

# 北京新街口项目前期市场调查及初步可行性研究报告

## 卷、 一、 调查和研究的背景与目的

为了更大的实现宏信公司跨地区、跨业态扩张的战略目标，根据公司高层的意图，在高层前期多方面接触和考察的基础上，在选定了地区、区域和项目地块的前提下，展开了这次调研。

本次调研活动所针对的调研对象为北京市新街口地段的一个危改项目的**非配套公建**项目，属于比较典型的复合型商业地产项目。

本次调查和研究的时段为 2003 年 5 月 9 日到 5 月 23 日，由于时间和精力，再加上外部一些不可抗因素，本次调研仅仅收集了初步的数据和信息，整个报告重点在于对北京市的相关市场状况的调查和在此基础上的初步开发建议。

备注：非配套公建是指不是针对住宅项目本身而修建的公共建筑。

## 式、 二、 项目简介

- 1、 1、 本项目的主体项目为“桃园二期危改项目”，它位于西城区新街口地区，东起新街口北大街、西至北草厂胡同、南起西内大街、北至北二环。具体的经济技术指标如下表：

1	总用地：55.24 公顷	
	可规划用地：35.00 公顷	
	总保留用地：1055 公顷	
	代征用地：9.69 公顷	
2	用地平衡表	
	居住区建设用地：35.00 公顷	
	其中	居住用地(含配套公建用地)：10.09 公顷 非配套公建用地：12.33 公顷

		道路用地：4.94 公顷
		绿化用地：7.64 公顷
		绿化率：22.5%
3		总建筑面积：90.687 万平方米
		地上总建筑面积：79.287 万平方米
	其中	居住建筑面积：28.81 万平方米(地上)
		配套公共建筑面积：5.29 万平方米(地上)
		非配套公共建筑面积：45.19 万平方米(地上)
		地下总建筑面积：11.40 万平方米
	容积率：2.33	
4		总居住户数：4136 户
		总居住人口：11581 人
		地上停车：1000 辆
		地下停车：4300 辆

- 2、 2、 整个项目中间为危改房住宅和配套公建。沿靠西内大街、新街口大街、北二环路是规划的非配套公建的商业用地，其中包括了写字楼、商场和商铺、酒店、公寓、娱乐设施等物业形态。具体的非配套公共设施指标如下表：

A 区(东南商业娱乐区)				E、F 区(西南商业办公区)			
序号	分区用途	用地面积(平方米 m <sup>2</sup> )	建筑面积(平方米 m <sup>2</sup> )	序号	分区用途	用地面积(平方米)	建筑面积(平方米)
A-8	宾馆	47316	30000	F-1	办公、商业	8910	45500
A-7-1	商业		60020	F-4	办公、商业	3593	17560
A-6	商业		12300	E-4	办公	10567	18000
A-5	商业		20000	E-3-B	办公、商业		18040
A-9	办公\商业		21000	E-3-A	办公、商业	3402	9000
A-8-1	娱乐		4000				
A-7-2	办公		21960				
A-12	幼儿园	1847	2000				

合计		4916 3	171280	合计		26472	109000
绿化用地		9500		绿化用地		3800	
H 区(西北办公区)				B、G 区(东南商业娱乐区)			
序号	分区用途	用地面积(平方米)	建筑面积(平方米)	序号	分区用途	用地面积(平方米)	建筑面积(平方米)
H-1	办公	22256	27000	G-1	商业	13630	45000
H-2	办公		24400	B-4	商业、娱乐	7114	21000
H-3	办公		23500				
H-4	办公		16800				
H-5	办公		4686	21500			
合计		26942	112100	合计		20744	66000
绿化用地		9600		绿化用地		2167+2679= 4846	
H 区北部退红线 20 米作为城市绿地							
项目总用地面积：123321 平方米							
项目总建筑面积：451900 平方米							
项目总绿化面积：27746 平方米      绿化率：19.35%							

- 3、 3、 桃园二期危改项目的非配套公建商业用地也即“北京新街口商业文化步行街（暂定方案）”，总占地 7.68 公顷，建筑面积地上约 **36** 万平方米，地下约 10 万平方米。该地块是传统的商业街，但是消费档次属于中下水平。

### 式、 三、 开发背景分析

- 1、 1、 根据《北京市“十五”时期商业发展规划》，北京市将在“十五”期间内搭建以“两网三区三圈十城十街 400 社区”为骨干的商业网络新格局。这对于本项目既是挑战又是机遇。

商业发展的重点是：促进两网，即促进连锁商业网和电子商务网的发展；提高三区，即提高城市中心区（包括王府井、西单、前门-大栅栏三个商业中心），商务中心区（包括建国门外、朝阳门外两个商业中心），中关村科技园区商业发展的水平；繁荣三圈，即发展三环路周边以零售商业为主的商业圈，四环路周边以大型专业市场、批发市场和新型零售业为主的商业圈，公路一环周边以大型多功能购物中心和现代化商业物流配送区为主的商业圈；开拓十城，即开拓十个远郊区（县）中心城镇的商业中心；培育十街，即培育十条左右各具经营特色的商业街（区）；完善 400 社区，即完善市区和郊区城镇 400 个左右社区商业中心；加快发展四类商业，即加快发展发挥北京优势的服务会展商业、旅游休闲商业、科技文化商业和绿色生态商业。按照这个规划，本项目应该定位在“十街”的范畴，兼顾“社区商业”的功能，同时对“两网”“三区”起到补充的作用。

