常德市商业物业总体销售价格趋于回落, 说明常德市商铺的投资群体开始趋向于理性。

## (三) 常德市商业物业的需求情况

| 竞争楼盘    | 地段          | 开盘时间         | 销售<br>率 | 月平均销<br>售 (m <sup>2</sup> ) | 备注                                |
|---------|-------------|--------------|---------|-----------------------------|-----------------------------------|
| 金泰利商业广场 | 人民路 (步行街东)  | 04 年 12<br>月 | ---     | ---                         | 04 年 11 月 6<br>日内部认购,<br>认购率 27%。 |
| 泓鑫商业中心  | 武陵大道、育才路交汇处 | 04 年 11<br>月 | ---     | ---                         |                                   |

|           |                    |           |           |      |  |
|-----------|--------------------|-----------|-----------|------|--|
| 滨江数码城（二期） | 人民路（步行街东）          | 尚未开盘      | ---       | ---  |  |
| 金钻广场（新天地） | 人民路金钻广场 A1、A2 区    | 尚未开盘      | ---       | ---  |  |
| 新世纪汽车城    | 207 国道（南坪路）、东风路交汇处 | 04 年 6 月  | 一期<br>50% | 616  |  |
| 望江名苑（商铺）  | 沅安路、芷园路交汇处         | 04 年 7 月  | 15%       | 150  |  |
| 滨江豪庭（商铺）  | 沅安路、芷园路交汇处         | 04 年 8 月  | 25%       | 64   |  |
| 东方美景（商铺）  | 柳叶路、启明路交汇处         | 04 年 11 月 | 20%       | 1800 |  |
| 合计/平均     |                    |           | 28%       | 580  |  |

金泰利商业广场于 04 年 11 月 6 日内部认购，商业物业推出 1-3 层共 14000m<sup>2</sup>，4-5 层为保留物业，当日收取商铺认购金 150 万，截止至 04 年 11 月 15 日，收取商铺认购金 207 万，认购面积达 3800m<sup>2</sup>，认购率 27%。

从整体而言，常德在售商业物业销售市场较差。

#### （四）常德市商业物业的购买群体结构

| 竞争楼盘      | 投资者比例 | 自营者比例 | 购铺群体结构                   | 备注                |
|-----------|-------|-------|--------------------------|-------------------|
| 金泰利商业广场   | 30%   | 70%   | 公务员、中小商人、矿主、回乡的成功人士、小企业主 | 因受金钻广场负面影响，投资客户较少 |
| 泓鑫商业中心    | 60%   | 40%   | 公务员、成功商人、回乡的成功人士         |                   |
| 滨江数码城（二期） | ---   | ---   | ---                      | 尚未销售              |
| 金钻广场（新天地） | 100%  | ---   | ---                      | 尚未销售              |
| 新世纪汽车城    | 70%   | 30%   | 行业人士、中小商人、回乡的成功人士        |                   |

|              |     |     |                      |                       |
|--------------|-----|-----|----------------------|-----------------------|
| 望江名苑（商<br>铺） | 70% | 30% | 公务员、中小商人、企事业单位职<br>员 | 因地段商业氛围不浓<br>厚，自营客户较少 |
| 滨江豪庭（商<br>铺） | 70% | 30% | 公务员、中小商人、企事业单位职<br>员 | 因地段商业氛围不浓<br>厚，自营客户较少 |
| 东方美景（商<br>铺） | 80% | 20% | 公务员、中小商人、企事业单位职<br>员 | 因地段有较大发展潜<br>力，投资户较多  |
| 合计/平均        |     |     | 公务员、中小商人、回乡的成功人<br>士 |                       |

市场调查结果显示，常德市的购铺群体主要分为如下几类：公务员、中小商人、私营企业主、回乡的成功人士、企事业单位职员。

### （五）常德市商业物业的营销水平及传播定位

| 竞争楼盘          | 传播定位                    | 售楼现场                                                         | 宣传途径           |
|---------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------|----------------|
| 金泰利商业广场       | 第三代风情商铺                 | 统一着装，销售现场装潢较好，有模型。                                           | 户外公交、单<br>页、报纸 |
| 泓鑫商业中心        | 常德新金脉，淘<br>金新时代         | 无统一着装，销售现场装潢较好，有模<br>型。                                      | 户外、单页          |
| 滨江数码城         | 常德 Golden 投<br>资价值商用物业  | 无统一着装，几个楼盘集中于一个售楼部<br>销售，没有所谓办公区域、谈判区等功能<br>分区               | 户外             |
| 金钻广场（新天<br>地） | 投资金钻广场新<br>天地，得高额回<br>报 | 统一着装，销售现场装修豪华，有明确的<br>功能分区，但和住宅一起销售                          | 户外             |
| 新世纪汽车城        | 湘西北超大规模<br>专业汽车市场       | 统一着装，销售现场装修豪华，有明确的<br>功能分区，与招商部一起办公，面积约<br>200m <sup>2</sup> | 户外、单页          |
| 望江名苑          | 人民东路黄金商                 | 无统一着装，销售现场全通透式玻璃建                                            | 户外、单页          |

|      |          |                                   |                |
|------|----------|-----------------------------------|----------------|
|      | 业街       | 筑，装潢较好，有模型。                       |                |
| 滨江豪庭 | 小区商业配套   | 无统一着装，销售现场拥挤、狭小，有模型。              | 户外、单页          |
| 东方美景 | 再造都市商业中心 | 统一着装，销售现场装修尚可，无明确的功能分区，面积较小，较为拥挤。 | 户外、报纸、单页       |
| 合计   |          | 现场形象普遍较差。                         | 户外看板、报纸广告、电台广播 |

市场调查结果显示，常德市商业物业的营销水平参差不齐，总体而言，体现为以下三个方面：

1. 开发商营销意识不强，以纯地产手段来操作商业地产；
2. 缺少专业的商业营销公司，更多地只能介入商业物业的销售层面；
3. 从包装推广方面而言，部分地产包装推广比较到位。

#### 总结：

1. 常德目前在售商业物业 13 万余平方米，总供应量较大，且四个大型商业物业均拟订于今年年底开盘，在短时间内大量商业物业的集中推出，市场压力较大。

2. 常德市商业物业价格水平跨度较大，从 3200-19800 元/m<sup>2</sup> 不等，且由于部分商业物业以套铺形式发售，面积较大，因此，即使单价低，总价往往较高。

从价格走势看，常德市商业物业总体销售价格趋于回落，说明常德市商铺的投资群体开始趋向于理性。

3. 总体而言，常德商业物业销售两分天下：街铺销售好，商场式内铺销售较差。

4. 常德市的购铺群体主要分为如下几类：公务员、中小企业主、商业经营者、回乡的成功人士、企事业单位职员。

5. 常德市商业物业的营销水平参差不齐，总体而言，体现为以下三个方面：

- 1) 开发商营销意识不强，以纯地产手段来操作商业地产；
- 2) 市场缺少专业的商业地产营销公司，服务团队更多的只能介入商业物业的销售代理；
- 3) 从包装推广方面而言，部分项目包装推广金玉其表。

## 二．主要竞争物业的调研分析

### 1．金泰利商业广场

金泰利商业广场位于人民路东。销售尚未开始，拟定于今年 12 月开盘销售。现处于来访登记阶段，截止至 11 月 5 日，登记客户共 510 位，其中诚意客户 120 户。登记费用一层临街铺位 20 万，一层内铺 10 万，二至三层铺位 5 万。登记客户中仅 7%来自于周边县区，其余均为城区客户。

于 04 年 11 月 6 日内部认购，商业物业推出 1-3 层共 14000 $m^2$ ，4-5 层为保留物业，当日收取商铺认购金 150 万，截止至 04 年 11 月 15 日，收取商铺认购金 207 万，认购面积达 3800 $m^2$ ，认购率 27%。

#### 1) 销售支撑点：

- (1) 地理位置：处于常德成熟商圈，商业较为集中，有浓厚的商业氛围。
- (2) 建筑定位：提出一个城市只有一个中心，该项目建筑定位为这一城

市中心的地标性建筑。

(3) 物业规模：商业物业总体量达到 40000 m<sup>2</sup>，是常德目前最大型的物业。

(4) 招商意向：家润多有意向整体搬迁至该项目，其在常德的品牌号召力可以有效地促进销售。

## 2) 销售难点：

(1) 项目的主题商业尚未确定。

(2) 目前商业规划不符合商业市场规律：生活超市、流行百货和独立步行街多业态组合的大型综合性商业本应成为项目亮点，但在商业组织规划上却生硬地背离了商业本身的要求，人为制造的人流动线不符合人潮流动的规律，如生活超市往 4-5 层楼上放、1 层临街四面规划成环行骑楼式独立步行商业街等。

(3) 销售产品存在分摊高、管理费高、总价高等投资者的诸多心理瓶颈。

(4) 销售价格：开发商目前内部讨论单价最高 19800 元/m<sup>2</sup>，目标客户普遍认为较高。

(5) 物业形式：属商场内部门面，与常德商业投资者所能接受的传统临街铺位在产品上有较大差异，客户投资仍有待进一步引导。

## 2. 泓鑫商业中心

泓鑫商业中心位于武陵大道、育才路的交汇处。销售尚未开始，拟订于今年 11 月开盘，现正处于内部认购阶段。

### 1) 销售支撑点：

本项目有 60000 m<sup>2</sup> 近 400 户住宅物业，且周边还有其他高档住宅，此项目商业物业可成为高档住宅相应的商业配套。

### 2) 销售难点：

(1) 地理位置：偏离成熟商圈，商业氛围不够，人气不够。

(2) 建筑设计：为条形建筑，属于典型的先有产品后有商业的地产，因其建筑规划为招商带来了极大的困难。

(3) 人流动线：人流缺乏合理引导，无法有效集中人流。

(4) 商业规划：尚无明确的功能分区，企图根据登记客户的需求再行确定，这必然导致商业布局的盲目性、不合理性。

## 3. 滨江数码城

滨江数码城位于人民路东。分 A、B 区：A 区一至二层为商铺，已售罄，临街售价为 16000 元/m<sup>2</sup>，楼上为办公物业，均价 2800 元/m<sup>2</sup>；B 区还是一块空地，尚未对外销售。

### 1) 销售支撑点：

(1) 地理位置：处于常德成熟商圈，商业较为集中，有浓厚的商业氛围。

(2) 商业借势：与步行街、家润多紧密相连，能够借用人流；同时与国美电器在商谈，可能整体引进国美，届时将成为常德唯一中高品牌电器商场。

(3) 定位唯一：常德市中区商圈缺少一个品牌电器、通讯市场，该项目定位为数码城，有效地填补了这一市场空白。

## 2) 销售难点：

销售现场：缺少专业素质，且所开发的几个楼盘集中于一个售楼现场，缺少商业铺位的销售气氛，且销售人员服务态度较差。

## 4. 金钻广场

金钻广场位于人民路步行街段。销售初期推出 1-2 层物业、有局部 3 层套铺，其他均为保留物业，于 2002 年底推出物业销售率达 100%，同时封盘。现因新天地租赁 A1、A2 区 3-4 层，故现计划推出此位置产权式商铺，此次推出物业共计 14000 m<sup>2</sup>，销售单价预计 5000 元/m<sup>2</sup>，总价 5-10 万/间。年回报 12%，前 3 年租金一次性在首付中抵除。

### 1) 销售支撑点：

- (1) 地理位置：处于常德市中区商圈核心位置，商业氛围浓厚。
- (2) 商业规模：总建筑面积近 35000 m<sup>2</sup>，在中区商圈属于超大型商业物业。
- (3) 市场培育：市委宣传部重点招商引资项目，给予系列优惠政策。
- (4) 经营调整：现处于重新调整阶段，新天地、真优美、漂亮女人街二期计划于 05 年元旦开业。
- (5) 市政规划：步行街计划于 05 年通车，常德市步行街区将考虑整体向金钻广场内部迁移，其商铺有较大的投资空间。
- (6) 销售政策：新天地区块进行产权式铺位销售，提供返租，年回报 12%，前 3 年租金一次性在首付中抵除，针对小投资客户，设计低首付、低总价投资模式。