## 2、 2、 北京市房地产总体状况概述

### (1) (1) 写字楼

整个北京市的写字楼供大于求，整体租售价下降几成定势。2002 年北京市的写字楼市场供应量达到 300 万平方米，再加上尚未消化的一部分存量，导致其租金和售价处于持续下跌、入住率下降、空置率攀升的状况。“三老将”（CBD、中关村、金融街）呈现不同的走势，“两新兵”（奥运村、传媒大道）前景较为看好，实力也不容忽视。

从需求方面来看，中资机构仍然势需求的主力，外资的需求增长缓慢。

### (2) (2) 商业用房

随着北京市房地产市场再度升温，本市的底商、商场、购物中心、

超市、批发市场等用于商业用途的房地产开发越来越富有吸引力。

为迎接 2008 年奥运会，北京市的交通不断改善、旧城区不断改造、住宅郊区化大大刺激了商业房地产市场。尽管目前北京市商业总规模较大，但是人均面积均显不足（从经济发展的规律看，商铺总面积与人口密度的合理比例为 1 平方米/人），因此消费市场和投资市场对商业房地产的追逐力度有所提高，导致近期北京市商业房地产市场呈现良好的租售态势，市场前景较为乐观。其中以底商的势头最为迅猛，现在北京市新开发的住宅、写字楼、酒店等，绝大部分都带有两到三层的底商。

目前，商铺的开发已经由单纯的“点式”（独立商铺）开发向整体开发和经营发展，开发大型商厦和综合商业物业成了一种市场的必然趋势，并且能为开发商带来客观的利润空间。

但是关于科学的商铺营销链：开发商——投资者——经营商家——消费市场还没有完全形成，只有消费市场赢了，商投资者才能赢。因此投资者在置业的时候非常小心和谨慎。很多开发商为了消除投资者顾虑，很早就引入专业的商业物业管理公司，如上海的新天地、香港的戴德梁行等进行总体规划、招商、后期推广和物业管理。

### （3）（3） 商住公寓

商住公寓经历了以商住两用普通住宅——具有较强商务功能的 SOHO——户型可以作多种分割的 STUDIO。

2001 年商住公寓取得了不俗的销售业绩，2002 年各开发商都蜂拥而至，争着宣传其“商住”概念，可见各开发商都看好商住公寓的需求市场。

商住公寓的走旺得益于国家和地区的政策改变：2003 年初，北京

市工商行政管理局规定，从事餐饮、歌舞娱乐、提供互联网上网服务场所和洗浴等 4 类经营活动的公司，不能以居民住宅楼、商住两用楼（含居民住宅楼和商住两用底商楼层）房屋作为企业（或个体工商户）住所（经营场所）。从事上述 4 类经营活动以外的，须提交申请住所所在地居（家）委会、业主委员会或者能够代表该地区居民行使权利的其他居民自治组织出具的同意函，否则不予受理。以上规定加速了商住公寓的发展。而国家的金融政策在商住公寓畅销中起到了非常主要的推动作用：商住公寓与写字楼相比，其优势在于可以用 20% 或者 30% 的按揭买房，按揭期限可以达 20 年，使用权限为 70 年；而写字楼的按揭贷款几乎是不可能的，即使有可能也只能五成左右，按揭年限也要短得多，使用年限也要少 20 年。

#### （4）（4）住宅

2002 年商品房销售势头极旺，其增长速度甚至略超出商品房竣工和开发投资的增长速度，这表明北京市居民对商品房尤其是住宅的需求不仅没有因为近几年商品房供应量的大量增加而减弱，反而有所扩大。

北京市城区住宅价格有所下降，郊区价格有所上扬；城铁的开通带动了其沿线房地产的活跃；经济适用房也四面开花；户型结构的需求呈现两极化，大面积豪宅和小面积小户型大行其道；低密度住宅市场份额逐步增加，并且受到市场的关注和认可。

总体来看，北京市的房地产市场供应量激增，交易额也相应增加，价格在稍微降低，主流产品趋于同质化，非主流产品呈现差异化，高档住宅、投资型物业开始在萎缩，投资者更趋于理性。

#### （5）（5）小户型

北京市的房价始终居高不下，低总价的小户型实际上成了近两年北京市市场人们的追逐热点。

### 3、 3、 北京市房地产行业相关政策概述

#### (1) (1) 《经济适用房价格管理办法》

该《办法》对经济适用房作出了新的规定：经济适用房基准价格由开发成本、税金和利润三部分组成。它的实施加快了经济适用房市场化的进程。

#### (2) (2) 北京出台新规定解决商品房空置问题

该规定有利于对房地产供应市场总量和布局的宏观调控，有利于减少商品房空置面积，达到有效防止北京房地产市场过热的目的。

#### (3) (3) 关于北京市城镇居民购买经济适用房有关问题补充规定的通知

该补充规定完善了经济适用房的购房程序，可一定程度防止中高收入家庭购买经济适用房、超标购买大面积高总价经济适用房等不合理现象。

#### (4) (4) 拆迁户购房税收优惠条件再放宽

该优惠政策的实施将一定程度的促进拆迁户购买商品房，拆迁户也是购房不可忽视的一部分。

#### (5) (5) 北京市建委规定：不许销售未经装修的毛坯房

#### (6) (6) 北京市空置房免征契税政策年底叫停

#### (7) (7) 个人住房担保贷款贴息

凡符合住房公积金管理中心贴息条件的借款人，由北京市住房资金

管理中心按照商业性个人住房贷款和住房公积金个人贷款的利息差进行贴息。

该贷款新政策的出台，会对刺激个人购房消费起到一定的作用，首批可进行贴息的住宅项目是该政策的最大受益者。

#### (8) (8) 建行推出“转按”业务

该项金融政策规定，购买贷款尚未还清的二手房可以贷款，这将大大促进北京房地产三级市场的发展。

#### (9) (9) 北京市执行新基准地价表

根据不同用途土地的特点及相应地价水平，商业、综合和居住用地的基准地价由高到低，由城区到郊区被划分为十个等级。东城、西城、崇文、宣武、海淀、朝阳区为一到六类地段，丰台、石景山为三到九类地段，其他郊区县处于六到十类地段。

### 4、 4、 北京市市政建设概述

#### (1) (1) 五塔寺路改建

它可以方便这个区域的居民和北京舞蹈学院等单位职工的出行，同时分流从西直门外大街通往西三环的交通流量。

#### (2) (2) 规划八大枢纽三年建成

北京市共计规划了八大交通枢纽，动物园、西直门、东直门交通枢纽都已经开工，还有六里桥、北京西站南广场、望京、一亩园、四惠桥新建改建扩建五座公共交通枢纽。八大枢纽在 2006 年要求全部建成使用。

#### (3) (3) 五环路最后一段全线启动

到2004年年底，五环路将全线通车。

(4) (4) 南北花市大街通车

(5) (5) 健翔桥改造工程

健翔桥立交十四环于八达岭高速公路的交叉点，是北京背面进出市区的主要交通枢纽接点。其改造工程将于明年上半年全部完工。

(6) (6) 马家堡西路建设，南城将形成第五商圈

马家堡西路的通车有利于西单、庄胜等商业圈对南城的渗透，真正缩短北京南城和北城的差距。

## 参、四、 项目分析

### 1、项目用地区位关系

该项目位于西直门内大街北侧，新街口北大街西侧。它向南经过平安大道、西四通至西单，向北是积水潭、新街口外大街，向西是西直门外大街，向东为三海景区。地块形状为反“L”形。

(详见附图)

### 2、项目用地性质

该项目为西城区规划的“北京‘新街市’商业文化步行街”的A区部分，它以商业为主，集商业、娱乐、休闲、餐饮、办公和商住为一体。

### 3、周边环境

(1) 商业：该项目所在位置是北京市传统的商业街区（新街口商业区），目前该区域集合了以电子音像和服装专卖店为主、其他如餐饮、金融、文化等为

辅的商业业态；在项目的东南角的对面是该区域比较大的商场——新街口商场，但是它的经营状况不是很好；项目的需要拆迁的部门有一家比较大型的音响专业商店——超音速音响商店。它南面是北京市最著名的三大重要商圈之一的西单商业中心，不过这两个商业区的中间有西四段商业氛围断断续续；它的西面是以通讯产品为主的西直门商业区；北面还连接着以 IT 产业为主的中关村商业区，南面还连接着金融街商业中心；东面是正在规划建设的什刹海烟袋斜街传统文化商业步行街。

(2) 景观：它的东面正在规划和建设的什刹海金丝套民俗风情旅游区，其中包含了西海、后海和前海三大景区，还有宋庆龄故居、四合院景观。地块周边还有徐悲鸿纪念馆、汇通祠、广化寺得感景观。

(3) 文化教育：在项目围绕的桃园二期危改项目的中间，有教育学院西区分院及其附属中学、新街口电影院等。

#### (4) 交通状况

**现状：**该区域的地面交通很发达，但是比较拥挤，东西和南北的路面宽度大概为四车道。它的西面是西直门交通枢纽、北面在新街口和二环交汇的地方是德胜门公共汽车站和地铁积水潭站。北面的二环路离该项目很近便。从北面西面去往西单的公共汽车绝大部分都要经过此处。它也是中关村商圈和金融街商圈的连接点。但是目前它的主干道还是一个“丁”字路口，往东去往三海（前海后海西海）风景区的路面还是很小的胡同。

**规划：**未来在 2006 年必须完成的交通规划有：贯通南北和东西的现有路面扩建为 70 米宽，地铁四号线经过于此，并且在该项目的拐角处有一个站口（出入口）。根据原有方案现在的“丁”字形路口向东要扩展为“十”字形，也就是说要把新街口和三海区域连接起来，但是目前什刹海周边的整体规划方案需要调整，