## 2) 销售难点：

(1) 人流动线：未在城市的主交通轴线上，项目内部的交通动线设计迂回，没有自然的通畅。

(2) 商业规划：规模太大，缺乏主题商业，无法有效带动商业。

(3) 经营劣势：商业经营未做起来，整体租赁率仅为 20%，其中一层租赁率 30%，一层租金从 1-12 万元/年/间不等，总体租金水平较低，直接导致投资客户的经济损失，部分投资客户因无法支付月供，现原价出售铺位，还有部分客户铺位已被银行查封。

## 5. 项目主要竞争对手竞争力分析

项目主要竞争对手综合指标对比分析表

|      | 金泰利商业广场 | 泓鑫商业广场 | 滨江数码城 | 金钻广场  |
|------|---------|--------|-------|-------|
| 位置   | 优于      | 劣于     | 优于    | 优于    |
| 规模   | 优于      | 优于     | 等于    | 优于    |
| 商业资源 | 劣于      | 劣于     | 劣于    | 优于    |
| 商气   | 优于      | 劣于     | 优于    | 优于    |
| 人气   | 优于      | 劣于     | 优于    | 优于    |
| 营销   | 优于      | 劣于     | 劣于    | 优于    |
| 形象进度 | 劣于      | 优于     | 优于    | 优于    |
| 价格水平 | ——      | 优于     | 优于    | 优于    |
| 竞争指数 | ★★★★    | ★★     | ★★★   | ★★★★★ |

注：“★”越多表示竞争力越强。

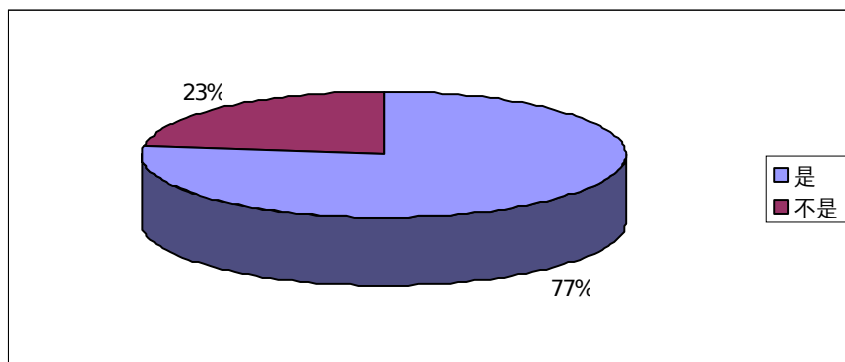
从上表可见，金泰利商业广场、金钻广场对本项目冲击力较大，滨江数码城、泓鑫商业广场次之。但从整体市场容量看，均存在市场分流的影响。

## 第三部分 常德商业消费特征 及消费力市场调研分析

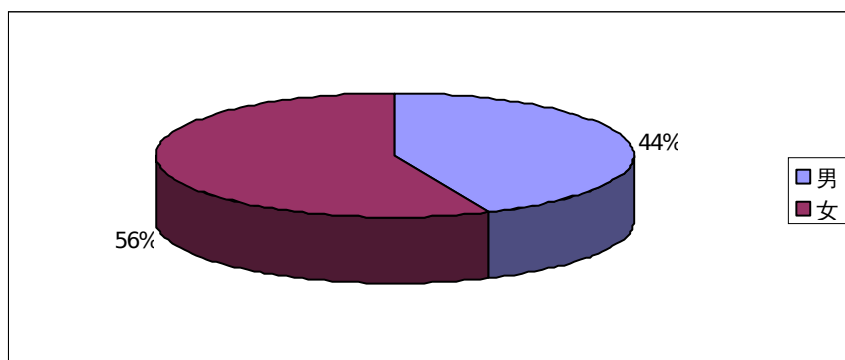
### 一．常德消费者个性研究

#### 1．数据分析报告

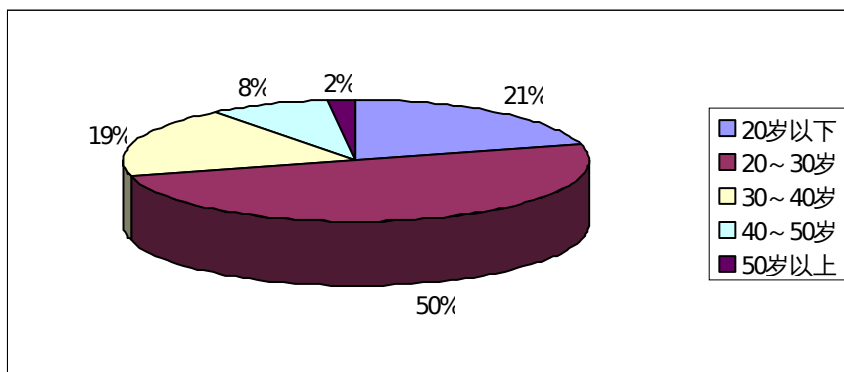
##### 1) 消费者地域结构比例



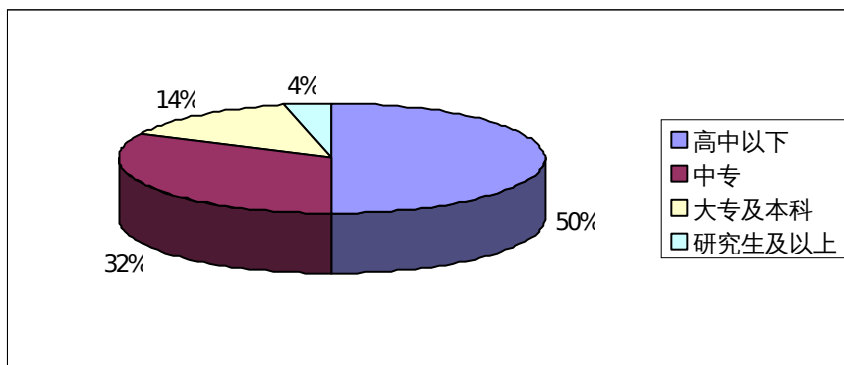
##### 2) 消费者性别结构比例



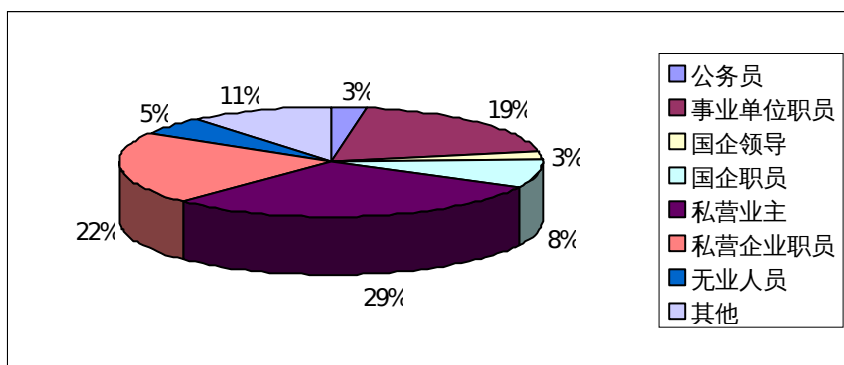
### 3) 消费者年龄结构比例



### 4) 消费者文化程度结构比例



### 5) 消费者职业结构比例



## 2. 综合评价及结论

### 1) 消费者绝大多数为本地人，外来人口较少

从消费者地域结构分析来看，其中 77%是本地人，23%是本地人。这说明常德外来人口较少，整个城市的购买力有限。

### 2) 消费者为女性为主、男性为辅

从常德消费者性别结构分析来看，其中 44%为男性，56%为女性。因此，可以做出如下的结论分析：

- (1) 商场将来的环境形象要兼顾男性、女性心理需求。
- (2) 商场将来的经营商品要兼顾男性、女性心理需求。

### 3) 消费者以中青年为主要购买群体

从定量数据分析报告可知,目前常德的消费者绝大多数为 40 岁以下的年轻人,其中 20 岁以下的占 21%,20~40 岁之间的占 69%。由这组数据,可以作如下的分析结论：

- (1) 商场的形象定位要以吸引中青年消费者为主。
- (2) 商场提供的商品要以满足这类消费者需求为主。

### 4) 消费者文化程度相对较高

常德消费者文化程度的一个最大特征就是中高文化程度占据了一半，其中，中专学历占了被访者的 32%，大专及本科学历占了为受调查人群的 14%，研究生及以上占了被访者的 4%。因此，可以得出一个结论：

中高档消费，包括生活用品、时装、饰品、中档电器等，将在较长的一段时间内占据商业经营品种的主流。建议在设定新商城形象模式的同时，充分考

考虑到商业消费者的这一特性。

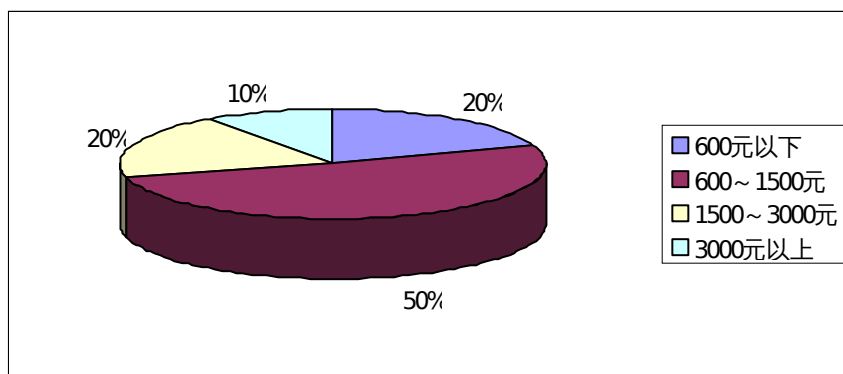
### 5) 消费者职业构成以私营业主为主

常德消费者职业结构的一个最大特征就是私营业主（包括个体户）占据了较大比例，为被访者的 29%。

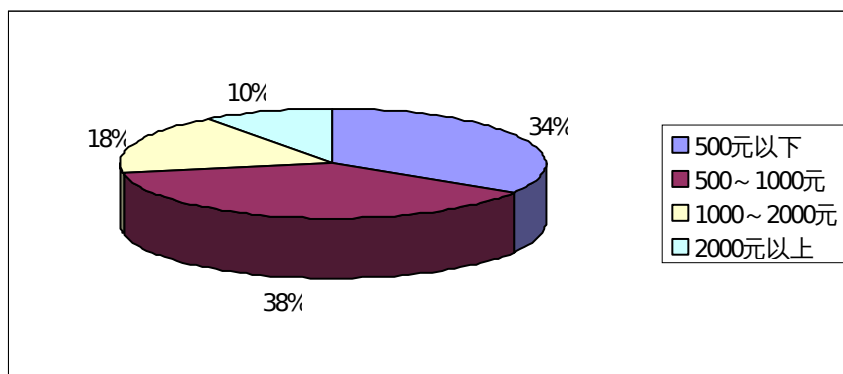
## 二．常德消费者消费力及消费习惯研究

### 1．数据分析报告

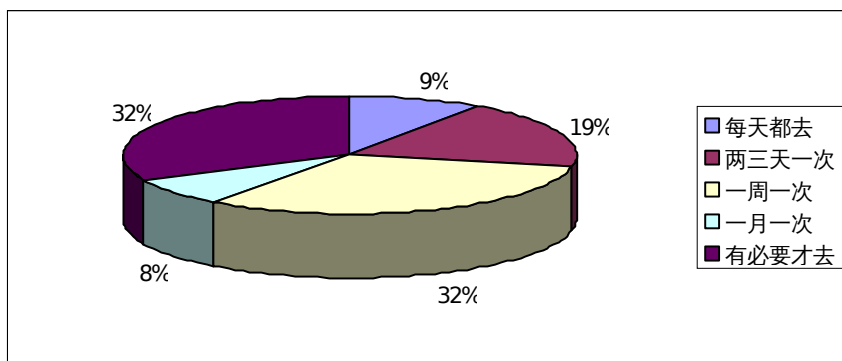
#### 1) 请问您的月收入是多少？



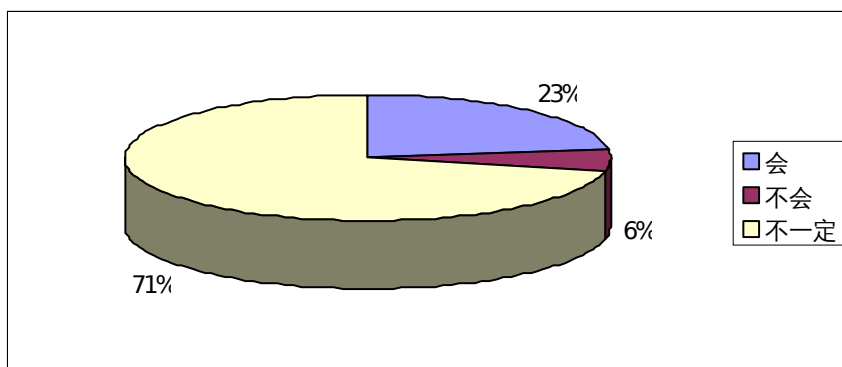
#### 2) 请问您的月支出是多少？



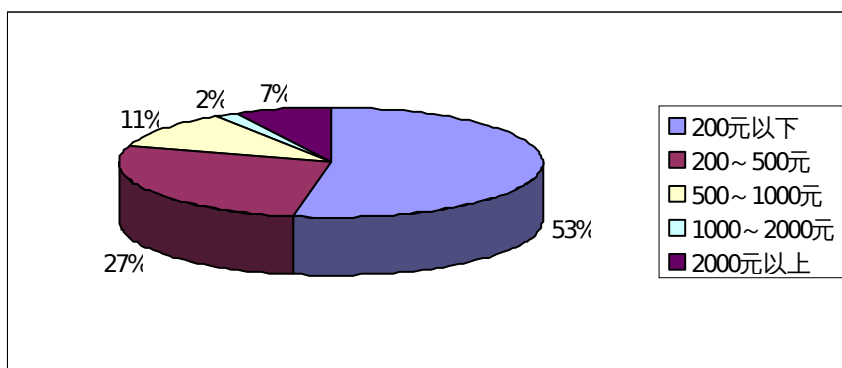
3) 请问您平均多久去逛一次街？



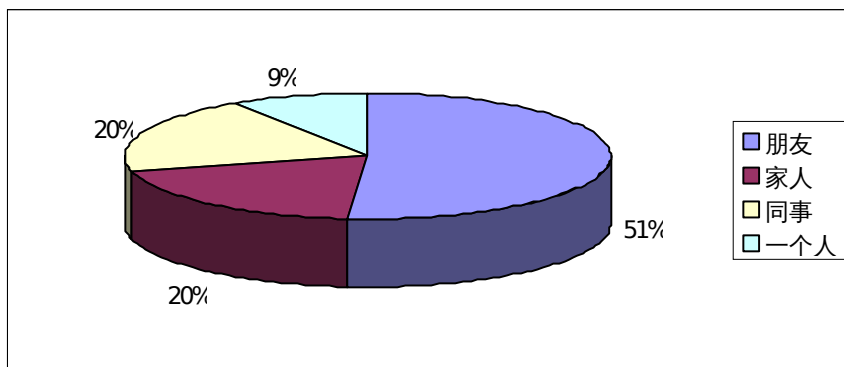
4) 请问您每次逛街都会购物吗？



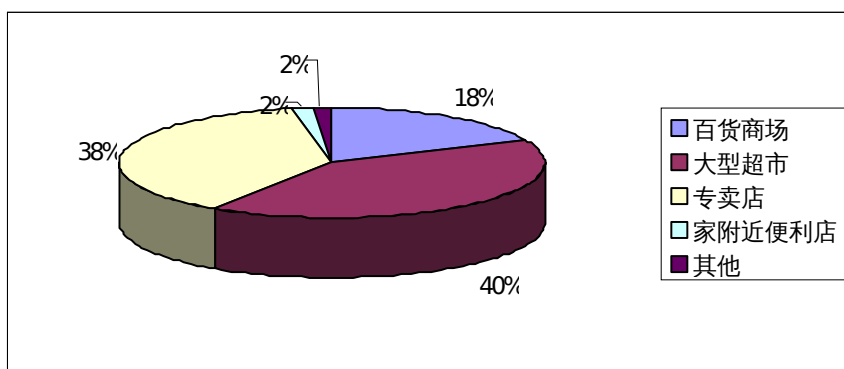
5) 请问您每次购物一般会花多少钱？



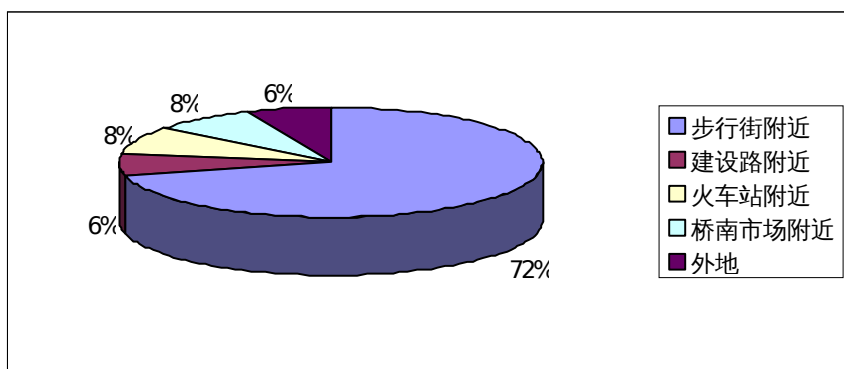
6) 请问您一般会 and 什么人一起去逛街？



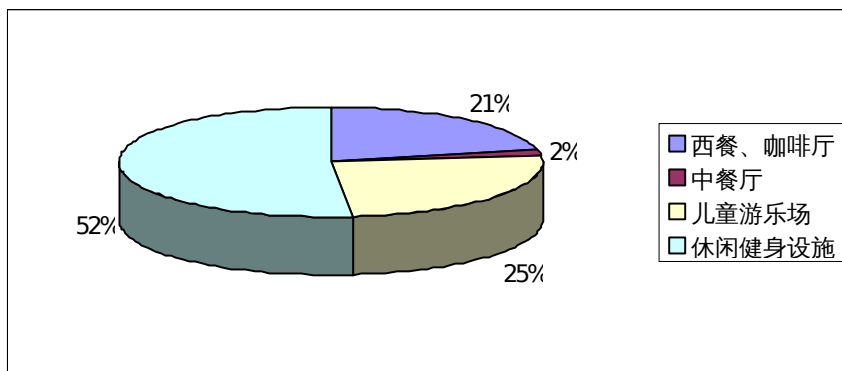
7) 请问您平时喜欢去什么类型的场所购物？



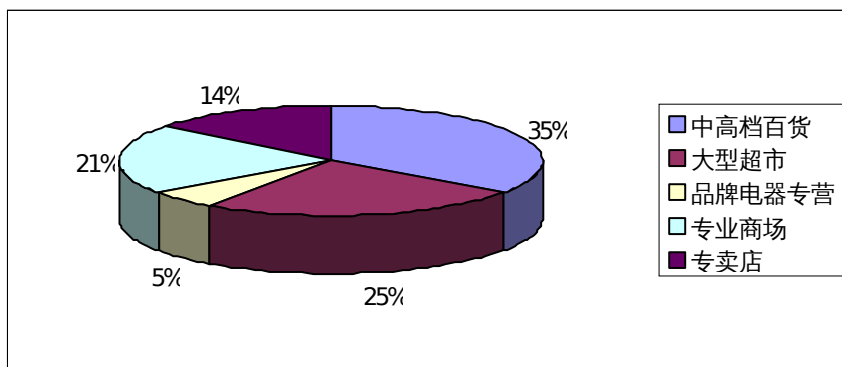
8) 请问下列地点您会选择去哪里购物？



9) 请问您觉得常德还缺少哪些配套设施吗？



10) 请问您觉得常德还缺少哪些商业类型？



## 2. 综合评价及结论

### 1) 常德市民月收入居于中等偏上水平

抽样调查数据显示，常德人的月收入居于中等水平，其中，月收入在 600 元以下的仅为被访者的 20%，月收入在 600~1500 元占据了 50%，而月收入在 1500 元以上的占到了被访者的 30%。由此可以得出结论，常德有相当一部分的中高收入群体。

### 2) 常德市民月支出居于中等偏上水平

抽样调查数据显示，目前绝大多数常德人的月支出在 1000 元以下，占到

被访者的 72%，其中 38% 的被访者月支出在 500 ~ 1000 元之间。

### 3) 常德市民消费习惯以满足生活需求为主

抽样调查数据显示，目前常德消费者习惯于有必要才去逛街和一周去逛一次街，比例各占被访问者的 32%。因此，根据以上的数据可作出以下分析：

可塑性大的商业布局方式与商业物业立面，在将来可能的竞争市场中，会使商场有更大的变化空间与竞争活力。

### 4) 常德市民消费心理冲动性较大

抽样调查数据显示，冲动性购买行为的成分很大，明确表示每次逛街不会购物仅占到被访者的 6%。因此可以得出如下结论：

商业经营场地的情景营销力度是否到位，对最终营业额将有不可忽视的影响。

### 5) 常德市民消费能力整体偏高

抽样调查数据显示，常德消费者的整体消费能力偏高。与同等经济水平城市相比，常德仅有 53% 的被访者一次购物不会超过 200 元，47% 的被访者均在 200 元以上，其中超过 1000 元的就占到了被访者的 9%。由以上数据，可得出如下结论：

未来商场的消费档次应以中高档为主。

### 6) 常德市民消费群体以与同事、朋友一起为主

此命题旨在了解未来商场应具备什么样的配套功能来满足消费者的各种需

求。抽样调查数据显示，与同事和朋友一起逛街占了被访者的 71%，而与家人一起逛街的占到了被访者的 20%。由此可得出结论：

- (1) 商场功能设计应考虑各种炫耀型消费的需求，同时兼顾亲情化需求。
- (2) 商场配套设计应考虑到适当的休闲娱乐场所。

#### 7) 常德市民消费观念仍停留在沿街购物的层面上

抽样调查数据显示，愿意去大型超市购物的消费者占 40%，去专卖店的占 38%，去百货商场的占 18%。由此可见，常德消费者的观念仍停留在沿街购物的层面上，但对专卖店的热衷又证明常德消费者的品牌消费意识较强，这样看来，百货商场应该有广阔的市场，但现有百货商场并不被看好，其主要原因是形象太差、脏乱差、货品不齐等。由此，可以得出如下结论：

商场营销，一定要塑造良好的形象，对商场前景的描述一定要得力。同时加强对百货业态消费意识的引导。

#### 8) 常德市民以中区商圈为首选购物地点

此命题的前提是三大商圈。抽样调查数据显示，以步行街为核心的中区商圈是常德市民的首选购物地点，占到了被访者的 72%，而桥南商圈和火车站商圈的消费群体远远低于这一水平。但仍有小部分城区消费者向后两个商圈流动，其中，桥南市场虽然购物环境差，但因其是品牌服饰的总经销点和批发点，比市区折扣要低，也吸引了小部分的消费者。另，去外地购物的消费者占到了被访者的 6%，此部分消费者属于高端消费群体，认为常德现有商业无法满足其消费需求。由此，可以得出如下结论：