调整后的方案要年底才能得知。

4、本项目的规划说明（按照上报北京市规划委员会的初步方案）

地下二层：为车库和卸货区

地下一层：为商业区、下沉式广场、货区仓库和酒店机房区

地上一层：为办公楼大堂、酒店大堂、商业、中庭、步行通道

地上二到五层（标准层）：为商业、酒店、餐饮、娱乐、游泳池

五层以上：为写字楼和酒店

分区说明：

A9 区域：限制高度 45 米、五层以下为商业、五层以上为办公、建筑面积  
21000

平方米

A8 区域：限制高度 45 米、用途为酒店、建筑面积 3 万平方米

A8-1 区域：限制高度 15 米、用途为娱乐、建筑面积 4 千平方米

A7-1 区域：限制高度 45 米、五层以下为商业、五层以上为办公、建筑面积  
60020

平方米

A7-2 区域：限制高度 24 米、为办公、建筑面积 21960 平方米

A6 区域：限制高度 24 米、用途为商业、建筑面积 12300 平方米

A5 区域：限制高度 24 米、用途为商业、建筑面积 2 万平方米

**以上占地面积：47316 平方米，建筑面积 171280 平方米**

A12 区域：为幼儿园，占地面积 1847 平方米，建筑面积 2 千平方米

## 5、现有规划方案评析

- (1) (1) 按照原规划方案，本项目的商业部分可能要达到 10 万平方米以上，是否有这么大的市场容量来支撑这么大的体量是一个问题，而且商业部分大部分都规划到五层，更增加了项目的难度和风险。
- (2) (2) 按照原规划方案，其中规划了 3 万平方米的宾馆，如果再运作的前期能够引入整体购买者或者整体长期租赁者，则是可行的。但是如果在建成之后再出售或者作为公司的固定资产进行招商和管理，无疑会大大增加项目的风险。
- (3) (3) 原规划方案中的商业、娱乐、宾馆以及办公的用地性质是否能够作大的变更是一个很重要的因素。因为按照原规划方案，其中的物业形态配比很不合理，必须对其进行大的调整以降低风险。

## 四、 五、 市场分析

基于西城区城建开发公司上报北京市规划委员会的初步方案，可以把本项目的业态作一个基本分类，它可以包括商业（商铺或商业中心）、写字楼、商住公寓、住宅（以小户型为主）四种基本物业形态。以下就是对这四种物业形式北京市的市场分析

### （一）商业部分

#### 1、北京市商业房地产开发综述

随着北京房地产市场再度升温，本市底商、商场、购物中心、超市、批发市

场等用于商业用途的房地产开发越来越富有吸引力。据悉，北京有 5 家大型购物中心正在筹建中。另外，还有其他的商场等商业房地产正在建设之中。

#### (1) (1) 交通带旺商业房地产。

列入北京的“十五”规划的四条环线：二环、三环、四环、五环构成北京城市商业开发的“四条金带”。二环路带来大量车流，车流能带来人流。百盛、华普、华联、万通、官园等商场通过二环带来了大量客流。三环路是家居用品的一个环型商圈，许多家居用品，包括各种各样的家具、家庭摆件、家庭装修材料都在这个商圈。“三优家具城”、“环三环家具城”、“城外城”、“立泽桥家具城”等在这个区域内。四环路沿线则构成了“厨房用具”的一个商圈，是为居民家庭厨房里各种各样的用具和用品提供服务。五环路被称为“批发配送带”。因为从外省市往北京调运的商品，远远高于从北京往外出的商品。北京近 85% 的商品都是从外进京。为了使大量的物流不至于导致城市交通堵塞。许多批发配送中心、物流中心靠近五环。从物流角度来讲，从城市的外环带往城市中心进行疏散，从理论上叫“最佳的直线距离”，不存在回流运输，货远运输，重复运输。另外，北京市规划还有 400 多公里的地铁沿线。到 2008 年将建成 150 公里，从而形成地下运输网。许多商家将地铁与商场进行了连接。贵友大厦、城乡贸易中心、国贸等都采取了的相关策略，将地铁站与商场连通，从而对吸引客源产生了积极的影响。

#### (2) (2) 住宅郊区化刺激商业房地产。

北京城市规划确定了北苑、酒仙桥、东坝、定福庄、垆头、南苑、丰台、石景山、西苑、清河等 10 个边缘集团。北京市人口的重心将集中在 10 个边缘集团。这些边缘集团，正在进行大规模的房地产开发，到了 2010 年，十个边缘集团的人口总量将达到 200 万。这些区域也是未来社区商业发展的一个重心。

其次，北京市城市规划涉及到 14 个卫星城。包括通县、亦庄、黄村、良乡、房山镇、长辛店、门城镇、沙河、昌平、延庆县城、密云县城、平谷县城和顺义县城等。14 个卫星城是未来休闲工业发展的主要地带。休闲商业也将在这个地带发展。北京商贸学院教授王希来指出：对于商业经营而言，人口的聚集是一种稳定的商机，这种商机对于商业房地产的开发提供了可观的前景。

### (3) (3) 商业房地产开发注意事项。

专家指出：目前，对于商业房地产开发而言，北京存在区域结构与商业服务的配比问题。比如说天通苑、回龙观、望京，不管是住宅还是商业房地产，开发规模都是很大的。但是，在这样的区域，要开发什么样的商业地产、多大面积的商业地产，商业服务的实际需求和商业地产的开发面积即商业服务的配比还要进行仔细调查和测算。此外，要从商业房地产的买家角度去分析。买家通常要考虑三个条件，一是人口数量。人口数量不够，开发商是不愿意去开发的，投资商也不愿问津。二是人口流向。团结湖小区在“文革”以前就形成规模了，但到七十年代中期，小区中的商业设施大部分都亏损，就是没有考虑到人口的流向的问题。城市人口有一种向心性的购物心理，从环路外向里渗透，但反过来从里往外并不多。当时团结湖人口大量都流向三环路以内了。三是交通条件。比如，商场定位给消费者层次中的富有层提供服务，就要有相应的交通条件如停车场等。