要在常德城区成功运作中高档大型商场，必须在品牌组织上考虑自带部分

品牌，以改变消费群体对常德商业的整体印象。

#### 9) 消费者大多数认为常德缺少休闲健身配套需求

抽样调查数据显示，52%的被访者认为常德缺少休闲健身设施，25%的被访者认为常德缺少儿童游乐场。由此，可以得出如下结论：

在本项目功能规划时，可适当考虑消费者这一需求。

#### 10) 消费者大多数认为常德缺少中高档百货及大型超市

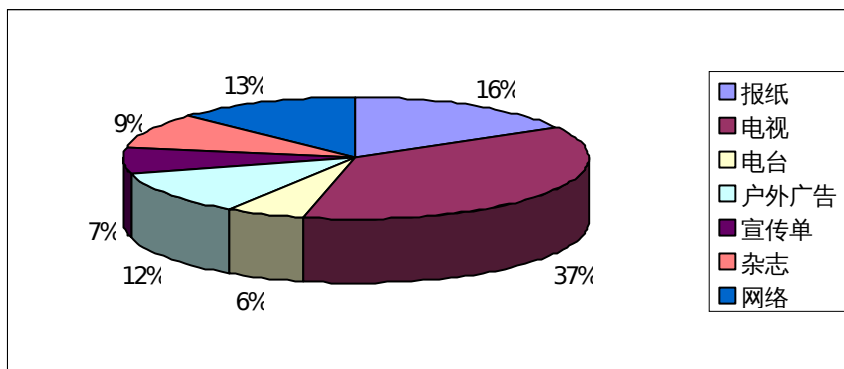
抽样调查数据显示，35%的被访者认为常德缺少中高档百货，25%的被访者认为常德缺少中大型超市，21%的被访者认为常德缺少专业市场，还有14%的被访者认为常德缺少专卖店。可见，常德消费者迫切需要购物环境好、质量有保证、品牌组织中高档的商业。由此可得出如下结论：

购物环境好、质量有保证、品牌组织中高档的商业有较为广阔的市场前景。

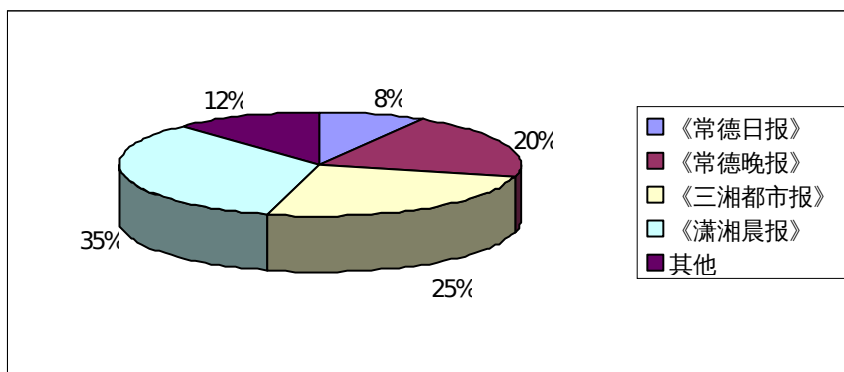
### 三．常德消费者媒体阅读习惯研究

#### 1．数据分析报告

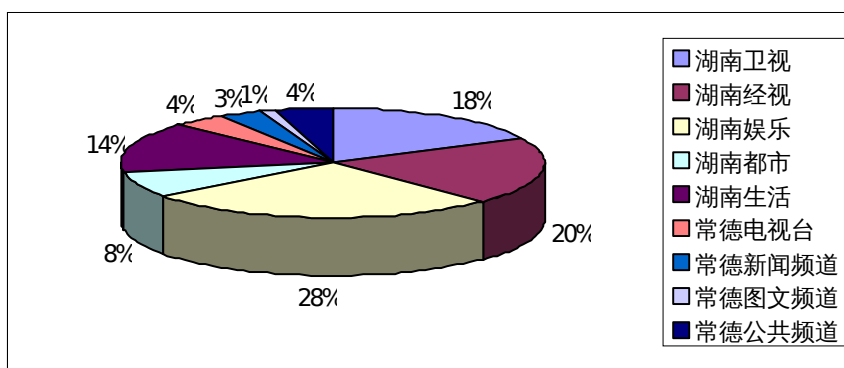
1) 请问您通过什么途径获得广告信息？



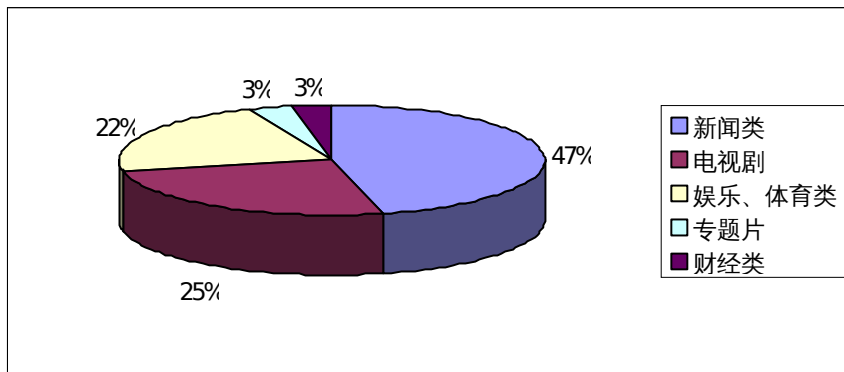
2) 请问您一般看什么报纸？



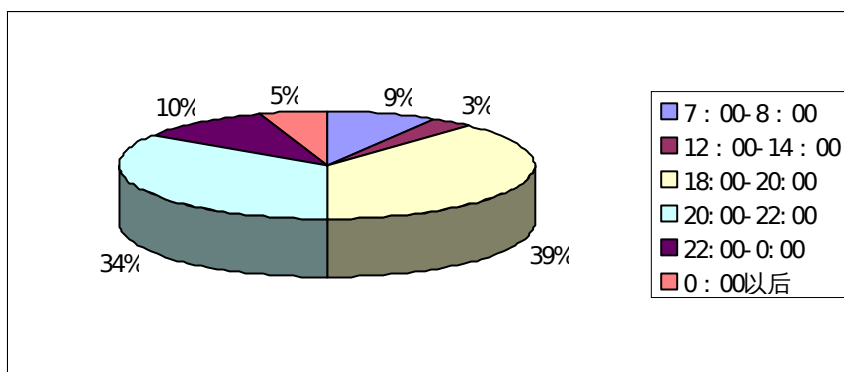
3) 请问您一般看什么电视？



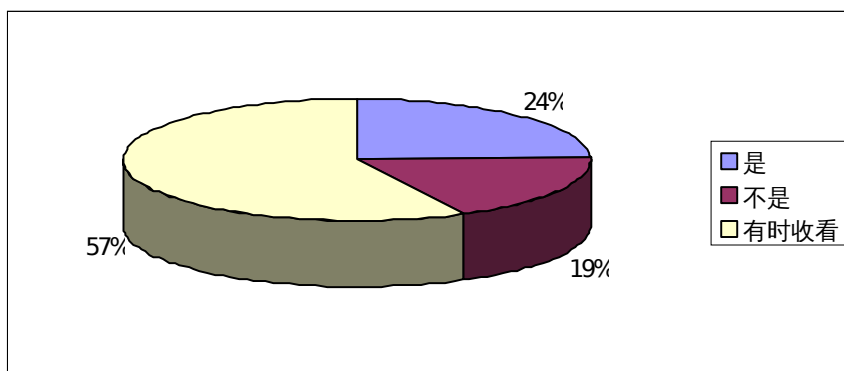
4) 如果您收看常德本土电视，请问您一般收看什么节目？



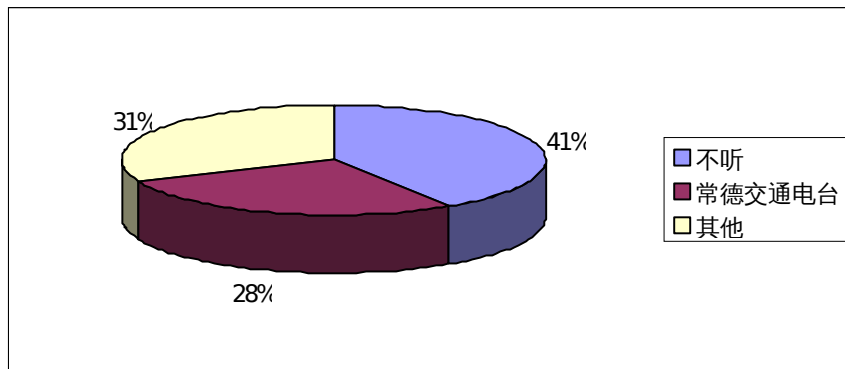
5) 请问您一般在什么时间段收看电视？



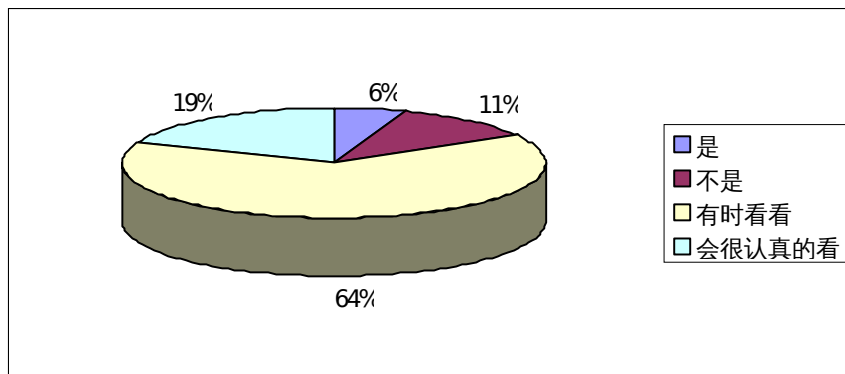
6) 请问您是否留意电视栏目中的广告？



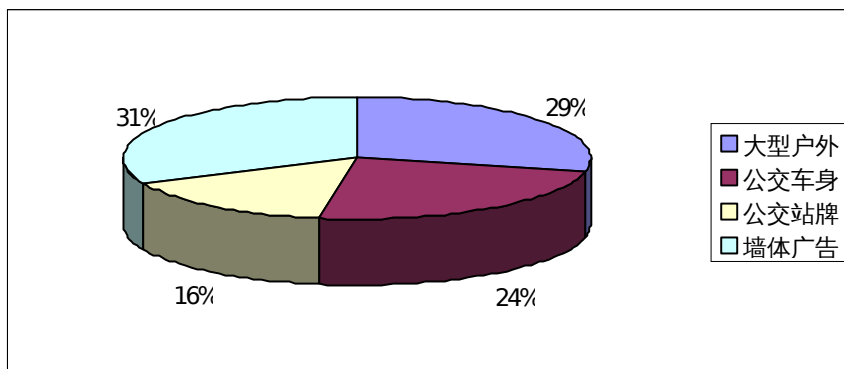
7) 请问您收听哪些电台节目？



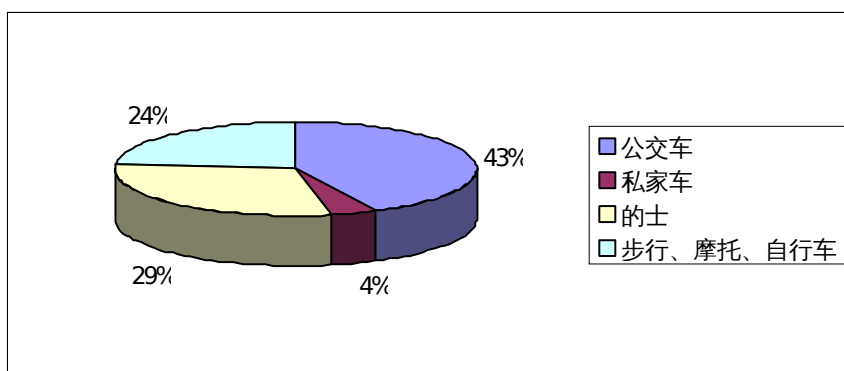
8) 请问您是否留意户外广告？



9) 请问您觉得哪些户外广告吸引您？



10) 请问您日常出行的交通工具？



## 2. 综合评价及结论

1) 消费者获得广告信息的途径以电视、报纸广告为主

此项命题的意义在于为我们的广告投放寻找合适的媒体。抽样调查数据显示，常德消费者有 37%通过电视获得广告信息，16%通过报纸获得广告信息，13%通过网络获得广告信息，12%通过户外获得广告信息。这在一定程度上表明了常德广告信息发布渠道的扁平性。