## 2、关注三种类型住宅底商

住宅底商从形式上看就是利用住宅的底层或低层作为商业用房。目前北京市虽然商业总体规模较大，但人均商业面积仍嫌不足。另一方面，北京旧城区的改造和拆迁使许多门面房、老的沿街店面消失，拥有资本者要找新的经商地。

而新社区强大的购买力和聚集人气的能力正是他们所看中的，小业主开始寻找出口。基于这些原因，近期北京市住宅底商的销售情况普遍比较好，市场前景乐观。

### (1) (1) 概念型底商叫好未必叫座。

北京住宅底商已一改过去纯粹的配套服务功能，开发商愈加注重突出项目的概念和主题包装。而就市场反馈来看，概念型住宅底商的招商效果也的确令人满意，不仅如此，底商与住宅的销售相辅相成，开发商真可谓“名利双收”。但就目前店铺开张的效果来看却未能达到人们的期望值。究其原因是，有项目自身条件的限制，有投资商实力的欠缺，也有经营者经验不足等等。但这一结果却为那些将以主打概念征服市场的开发商敲响警钟，为底商作主题包装只是第一步，后期对主题概念的实施和控制更加重要。

部分概念型底商基本情况					
项目名称	位置	商业面积 (建筑平米)	售 价 (元/平米)	租 金 (美元/月/平方)	状态
现代城	大望桥	20000	20000- 23000	25-28	已售完
欧陆经典	亚运村以 东	20000	13000- 21000	待定	出售中
老番街	朝阳门外	4000	25000	54 (使用面积)	出售中

### (2) (2) 潜力型底商“时间”问题考验投资商。

市场潜力是投资者选择物业的重要因素。如位于亚运村的风林绿洲，由于与奥运村及奥运会场馆预留地毗邻，周边的道路、市政设施规划完备，人气凝聚力强大，近几年内的市场潜力不容忽视，是难得的投资宝地。“潜力型”底商前景虽然广阔，但同时也存在风险，这就是商户通常说的“养店铺的时间”。在

商业氛围尚不成熟的阶段，底商投资者将承受相当一段时间的低糜期，投资的前几年内店铺有可能出现零收益，这对于经济实力较弱的投资商确实是不小的考验。

项目名称	位置	商业面积 (建筑平米)	售 价 (元/平米建面)	租金 (美元/月/ 平方建面)	状态
百朗园	五棵松	10000	10000	16-22	已售完
九 台 2000	亚运村	4000	19800	600 万/年	出售中
财富中心	东三环	30000	待定	待定	建设中

### (3) (3) 成熟商圈住宅底商有利可图。

此类底商由于周边的商业已形成一定气候，拥有大量的、稳定的消费群体，投资风险小。因此，拥有高回报率也在情理之中。成熟商圈内的住宅底商虽然在位置和人气上占有绝对优势，然而，投资商铺的其他条件（如：楼层、格局、层高、广告位、硬件设施等）也十分重要。以北京科技会展中心为例，其首层店铺的出租效果很好，但二层、三层，虽然发展商也采取了如加修直通三层的手扶滚梯，将过街天桥与二层直接相连等措施吸引客流，以弥补在设计上的缺陷，部分店铺仍有空置现象。

项目名称	位置	商业面积 (建筑平米)	售 价 (元/平米)	租金 (美元/月/ /平方建面)	状态
国展家园	国展附近	10000	23000	约 22	已售完

北京科技 会展中心	双安商场 旁边	3000	14000- 24000	30-43	已售完
东方银座	东直门	40000	暂定 30000	待定	未开盘
新起点	苏州桥	12800	12000	待定	已售完

### 3、商业房地产开发的风险

2002 年房地产业的商铺投资火爆大江南北。不仅是北京这种大城市，商铺热还波及小城镇。

#### (1) (1) 商铺投资发展迅猛的原因。

- 1 ① 消费者投资意识的多元化。过去，不少人投资股票、住宅，但利润回报空间逐渐缩小。商铺投资相对于股市和住宅，回报率较高。一般来讲，商铺投资回收周期是 6-8 年，此后年出租收益率为 16% 左右。商铺投资刚刚兴起，投资者都想在此掘“第一桶金”。
- 2 ② 大城市的商铺发展空间大。随着郊区化速度的加快，城市居民外迁已是大势所趋。人们的衣、食、日用消费，大都需要临近便捷的商业网点实现，这个商业空当恰恰是商铺的发展空间。
- 3 ③ 商铺可出租、亦可经营的灵活方式也是吸引投资者的重要因素。随着我国加入 WTO，市场化进程进一步加快，人们就业选择日趋多元化。“与其为老板打工，不如自己当老板”，这种潜意识在许多人心里涌动。商铺 30-80 平方米投资一般在 50 万元左右，而且可以贷款，正好可圆这部分人“当老板”的梦。