2) 消费者报纸媒体阅读习惯以《潇湘晨报》、《三湘都市报》为主

抽样调查数据显示，常德本土报纸的阅读率远远低于外来报纸，其中，

《常德日报》的阅读群体仅占到被访者的 8%，《常德晚报》的阅读群体占到被访者的 20%，而《潇湘晨报》的则达到了 35%，《三湘都市报》达到了 25%。因此，在报纸媒体的选择上，应考虑外来报纸，结合成本因素，可选择外地报纸在常德本土的夹页广告。

### 3) 消费者电视媒体阅读习惯以省级及长沙市级电视媒体为主

抽样调查数据显示，省级电视媒体及长沙市级电视媒体基本垄断了常德电视观众。其中，收看娱乐频道的占到了被访者的 27%，收看湖南经视的为 20%，收看湖南卫视的为 18%，收看生活频道的为 14%。而本土电视台中，常德新闻综合台仅 8%，常德公共频道仅 4%，常德图文信息仅 1%，共计 13%，远远低于省级及长沙市级电视媒体。

因此，在电视媒体的选择上，可考虑外地电视媒体的切播广告，而本土电视台则主要考虑常德新闻综合频道。

### 4) 消费者对常德本土电视节目以新闻类为主

抽样调查数据显示，在收看常德本土电视的部分电视观众中，47%收看新闻类节目，25%收看电视剧，22%收看娱乐、体育类节目，专题节目、财经节目各为 3%。

因此，若选择常德本土电视，首选新闻类节目插播广告。

### 5) 消费者观看电视时段以 18:00-20:00 之间为主

抽样调查数据显示，18:00-20:00 收看电视的占到了被访者的 39%，20:00-22:00 收看电视的为 34%，其他时间段仍有部分电视观众，但

数量较少。

因此，在电视广告投放上，应结合这一因素考虑。

#### 6) 消费者对电视广告排斥心理不大

抽样调查数据显示，57%的被访者并非完全排斥电视广告，而会根据心情、兴趣选择性收看广告，24%的被访者较为关注电视广告，对电视广告完全排斥的仅占到了被访者的19%（这类观众遇电视广告即转频道）。

因此，在广告投放中，如何抓住这一大部分人的目光，应该是我们应该考量的一个问题。

#### 7) 消费者广播媒体收听习惯以本土电台为主

抽样调查数据显示，41%的被访者完全不听电台节目，剩余59%的电台听众中，仅31%收听常德交通电台，而28%则收听其他电台（长沙市级电台等）。这在一定程度上反映常德因外来人口较少、商业流通不够顺畅，导致交通阻碍并不严重，从而直接导致常德交通电台的收听率。

#### 8) 消费者户外广告阅读习惯随意性较大

抽样调查数据显示，6%的被访者会留意户外广告，64%的被访者有时会看看户外广告，19%的被访者会很认真地看户外广告，11%的被访者拒绝看户外广告。这说明户外广告所含概的信息量不能多，但必须有足够的冲击力才能引发受众对它的关注。

#### 9) 消费者对于户外广告载体的接受程度以墙体广告、大型户外为主

抽样调查数据显示，在户外广告的载体形式上，31%的被访者认为墙体广告更能吸引他，29%的被访者认为大型户外广告更能吸引他，24%的被访者认为公交车身广告更为吸引人，16%的被访者认为公交站牌广告更为吸引人。

#### 10) 消费者日常出行方式以公交车为主、的士为辅

此命题亦为我们选择广告媒体提供了依据。抽样调查数据显示，43%的被访者出行选择乘坐公交车，29%的被访者出行选择的士，4%的被访者有私家车，剩余 24%选择步行、自行车、摩托车。

因此，公交车、的士所涉及的广告形式可以适当考虑。

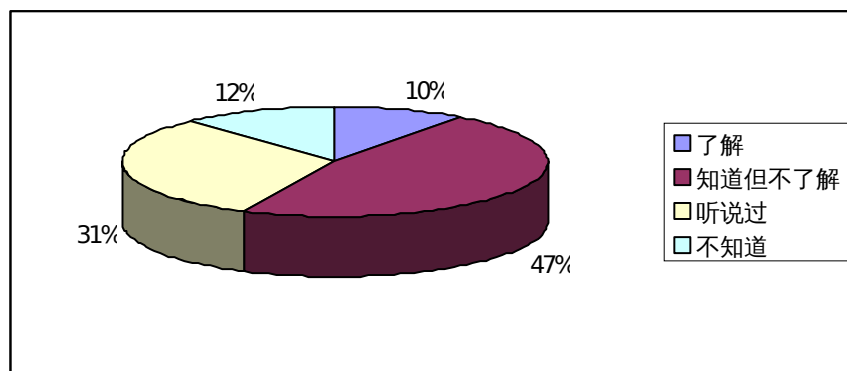
## 第四部分 常德平和商业广场

### 消费者定性调研分析

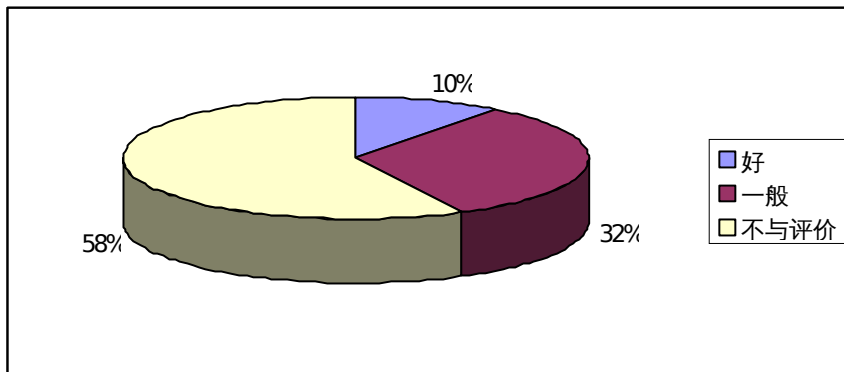
本项目相关情况的定性调研是在商业经营群体中展开，从被访者商业经营的角度衡量本项目在他们心中的商业价值。