#### (2) (2) 商铺投资中的风险。

最近，不少商铺项目的销售率超过 100%(连过道都租出去了)，极为火爆。开发商、投资者皆曰“形势大好”。专业人士指出，这不是一个好现象。商铺出

租率高于 100%，势必造成购物环境拥挤，商业品质下降，长久下去，甚至会  
使整个商铺区没落。商铺的风险还在于：

- 1 ① 商铺投资风险性比住宅投资大。住宅如果高租金租不出去，可以  
低租金出租，租住宅的人要比租商铺的人多得多；实在租不出去，  
还可以自己住。商铺如果定位没掌握好，往往低租金也租不出去，  
只能“砸”在自己手里，很难另有用途。
  - 2 ② 不确定因素多。科学的商铺营销链应该是：开发商——投资者——  
——经营商家——消费市场，这样一环扣一环的完整体系。只有消费  
市场赢，商家、投资者才能赢。往往环境的一个变化，如交通改道、  
学校搬迁，或社区规划改变，而使“旺铺”变成“冷铺”。这些变化也是  
投资者难以预测的。
- (3) (3) 小区商铺必须总量控制、统筹规划。商铺投资前景看好，但决不  
能保证每一个投资者都保赚不赔。影响住宅投资回报的不过是户型、楼  
层、朝向、位置等几个屈指可数的因素。商铺则要复杂得多，区域、人  
流、地点、门面、铺型、整体环境配置、经营类别、装修档次、周边消  
费层次、习惯等，每一种因素都对商铺价值的高低产生很大影响。商铺  
的开发要遵循市场规律，从经济发展的规律看，商铺总面积与人口密度  
的合理比例为 1 平方米/人。而近年来，在经济发达城市，商业用房面积  
增长速度过快，有的已突破这一比例。因此，商铺的开发，一定要注意  
与周边的社会商业网点相配套和谐，切莫盲目。

## (二) 写字楼部分

- 1、 1、 总体概述：写字楼供过于求，整体租售价下降几成定势

据中房指数报告显示，2002年第三季度北京甲级写字楼平均租金普遍下跌，其中位于燕莎附近的第三使馆区租金跌幅最大，下跌5.4%，其次为CBD及东长安街地区，分别下跌2.6%及2.5%。据业内有关人士介绍，导致第三使馆区租金跌幅最大的原因较多，由于第三使馆区的租户多是国外公司，由于受到全球经济不景气的影响，一些国际大公司纷纷裁员，这样对办公用地的需求相对减少，从而对该区整体写字楼的租金的走势形成下压趋势。另外，2002年第三使馆区新增写字楼将近8万平方米左右，而整个第三使馆区的写字楼面积为50万平方米，市场对新项目的吸纳过程也造成整体租金价格的下降。不过，由于以往第三使馆区写字楼租金一直徘徊在高价位，此次租金下降依然属于正常范围内的调整。报告同时显示，北京市上半年新落成甲级写字楼共达10.9万平方米，预计于年底前将会额外增加16.8万平方米。根据中房指数办公室的监测，2002年下半年新入伙的写字楼包括，朝阳区的国航大厦、金泰大厦、名人广场，海淀区的创新大厦、海淀艺术中心以及西城区的国际金融中心等，这些写字楼已经给市场带来了可观的供应量。加上现有的写字楼存量、一些公司由于调整而投放市场的面积以及小业主房不断空出的面积，2002年下半年写字楼市场仍旧是供过于求的局面，写字楼的空置率将不断攀升，而租金和售价也将随之保持下降趋势。不过，中关村写字楼市场倒显得乐观一些。报告认为，中关村地区在未来数年将继续重点发展。至2005年该园区正式落成，总投资额将会达到50亿元人民币。其中较瞩目的为中关村国际商城发展面积逾100公顷。中资机构是主力，外资需求增长缓慢。由于，高新技术产业链、现代制造业和现代服务业都具有很大的发展潜力，所以，2003年北京写字楼市场中中资机构仍然是需求的主力，外资需求增长缓慢。

## 2、北京市写字楼区域分布和消费者定位

### (1) (1) CBD 写字楼的主要业主为成熟稳定型的企业。

以国贸为代表 CBD 区域首先是外资企业的代表，很多外资企业的发展已经相当规范和成熟。因此，为满足这部分客户的需要，就需要建设高品质的写字楼，写字楼建设和国际接轨，整个的基础设施、配套，商务服务都需要齐全。

另一种生活在 CBD 的企业就是国内稳定型的大企业，这种企业的业务渠道、收入来源和利润水平都是稳定的，甚至企业的组织结构也是稳定的。从而具有经济实力成为真正意义上的写字楼的业主。在 CBD，尤其在核心区的位置，土地出让金会明显比其他地区要高，所以项目在定位上就是那些效益好、规模大的企业。这样的企业，因为它承受了昂贵的租金，对楼的品质要求会比较高，因此在写字楼的建设中就要不断把好的东西加进来。

### (2) 中关村属于创业型企业。

中关村企业多数处于创业阶段，但是也不乏成熟的大企业的存在。因此，在这些地区的写字楼项目也就呈现出丰富的面貌。当企业还处在创业型的发展过程中的时候，它不可能有高档物业的需求。创业型企业在资金上没有成熟企业来得雄厚，所以在办公地点的选择上也没有那些企业讲究。一些中档写字楼项目或者商住两用的准写字楼就成为他们所需要的。而那些外企或者中国的高级企业又需要一些高档写字楼来办公。中关村的写字楼既要提供满足大多数需要的中档项目，又要提供与国际接轨的高端产品，呈现出多元发展的趋向。

### (3) 金融街国有大企业的集散地。

相对于 CBD 与中关村写字楼的火爆，金融街应该属于势头比较弱的一方。这里国营企业的气氛浓一点，人民银行、保监会、证监会这些监管部门，还有

三大国有商业银行及交通银行、招商银行、民生银行以及国内主要大的保险公司等总部都设在这里，另外中国电信、中国移动、中国网通、中国联通等大型电信企业也集中于此。由于金融街国营大公司多一点，在规模上就不会像国外的写字楼规模一样。中国人的生活方式和工作方式与外国人不同。不可能完全跟国外走的路线一样。

#### (4) 奥运村。

奥运村前景看好，启动尚需时日。目前该地块已冻结项目审批，需等到奥运村规划方案整体通过后方会解冻，因此，算上开发需要的时间，正式进入市场最快也要到 2003 年下半年。目前该地区仅有一个近 50 万平方米的大型写字楼项目进入审批阶段，其拆迁和市政建设已经基本完成。

#### (5) 传媒大道。

传媒大道投资百亿，值得关注。“国际传媒大道”与新加坡宏兴国际发展有限公司等 6 家海内外投资集团成功签约，项目总投资近百亿元。传媒未来城、国际传媒城等大型综合项目在今后几年会相继落成，如此浓重的“传媒风”将带动此地的写字楼市场。

### 3、北京市甲级写字楼 2002 年市场状况

尽管“入世”效应不断深化，并且市场上也没有很多新增供应，但北京甲级写字楼市场在 2002 年上半年还是延续了 2001 年的下跌趋势，表现在租金持续下跌，入住率也没有出现明显的改善。

#### (1) (1) 供应。

2002 年上半年只有两栋甲级写字楼入伙，即位于海淀区中科院南路的融科咨询中心和位于朝阳区马甸桥东北角的中国国际科技会展中心，分别为市场

提供写字楼面积 49000 平方米和 50000 平方米，使市场总存量达到 283 万平方米。尽管 2002 年上半年新增供应与往年相比很少，但写字楼市场压力仍旧很大，这主要是由以下几点原因造成的。第一，2001 年入伙但尚未消化的写字楼存量仍有很多；第二，许多小业主的房子因逐渐空出来而纷纷压价以争取客户；第三，许多公司由于业务方面的调整而使一些面积空了出来，这些面积也加入到了写字楼存量中；第四，一些国外公司由于被兼并，其在北京的写字楼物业也相应地空了出来。

## (2) (2) 需求。

### 1 ① 租赁市场

2002 年上半年可以分为两个阶段，即传统行业占主导地位的第一季度和高科技行业开始复苏的第二季度。第一季度，传统行业的表现超过高科技行业；第二季度，虽然传统行业在写字楼市场的表现继续超过高科技行业，但过去几个季度表现不佳的高科技行业也开始在二季度复苏。太阳公司的研发部门在学知大厦租了 3000 平方米；诺基亚在盈科中心扩租了 3000 平方米；而国内通讯公司深圳华为也在泰康大厦租了 2600 平方米。

2002 年上半年主要租赁成交			
公司名称	物业名称	位置	建筑面积 M <sup>2</sup>
中青旅	艾维克大厦	朝阳区东环南路	4700
美国友邦保险	京汇大厦	朝阳区东环南路	2500
泰利特科技发展有限公司	东方广场	东城区东长安街	1918
美卓纸业	京汇大厦	朝阳区东环南路	1891
新闻集团	东方广场	东城区东长安街	1700
壳牌	国贸中心二期	朝阳区建外大街	1550(使用)
韩国软件振兴院	京汇大厦	朝阳区东环南路	1500
中洲会计师事务所	远洋大厦	西城区复兴门	860
莱博智科技公司	新东安广场	东城区王府井	710
普天系统集成	中国人寿大厦	朝阳区朝外大街	600(使用)

LoneStar	嘉里中心	朝阳区光华路	510
大众汽车	嘉里中心	朝阳区光华路	3000
阳光四通	汉威大厦	朝阳区光华路	3000
太阳公司	学知大厦	海淀区五道口	3000
诺基亚	盈科中心	朝阳区工体北路	3000(扩租)
深圳华为	泰康大厦	西城区复兴门	2600
施乐	丰联广场	朝阳区朝阳门外	2000(扩租)
联想时代华纳	融科资讯中心	海淀区中科院南路	1890
利盟	华润大厦	东城区建国门北大街	1800
首创投资	腾达大厦	海淀区白石桥	1500
香港运盛投资集团	艾维克大厦	朝阳区东环南路	1400
CH2M 环境保护信息 科技	盛世大厦	朝阳区霄云路	1000