#### 一．项目概念测试

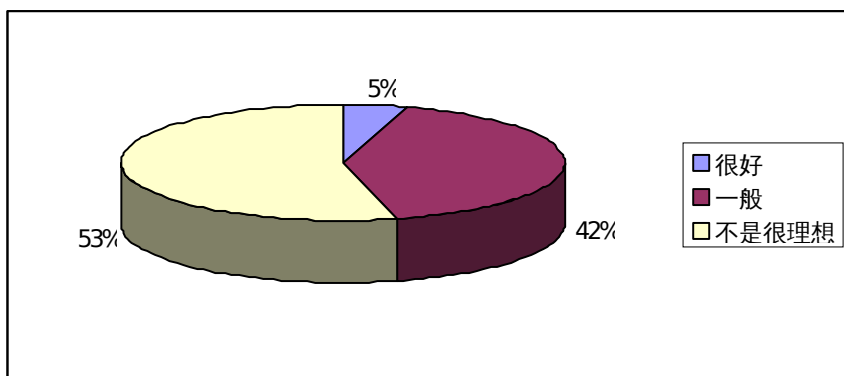
1．请问您知道平和商业广场吗？



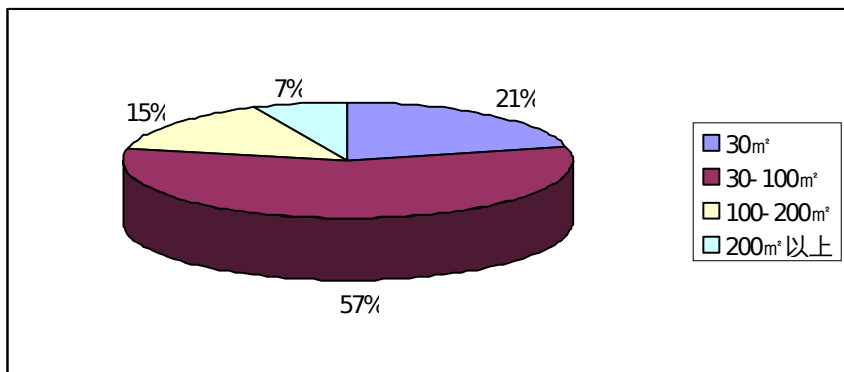
2．请问您对平和商业广场的印象？



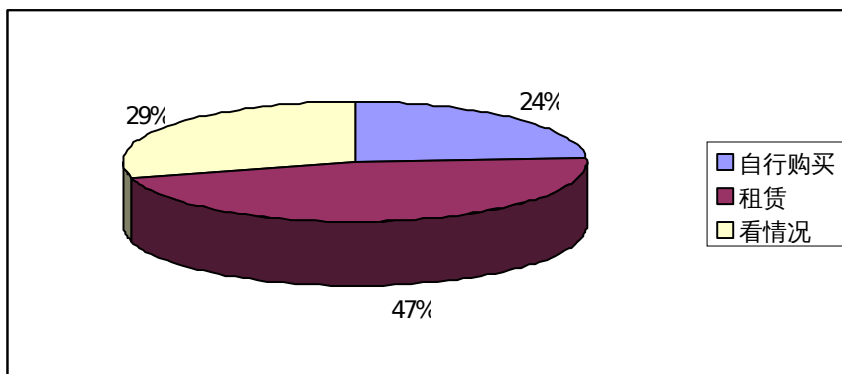
3. 请问您认为平和商业广场所处的地段如何？



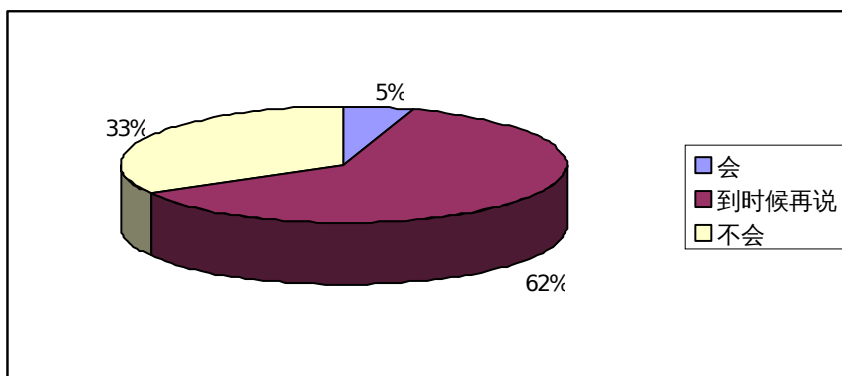
4. 请问您理想的铺位面积是多少？



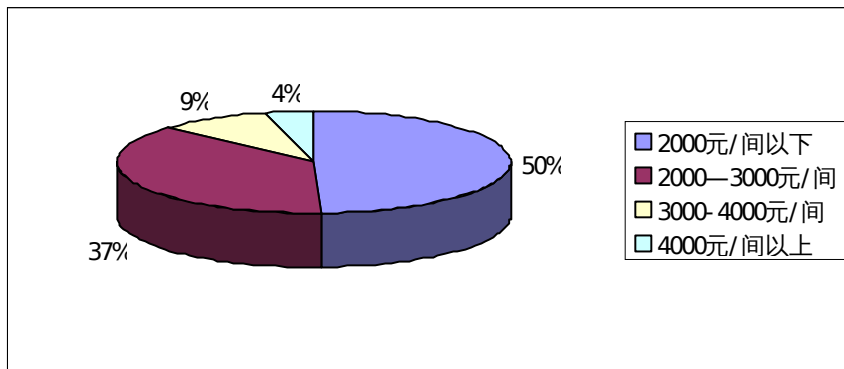
5. 请问您近两年打算以什么方式取得铺位经营？



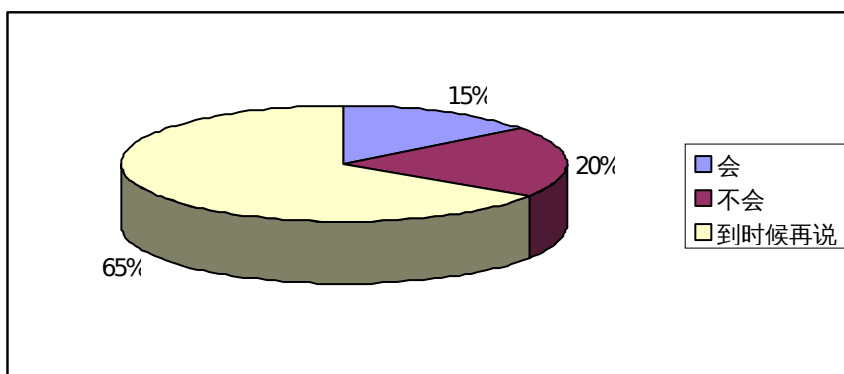
6. 如果您打算租赁经营，请问您是否会考虑进驻平和商业广场？



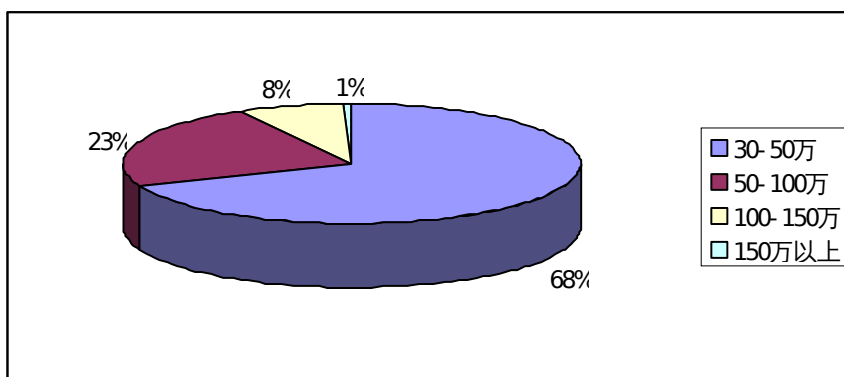
7. 如果您打算租赁经营，请问您所能承受的月租金水平是多少？



8. 如果您打算自购铺位经营，请问您是否会考虑购买平和商业广场铺位？



9. 如果您打算自购铺位经营，您所能承受的铺位总价是多少？



## 二．综合评价及结论

### 1．本项目在经营户中具备知名度，但并不具备认知度

抽样调查数据显示，47%的被访者知道但不了解，31%的被访者仅听说过，12%的被访者表示不知道，仅10%的被访者对本项目有所了解。这表明本项目在常德市场仅具备知名度，但并不具备认知度。

### 2．经营户对本项目品牌好评度较低

抽样调查数据显示，50%的被访者不予评价，28%的被访者认为一般，仅10%的被访者认为平和商业广场不错，但该好评是针对平和堂进驻而言，认为长沙平和堂经营状况较好，若进驻能带动项目商业经营。

### 3．经营户对本项目所处地段认可度较低

抽样调查数据显示，53%的被访者认为本项目所处地段不是很理想，主要原因是商业氛围不浓、人气不旺；42%的被访者认为本项目地段一般；5%的被访者认为本项目地段较好，面临城市主干道，临近步行街，形象面较好。

### 4．经营户理想的铺位面积在 30-100 m<sup>2</sup> 之间

抽样调查数据显示，57%的被访者理想的铺位面积 30-100 m<sup>2</sup>，21%的被访者理想的铺位面积 30 m<sup>2</sup> 以下，15%的被访者理想的铺位面积 100-200 m<sup>2</sup>。

### 5．经营户中有相当一部分潜在购买群体

抽样调查数据显示，47%的被访者打算以租赁方式取得铺位经营，24%的被访者打算以自购方式取得铺位经营，29%的被访者看情况再说。这在一定程度上反映常德经营户中有相当一部分的潜在购买群体。

#### 6. 经营户进驻项目不定性较大

抽样调查数据显示，62%的被访者看情况再说；33%的被访者明确表示不会，主要原因是商场经营成本过高，且不看好本项目的整体经营环境；仅5%的被访者明确表示会。

#### 7. 经营户租金承受水平相对适中

抽样调查数据显示，50%的被访者所承受的月租金在2000元/间以下，37%的被访者所承受的月租金在2000-3000元/间，9%的被访者所承受的月租金在3000-4000元/间，9%的被访者所承受的月租金在4000元/间以上。

#### 8. 经营户购买本项目铺位意向不定性较大

抽样调查数据显示，65%的被访者看情况再说；20%的被访者明确表示不会，主要原因是不认可商场铺位，而愿意选择临街门店，并表示对本项目后期商业经营管理的疑虑；另，15%的被访者明确表示会。

#### 9. 经营户总价承受水平相对较低

抽样调查数据显示，68%的被访者所能承受的铺位总价在30-50万元，23%的被访者所能承受的铺位总价在50-100万元之间，8%的被访者所能承受的铺位总价在100-150万元之间，仅有1%的被访者所能承受的铺位总价在

150 万元以上。

### 三、小组座谈会的定性分析

针对常德平和商业广场项目，我司就项目实际问题组织了座谈会，参会人员的行业比例以市场为依据，涉及：服装、皮具、餐饮、IT、副食、百货等各行业，基本能代表常德市的商业现状。我方就消费特性、经营环境、商业现状等问题与参会人员进行了交流。

#### （一）消费特性

1．常德市购物环境近几年发展较为缓慢。品牌商品的稀缺到丰富，消费层次的单一性到多样性，经历了一段较为漫长的时间。

2．常德市内缺少中高档消费场所，常德市中高档消费群体多数仍选择去异地购物，如长沙等地，而县区中高消费群体则认为常德市内场所能够满足其购物需求。

3．常德市民逐步接受了比较新兴的商业形态，喜欢去超市购物。但因现有商场、超市定位与外界相差不大，所以服装、电器等产品依然采取专卖店购买。

4．常德市民整体品牌消费意识不够，对本地品牌的认知度远远大于外地品牌。

5．常德市民的消费遗憾：缺少中高档次的餐饮场所、缺少一站式的购物中心、缺少专业水准的健身场所。

## (二) 经营环境

1. 常德商业集中以人民路步行商业街区为中心，建设路及武陵大道、郎州路为周边辅助商业。

2. 常德定位为湘西北中心城市对于商业经济有一定的带动作用。

3. 参会者大都满意现有的经营业绩，认为虽然竞争激烈，但用心经营仍能盈利，但普遍表示现在生意没有前几年好做，加上近年来各种投资热导致市民可支配收入下降。

4. 外来资本不可忽视。江浙一带商家有相当数量在常德做生意，且具有较好投资眼光。

5. 外地返常人士数量较大，且具有良好的资金实力及投资欲望。此部分客户投资较为成熟，对于生活、投资均有较高要求。

## (三) 项目认知

1. 普遍表示项目地段不是很理想，商业氛围不够浓厚，但是有好的经营管理也会考虑进驻。另一方面，认为该地段交通不便利，路口红绿灯影响私家车购物群体，同时公交系统也远不如家润多附近便利。

2. 常德商业竞争激烈，商场经营状况不佳。要想在竞争中脱颖而出，必须在经营管理上加大力度，提高项目档次，才能有效吸引消费群体。建议本项目增添如下配套设施：肯德基或麦当劳、西餐厅。

3. 从商业类型来看，大型百货商场是参会者较认同的适合项目地块的商业类型。

4. 从建筑立面来看，普遍认为较为新颖夺目，容易成为常德的视线焦点。

5. 从建筑平面来看，觉得缺少大型停车场，缺少地面停车位。

6. 从功能分区来看，觉得特色经营可以放楼上，以提升楼上的经营价值。

因常德地小物薄，特色经营将引发常德市民的强烈好奇心，从而引导人流。

7. 从进驻意向来看，如果本项目规划超前、经营管理出色、参会者对于进驻本商场会予以考虑。租金并不是决定的主要因素，但也表示，价格会影响他们选择是否决定进驻项目。

## 第二章 常德办公物业市场

### 背景环境调研报告

#### 第一部分 常德办公物业市场

##### 背景环境调研分析

#### 一、常德市宏观经济环境分析

##### (一) 常德市国民经济现状

| 国民经济发展指数          |              | 数额         | 同比增长幅度 |
|-------------------|--------------|------------|--------|
| 工资<br>指数          | 职工工资总额       | 286610 万元  | 18.5%  |
|                   | 职工平均工资       | 11236 元/年  | 21.6%  |
| 金融<br>指数          | 金融机构城乡居民储蓄存款 | 2036693 万元 | 22.9%  |
| 社会消<br>费品零<br>售总额 | 批发、零售贸易业     | 946357 万元  | 13.1%  |
|                   | 餐饮业          | 165855 万元  |        |
|                   | 其他           | 312680 万元  |        |

常德的总体居民收入水平虽然在整个湖南地区处于中等，但消费水平远超

出其收入水平，是个仅次于长沙的典型消费城市，这说明常德城镇居民有较强的消费实力和投资实力。

## (二) 常德市办公物业市场的供求现状

### 1. 常德办公物业供应现状

| 办公物业相关指数    | 数额                   | 同比增长幅度 |
|-------------|----------------------|--------|
| 2004 年度投资总额 | 5250 万元              |        |
| 2004 年度施工面积 | 65640 m <sup>2</sup> |        |
| 2004 年度竣工面积 | 52640 m <sup>2</sup> |        |
| 2005 年度施工面积 | 20000 m <sup>2</sup> | -62%   |

### 2. 常德市办公物业市场的销售及需求现状

| 办公物业相关指数          | 数额                    | 同比增长幅度 |
|-------------------|-----------------------|--------|
| 2004 年度施工面积       | 65640 m <sup>2</sup>  |        |
| 2004 年度销售面积       | 47300 m <sup>2</sup>  |        |
| 中国联通、中信网络等大公司需求面积 | 28000 m <sup>2</sup>  |        |
| 其它小公司的需求面积        | >15000 m <sup>2</sup> |        |
| 需求小计              | >43000 m <sup>2</sup> | -9.1%  |

### 总结：

常德的办公物业市场不稳定，市场处于起步阶段；2004 年—2005 年市场需求量远大于市场供应量，存在较大的发展空间。

## 二. 常德市办公区域分布及特征调查分析

### (一) 常德市办公区域的划分

#### 1. 商务办公区域

## 1) 概况

以武陵大道为轴、以建设西路东 500 米、西 200 米区域内为常德市商务办公中心，集中了常德最多的办公物业及最好的办公物业；该中心的周边配套齐全，交通方便，办公物业建筑有自己一定的特色，再加上常德的城市中心往武陵大道转移，逐步形成常德的 CBD（中央商务区）。

## 2) 主要办公物业

| 办公物业名称     | 位置                | 办公环境                          |
|------------|-------------------|-------------------------------|
| 首创大厦       | 位于常德步行街与武陵大道交汇处东侧 | 形象有些杂乱，档次低<br>没有办公物业管理和物业服务   |
| 迅华大厦       | 位于育才路与武陵大道交汇处北侧   | 有正门和大堂,形象稍好<br>办公物业管理和物业服务不到位 |
| 广宇大厦       | 建设西路与朗州路交汇处西北侧    | 没有正门,形象一般,没有办公物<br>业管理和物业服务   |
| 华天酒店       | 武陵大道,农业银行对面       | 有正门和大堂,形象较好<br>办公物业提供酒店式管理和服务 |
| 平和商业项目办公物业 | 建设西路与武陵大道交汇处西南侧   |                               |

### 区域评价：

该地段为常德酒店、商业、办公物业、中式饮食、西式咖啡厅休闲娱乐等多种行业汇聚的地方，且档次较高，消费力强，加之交通便利，是常德 CBD 的发展首选。

## 2、行政办公区域

### 1) 概况

位于武陵大道，柳叶路，郎州路之间，是常德的行政办公中心，集中了常德十多家办公、办公物业；该中心的周边配套不全，交通方便度一般，办公物业建筑有自己一定的特色；

## 2) 主要办公物业

中国移动大厦、教育局办公楼、建设局办公大楼、国税局办公大楼

地税局办公大楼、消防指挥中心、交警指挥中心等

| 办公物业名称  | 位置                              | 物业现状                    |
|---------|---------------------------------|-------------------------|
| 中国移动大厦  | 位于洞庭大道与武陵大道交汇处东北侧<br>300M       | 已投入使用1年多                |
| 教育局办公楼  | 位于洞庭大道与武陵大道交汇处西北侧<br>200M       | 已封顶,计划2005年4月<br>投入使用   |
| 建设局办公大楼 | 位于洞庭大道与武陵大道交汇处东北侧<br>200M,教育局对面 | 已投入使用3年多                |
| 国税局办公大楼 | 武陵大道与柳叶路交汇处东北侧 200M             | 是老物业,开有八百里酒店            |
| 地税局办公大楼 | 武陵大道与柳叶路交汇处东南侧 40M              | 11月封顶,计划2005年6<br>月投入使用 |
| 消防指挥中心  | 武陵大道与柳叶路交汇处东南侧 400M             | 今年封顶                    |
| 交警指挥中心  | 武陵大道与柳叶路交汇处东北侧 40M              | 已装修到第4层,计划今年<br>完工      |

### 区域评价:

该地段在常德市发展规划为行政办公区域,这2-3年,政府相关部门逐步向该区域迁移,但交通及办公配套有待于完善。

## (二) 近两年内常德办公物业的发展特点

### 1. 办公楼档次不断提高,形象不断提升

常德的办公物业总体而言分三个层次：

| 办公物业档次/代表物业           | 特点                                 | 不足之处            |
|-----------------------|------------------------------------|-----------------|
| 第一代办公物业<br>常德宾馆办公区域   | 只是提供一个办公空间，配备基本的卫生和打字功能            | 形象杂乱，陈旧，<br>档次低 |
| 第二代办公物业<br>迅华大厦、首创大厦  | 有 100 m <sup>2</sup> 的大堂，配备一定的监控系统 | 办公物业管理和物业服务不到位  |
| 第三代办公物业<br>常德平和项目办公物业 | 智能化、专业化的带园林绿化的真正的办公物业              |                 |

市场的发展，许多公司越来越注重形象，需要形象好，物业服务好的高档办公物业。

## 2. 办公物业销售/租赁价格稳步上升

近两年，常德的办公物业租售两旺，市场活跃：

| 物业名称 | 销售情况                              | 租赁情况                      |
|------|-----------------------------------|---------------------------|
| 首创大厦 | 2003年5月-8月均价：1600元/m <sup>2</sup> | 租金：18元/m <sup>2</sup>     |
|      | 2004年10月尾盘均价：1720元/m <sup>2</sup> | 物业管理费：0.8元/m <sup>2</sup> |
|      | 销售率>95%                           | 出租率>70%                   |
| 迅华大厦 | 2003年年初均价：2200元/m <sup>2</sup>    | 租金：15--20元/m <sup>2</sup> |
|      | 2004年10月尾盘均价：2300元/m <sup>2</sup> | 物业管理费：1.2元/m <sup>2</sup> |
|      | 销售率>88%                           | 出租率>86%                   |
| 广宇大厦 | 2003年均价：2100元/m <sup>2</sup>      | 租金：16--20元/m <sup>2</sup> |
|      | 2004年10月尾盘均价：2350元/m <sup>2</sup> | 物业管理费：1.5元/m <sup>2</sup> |
|      | 销售率>98%                           | 出租率>70%                   |

上表说明：2003年—2004年，办公物业价格平均上涨120元---250元，上涨幅度5%--12%。

## 第二部分 常德市办公物业

### 市场调研分析

#### 一．常德市办公物业的供给结构及供给总量

| 楼盘名称  | 办公物业<br>总 量<br>(m <sup>2</sup> ) | 供给结构                            | 2004 年<br>销售存量      | 2004 年-05 年<br>新增量   |
|-------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------|----------------------|
| 首创大厦  | 16800 m <sup>2</sup>             | 40--217 m <sup>2</sup> 的单间销售为主  | 840 m <sup>2</sup>  |                      |
| 迅华大厦  | 4600 m <sup>2</sup>              | 40--102 m <sup>2</sup> 的单间销售为主  | 552 m <sup>2</sup>  |                      |
| 广宇大厦  | 21240 m <sup>2</sup>             | 25--145 m <sup>2</sup> 的单间销售为主  | 425 m <sup>2</sup>  |                      |
| 美景大厦  | 10000 m <sup>2</sup>             | 109--177 m <sup>2</sup> 的单间销售为主 | 2000 m <sup>2</sup> |                      |
| 平和项目  |                                  |                                 |                     | 14207 m <sup>2</sup> |
| 其它    |                                  |                                 |                     | <4000 m <sup>2</sup> |
| 小计    |                                  |                                 | 3817 m <sup>2</sup> | 18207 m <sup>2</sup> |
| 供应量合计 |                                  |                                 |                     | 22024 m <sup>2</sup> |

常德办公物业市场租售两旺，特别是 2004—2005 年常德办公物业的供应量 <23000 m<sup>2</sup>（2003-04 年办公物业供应量 52640 m<sup>2</sup>，基本消化完），没有任何项目与本项目竞争（办公物业部分），而且近 4 年常德的经济的发展，一部分公司不断发展，壮大，对办公物业的要求越来越高，建设现代型的高档办公物业非常必要。

#### 二．常德市办公物业面积分割对比分析

| 项目名称  | 办公物业面积              | 主力单元面积                  | 销售率 | 客户类型     |
|-------|---------------------|-------------------------|-----|----------|
| 首创大厦  | 16800m <sup>2</sup> | 130---160m <sup>2</sup> | 95% | 投资客：>85% |
| 迅华大厦  | 4600m <sup>2</sup>  | 40---100m <sup>2</sup>  | 88% | 投资客：>70% |
| 广宇大厦  | 21240m <sup>2</sup> | 50—120m <sup>2</sup>    | 98% | 投资客：>80% |
| 美景大厦  | 10000m <sup>2</sup> | 110--170m <sup>2</sup>  | 80% | 投资客：>70% |
| 合计/平均 | 52640m <sup>2</sup> |                         |     |          |

从上表可见，目前常德办公物业的面积分割主要集中在三个区间：40--60m<sup>2</sup>、80--110m<sup>2</sup>、130--170m<sup>2</sup>，但各物业的面积分割存在较大的面积差（最大存在100m<sup>2</sup>以上/间），常德的办公物业面积分割存在不科学与不规范的地方。

### 三．常德市写字楼物业价格及走势对比分析

| 物业名称  | 面积 (m <sup>2</sup> ) | 2003 年均价<br>(元/m <sup>2</sup> ) | 2004 年均价<br>(元/m <sup>2</sup> ) | 价格增幅  | 销售率  |
|-------|----------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------|------|
| 首创大厦  | 130-160              | 1600<br>(03年5-8月)               | 1720<br>(04年10月)                | 7.5%  | >95% |
| 迅华大厦  | 40-100               | 2200<br>(03年年初)                 | 2300<br>(04年10月)                | 5%    | >88% |
| 广宇大厦  | 50-120               | 2100<br>(03年年初)                 | 2320<br>(04年10月)                | 11.7% | >98% |
| 合计/平均 |                      |                                 |                                 | 8.06% |      |

从上表可见，2003年—2004年，办公物业价格平均上涨120元---250元，上涨幅度5%--12%。

### 四．常德市办公物业租金及租赁情况对比分析

| 物业名称  | 办公单位主要<br>租赁面积        | 租金                    | 物业管理费               | 出租率  |
|-------|-----------------------|-----------------------|---------------------|------|
| 首创大厦  | 220—320m <sup>2</sup> | 18元/m <sup>2</sup>    | 0.8元/m <sup>2</sup> | >70% |
| 迅华大厦  | 400—440m <sup>2</sup> | 15—20元/m <sup>2</sup> | 1.2元/m <sup>2</sup> | >76% |
| 广宇大厦  | 200—260m <sup>2</sup> | 16—20元/m <sup>2</sup> | 1.5元/m <sup>2</sup> | >65% |
| 合计/平均 |                       | 17元/m <sup>2</sup>    |                     | >70% |

从上表可见，办公物业单元面积在 220---320m<sup>2</sup> 之间很受公司租赁场地时青睐，主要是为公司的发展找一块风水宝地，常德办公物业的租金稳定在 16-19元/m<sup>2</sup>。

## 五．常德市办公物业综合指标对比分析

|                |         | 天德大厦                                              | 迅华大厦                                           | 广宇大厦                        |
|----------------|---------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------|
| 建筑<br>设计<br>特点 | 立面特点    | 乳黄色外墙，线条简洁，有一定特色和档次                               | 乳白色外墙，形象一般                                     | 线条简洁，乳白色外墙，有一定特色，外部综合形象较好   |
|                | 公众过道等部分 | 过道比较宽，采光通风好。吊顶有 3.2 米，较宽敞；配有楼宇保安监控系统，20 个监控器，安全度高 | 2.5 米宽的过道，采光通风好。吊顶较高，有舒适感                      | 2 米宽的过道，采光通风一般。             |
|                | 正门/大堂   | 正门为玻璃门，形象较好，大堂约 100 m <sup>2</sup> ，采光好,洁净。       | 正大门 2.5 米玻璃门。大堂 120 m <sup>2</sup> ，中间有柱，比较杂乱。 | 没有正门，只有后门，没有真正的大堂，商务办公形象一般。 |
| 公众             | 商务中心    | 无                                                 | 无                                              | 无                           |

|        |         |                                            |                                                                   |                                                                   |
|--------|---------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 配套服务   | 车位租售    | 没有地下车库，只有18—20个占用道路的公共车位                   | 没有自有车库，只有10—15个占用道路的公共车位。                                         | 没有自有车库，只有12—15个占用道路的公共车位。                                         |
|        | 电梯      | 杭州西子奥的斯电梯，运行良好                             | 奥的斯电梯                                                             | 安徽富士电梯电梯                                                          |
|        | 其他公建/配套 | 没有绿化，更没有中央空调；自身没有其它商务配套，但周边餐饮，娱乐配套多，银行，酒店多 | 没有绿化，无中央空调；没有其它商务配套。有闭路电视监控系统，但相对不能保证安全周边配套多。                     | 没有绿化，无中央空调；没有安全监控系统，自身没有其它商务配套。                                   |
| 物业管理   | 管理费     | 租金 18-19 元/m <sup>2</sup> ，<br>(含管理费)      | 租金：<br>15-18 元/m <sup>2</sup> ，<br>管理费：<br>1.2 元/m <sup>2</sup> 。 | 租金：<br>16-20 元/m <sup>2</sup> ，<br>管理费：<br>1.5 元/m <sup>2</sup> 。 |
|        | 保安/卫生   | 没有专职保安，只有守门人，卫生程度较好；                       | 专职保安，卫生程度一般。                                                      | 无保安，卫生程度一般。                                                       |
| 交通状况   | 公交线     | 交通方便，有1，6，32，13等多路车经过                      | 交通方便，有33，51，42，48，等多路车经过                                          | 交通方便，有18，32，33，28，5等多路车经过                                         |
|        | 车辆出入方便度 | 本大厦停车及车辆出入都比较方便                            | 本大厦停车及车辆出入方便，但停车位少                                                | 本大厦停车及车辆出入不方便，停车位也少                                               |
| 物业服务内容 |         | 无                                          | 无                                                                 | 无                                                                 |

从上表可见，常德的办公物业自身配套存在许多不足，物业管理与物业服务基本没有，只是城镇化的办公物业水平，不具备城市化标准办公物业的各类特征。

## 六．常德市办公物业的营销水平及传播定位

| 调查楼盘 | 传播定位        | 售楼现场                     | 宣传途径           |
|------|-------------|--------------------------|----------------|
| 首创大厦 | 做住宅及一楼商业配套卖 | 尾盘的销售在其公司 17 楼财务处        | 单页、报纸,现场包装     |
| 迅华大厦 | 作为综合楼卖      | 已撤场                      | 户外、单页          |
| 广宇大厦 | 做商务楼卖       | 一楼大堂右侧约 50m <sup>2</sup> | 户外、单页,现场包装     |
| 合计   |             | 现场形象普遍差。                 | 户外看板、报纸广告、现场包装 |

从上表可见，常德的办公物业开发处于起步阶段，办公物业的定位不科学，营销水平低。

## 七．常德市办公物业目标客户分析

### (一) 常德市办公物业客户购买目的对比分析

常德 2003—2004 年办公物业销售情况统计表

| 项目名称 | 办公物业面积              | 主力单元面积                  | 销售率 | 客户类型     |
|------|---------------------|-------------------------|-----|----------|
| 首创大厦 | 16800m <sup>2</sup> | 130---160m <sup>2</sup> | 92% | 投资客：>85% |
| 迅华大厦 | 4600m <sup>2</sup>  | 40---100m <sup>2</sup>  | 88% | 投资客：>70% |
| 广宇大厦 | 21240m <sup>2</sup> | 50—120m <sup>2</sup>    | 88% | 投资客：>80% |
| 美景大厦 | 10000m <sup>2</sup> | 110--170m <sup>2</sup>  | 80% | 投资客：>70% |

从上表可见，常德办公物业销售市场以投资为主，投资客占整个市场 70% 以上，投资与办公二合一者为其次。

## (二) 常德市办公物业客户群体结构

| 调查楼盘          | 办公物业消费者地域结构  |              | 办公物业消费者<br>行业结构        | 备注                                |
|---------------|--------------|--------------|------------------------|-----------------------------------|
|               | 常德市半小<br>时路程 | 常德市一小<br>时路程 |                        |                                   |
| 首创大厦<br>(10人) | 40%          | 60%          | 小私营业主、发展型公<br>司法人、投资客户 | 其客户有2个不是常<br>德市人,但在常德有业<br>务,常住本市 |
| 迅华大厦<br>(3人)  | 30%          | 70%          | 公务员、成功商人、投<br>资客户      |                                   |
| 广宇大厦<br>(12人) | 58%          | 42%          | 自由职业者、私营业<br>主、投资客户    |                                   |
| 合计/平均         | 48%          | 52%          |                        |                                   |

从上表可见,办公物业的购买客户集中在常德市区,购买者的行业比较集中,客户购买办公物业的目的性强。

## (三) 常德市办公物业客户承受能力对比分析

| 项目名称 | 调查人数 | 首期付款  | 首期付款   | 总价      | 总价      |
|------|------|-------|--------|---------|---------|
|      |      | 5—8万元 | 8—10万元 | 30—40万元 | 40—50万元 |
| 首创大厦 | 3人   | 1人    | 2人     | 3人      | 0       |
| 迅华大厦 | 1人   | 0     | 0      | 1人      | 0       |
| 广宇大厦 | 6人   | 1人    | 5人     | 4人      | 0       |
| 美景大厦 | 4人   | 2人    | 2人     | 4人      | 0       |
| 平和项目 | 7人   | 0人    | 6人     | 6人      | 1       |
| 所占比率 | 21人  | 19.5% | 71.43% | 85.71%  | 4.76%   |

从上表可见,常德的购买力特别是投资者的购买力比较集中在能承受40万元内,首期付款8—10万元之间。

## 八．常德市办公物业租赁客户分析

常德的办公物业出租率高，空置期短，承租单位以发展型公司为主体，通过我们对常德几家办公物业 110 多家公司的调查，统计，前五位的单位主要有：

常德租赁办公物业主要客户统计表

| 公司类型         | 数量   | 所占比率   | 主要租赁面积                                           |
|--------------|------|--------|--------------------------------------------------|
| 装饰设计公司       | 24 家 | 21.8%  | 110-130 m <sup>2</sup><br>200-300 m <sup>2</sup> |
| 广告公司         | 11 家 | 10%    | 220-260 m <sup>2</sup>                           |
| 房地产公司        | 10 家 | 9.1%   | 400-420 m <sup>2</sup><br>700-800 m <sup>2</sup> |
| 财务/审计/资产评估公司 | 9 家  | 8.2%   | 200-300 m <sup>2</sup>                           |
| 科技电子类公司      | 5 家  | 5.2%   | 200-320 m <sup>2</sup>                           |
| 合计/平均        | 59 家 | 53.64% | 200-320 m <sup>2</sup>                           |

从上表可见，公司承租办公面积主要集中在 220-320 m<sup>2</sup> 之间，一部分客户租赁整层，主要为 400-420 m<sup>2</sup> 或 720-800 m<sup>2</sup>，一般是 80 m<sup>2</sup> 的倍数。

### 总结：

- 1．常德办公物业市场租售两旺，特别是 2004—2005 年常德办公物业供应量少 (<23000 m<sup>2</sup>)，市场需求量大于市场供应量；
- 2．目前常德办公物业的面积分割主要集中在三个区间：40--60 m<sup>2</sup>、80--110 m<sup>2</sup>、130--170 m<sup>2</sup>；
- 3．2003 年至 2004 年，常德办公物业价格平均上涨 120 元---250 元/m<sup>2</sup>，上涨幅度 5%--12%；
- 4．办公物业单元面积在 220---320 m<sup>2</sup> 之间办公物业，较受租赁市场欢迎；

5. 目前，常德办公物业的租金稳定在 16-19 元/m<sup>2</sup>；
6. 常德的办公物业自身配套存在许多不足，物业管理与物业服务基本没有；
7. 常德办公物业销售市场以投资为主，投资客占整个市场 70%以上，投资与办公二合一者为其次；
8. 办公物业的购买客户集中在常德市区，主要以小私营业主、发展型公司法人、成功商人、投资客户为主，购买者的行业比较集中,客户购买办公物业的目的性强；
9. 常德的购买力特别是投资者的购买力比较集中在能承受 40 万元内，首期付款 8—10 万元之间。

## 第三部分 本项目准客户访谈结论

### 一、本项目准客户群体购买目的

#### 项目准客户清单

| 姓名    | 计划购买面积                       | 购买目的        |
|-------|------------------------------|-------------|
| 黑国安   | 2252 m <sup>2</sup>          | 自己经营多家娱乐    |
| 李旭    | 205 m <sup>2</sup>           | 开广告公司       |
| 张鹤刚   | 205 m <sup>2</sup>           | 投资还是开公司，未定  |
| 胡炳炎   | 205 m <sup>2</sup>           | 开电梯销售办事处    |
| 黄功元   | 103 m <sup>2</sup>           | 投资          |
| 侯么瑜   | 97 m <sup>2</sup>            | 投资          |
| 文桂兰   | 97 m <sup>2</sup>            | 投资          |
| 娄章华   | 102 m <sup>2</sup>           | 投资          |
| 刘章湘   | 112 m <sup>2</sup>           | 投资          |
| 袁钦    | 121 m <sup>2</sup>           | 投资          |
| 无委    | 1600 m <sup>2</sup> (15-16楼) | 公司搬迁        |
| 铁通    | 800 m <sup>2</sup> (17楼)     | 设公司         |
| 太平洋保险 | 800 m <sup>2</sup> (19楼)     | 设分公司        |
| 石少敏   | 800 m <sup>2</sup> (21楼)     | 投资还是开公司，未定  |
| 闫洪城   | 800 m <sup>2</sup> (18楼)     | 米萝老板，计划做办公用 |
| 农行    | 1600 m <sup>2</sup> (8-9楼)   | 物业置换        |
| 合计    | 9899 m <sup>2</sup>          | 投资、自用       |

上表表明，纯市场销售：10个客户，投资客户6个；非市场销售：7个客户，占41.2%。

从纯市场来说，我们的客户以投资为主体，占60%以上；

我们的投资客户群是个市场主体，从纯市场的角度建议；在销售办公物业的策划中要对投资客户做进一步的深化研究。

## 二．本项目投资客户购买力

| 项目名称 | 调查人数 | 首期付款  |        | 总价      |         |
|------|------|-------|--------|---------|---------|
|      |      | 5—8万元 | 8—10万元 | 30—40万元 | 40—50万元 |
| 平和项目 | 7人   | 0人    | 6人     | 6人      | 1       |
| 所占比率 |      | 0%    | 85.71% | 85.71%  | 4.76%   |

从上表可见，投资者的购买力比较集中在能承受40万元内，首期付款8—10万元之间。

## 三．本项目准客户租金期望值

| 项目名称 | 调查人数 | 2500-                    | 2800-3000        | 3000-3300        | 3300元/m <sup>2</sup> |
|------|------|--------------------------|------------------|------------------|----------------------|
|      |      | 2800元/<br>m <sup>2</sup> | 元/m <sup>2</sup> | 元/m <sup>2</sup> | 以上                   |
| 平和项目 | 8人   | 1人                       | 4人               | 3人               | 0                    |
| 所占比率 |      | 12.5%                    | 50%              | 37.5%            | 0                    |

从上表可见，本项目预期销售价格在3000元基础上,上浮10%有一定的市场基础(不是均价)。

## 四．从何处了解平和商业项目销售信息

| 项目名称 | 调查人数 | 现场了解  | 报纸广告 | 从朋友处  | 其它    |
|------|------|-------|------|-------|-------|
| 平和项目 | 8人   | 3人    | 2人   | 1人    | 1人    |
| 所占比率 |      | 37.5% | 25%  | 12.5% | 12.5% |

从上表可见，本项目准客户了解项目基本情况主要途径:从现场及报纸广告占75%。

## 五．对项目有何要求

| 项目名称 | 调查人数 | 综合形象  | 工程进度 | 商业配套  | 其它    |
|------|------|-------|------|-------|-------|
| 平和项目 | 8人   | 3人    | 2人   | 1人    | 1人    |
| 所占比率 |      | 37.5% | 25%  | 12.5% | 12.5% |

从上表可见，准客户对项目形象及工程进度寄予很高的期望值。

## 六．对正门/大堂的要求

| 项目名称 | 调查人数 | 要求有   | 一定有   | 不需要 | 不表态 |
|------|------|-------|-------|-----|-----|
| 平和项目 | 8人   | 3人    | 5人    | 0人  | 0人  |
| 所占比率 |      | 37.5% | 62.5% | 0   | 0   |

从上表可见，正门和大堂是写字楼的门面，是体现办公物业档次的主要衡量指标，准客户对它的要求比较高，要求正门/大堂一定要突显大气。

## 七．对多功能会议厅的要求

| 项目名称 | 调查人数 | 要求有   | 一定有   | 不需要 | 不表态 |
|------|------|-------|-------|-----|-----|
| 平和项目 | 8人   | 3人    | 3人    | 2人  | 0人  |
| 所占比率 |      | 37.5% | 37.5% | 25% | 0   |

从上表可见，多功能会议厅是写字楼档次的衡量标准之一。

## 八．对物业管理及管理费的收取要求

调查客户都要求我们的写字楼管理要规范，有档次，达到大城市专业写字

楼物业管理水平，要求保安 24 小时值班，配备相应的管理设施及可委托为其出租写字楼。

| 项目名称 | 调查人数 | 1.5-2 元/<br>m <sup>2</sup> /月 | 2-2.5 元/m <sup>2</sup> /<br>月 | 2.5-3 元/m <sup>2</sup> /<br>月 | 不表态 |
|------|------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----|
| 平和项目 | 8 人  | 6 人                           | 2 人                           | 0 人                           | 0 人 |
| 所占比率 |      | 75%                           | 25%                           | 0                             | 0   |

准客户对物业管理费的承受能力在 2-2.5 元/m<sup>2</sup>/月之间。

## 九．对物业返租的要求

本项目投资客户 85% 要求发展商返租，价格在 20 元/m<sup>2</sup>/月左右，如不能提供返租，起码提供代租服务。



深圳市创野房地产投资顾问有限公司

2004.11.15