## 2 ② 投资市场

国内公司仍是主要的买家，但与以往不同的是，目前国内公司更倾向于购买北京东部的高档写字楼，这与“入世”效应带来的 CBD 热有密切的关系。但是，由于目前靠近东三环的中央商务区内可售写字楼非常少，买家不得不转向朝阳区东北三环、甚至北三环和东城区的写字楼。从行业分布上看，现在的买家不再象以前那样集中在金融和通讯行业，这是因为这些行业的需求在前几年已经得到了释放，另外，最近这两个行业都不是很景气也影响了他们的需求。

2002 年上半年主要买卖成交			
公司/机构名称	物业名称	位置	面积(建筑平米)
两国内公司	华麟大厦	朝阳区霄云路	59600
中国进出口银行	牡丹公寓	东城区东皇城根	30000
三峡国际招标公 司	鹏润大厦	朝阳区霄云路	1800
中国“一汽”	南银大厦	朝阳区东北三环	4500
北京建工集团	浙江大厦	朝阳区安贞桥	3800

## (2) (3) 租赁市场。

2002 年上半年北京甲级写字楼市场的租金一直呈下降趋势，根据统计，

到 2002 年 6 月份北京甲级写字楼市场的平均租金报价为 24.38 美元每月每平方米，比年初下降了 2.24 个百分点，并且已经连续五个季度出现下跌。租金下降可归咎于下列原因。第一，由于经济不景气租户普遍紧缩租房开支；第二，由于跨国公司的并购而使写字楼的需求缩减；第三，尽管上半年新增供应不是很多，但消化现有存量这一任务仍给发展商，尤其是其物业空置很长时期的发展商带来很大压力。

### (3) (4) 销售市场。

与租赁市场相似，2002 年上半年北京甲级写字楼市场的售价也是一直呈下跌趋势，但由于销售市场对经济环境的敏感程度不如租金市场那么强烈，因此售价的变化幅度也比较小。根据统计，到 2002 年 6 月份北京甲级写字楼市场的平均售价报价为 2180 美元每平方米，比年初下降了 1.77 个百分点。由于对北京东部新入伙的可售写字楼需求旺盛，而此类写字楼供应却有限，买家不得不转向分业权出售的旧写字楼，该地区二级市场因此开始活跃起来。而在北京西部，买卖成交主要集中在一级市场上。

## (三) 商住公寓部分

### 1、政策与法规限制

2003 年年初，北京市工商行政管理局规定，从事餐饮、歌舞娱乐、提供互联网上网服务场所和洗浴等 4 类经营活动的公司，不能以居民住宅楼、商住两用楼（含居民住宅楼和商住两用楼的底商楼层）房屋作为企业（或个体工商户）住所（经营场所）。申请以居民住宅楼房屋作为企业（或个体工商户）住所（经营场所）从事上述 4 类经营活动以外其他经营活动的，须提交申请住所所在地居（家）委会、业主委员会或能够代表该地区居民行使权利的其他居民

自治组织出具的同意函，否则不予受理。

## 2、北京市商住公寓市场综述

什么是商住公寓？商住公寓是一种既能办商务又可以居住的一种产品。商住公寓为中、小公司及居家办公的自由职业者提供了一个可商可住的场所，它一般除了提供一些生活配套设施外，还设置了宽带局域网、商务中心、会议室、票务中心及充足的车位等商务设施。目前，商住公寓已由以前的做商住两用的普通住宅发展到有较强商务功能的 SOHO，再发展到户型可以多种分割的 STUDIO。

商住公寓 2001 年在北京取得了不俗的销售业绩，如位于亚运村的天创世缘、西北三环的新起点嘉园、知春路的世纪豪景等，这些以商住公寓为主的项目销售状况都很好。2002 年以来，商住公寓更是蜂拥而至，如亚运村除了重新包装后推向市场的加利大厦外，还有欧陆经典 STUDIO 和财富时代。诸多发展商争着宣传其“商住”概念，可见大家都看好商住公寓的需求市场。

## 3、 3、 商住公寓畅销的原因

(1) 有效需求急增。在信息产业发展的背景下，小型公司的数目急剧增多，尤其是科技含量较高、知识密集型、工作独立性较强的小公司不断涌现，象广告、设计、策划、资讯等行业，十人以下的工作室、公司屡见不鲜。这些小型公司对公司形象要求不高，且工作时间不好掌握，所以比较希望选择可商可住的公寓，既可免去路上的辛劳，又节约了往返时间。

(2) 价格低，风险小。由于商住公寓的土地出让金低于写字楼，且建安费和公摊面积都比写字楼低很多，因此商住公寓的成本远远低于写字楼，在同等利

润条件下，商住公寓的价格低于写字楼的价格，从而降低了风险，商住公寓在价格上比写字楼有较强的竞争力。

商住公寓投资回报有几何？以亚运村的商住公寓为例，据综合计算，位于中关村的华亭嘉园、天创世缘、阳光广场三个项目的租金回报率分别是 10.6%、9.1%、8.6%，平均租金回报率为 9.5%，而该地区写字楼的租金回报率是 10%，可见该地区商住公寓的租金回报率稍低于该地区写字楼的租金回报率，但因前期投入远低于写字楼，所以商住公寓的投资回报率还是很理想的。

#### 4、商住类物业投资前景如何？

近来，受新经济影响，一些独立性较强的小公司不断涌现，于是从开发商到小业主，这种开发、投资商住的热潮愈演愈烈。大规模的投资趋向是否有足够的需求保证收益呢？据中原物业的统计资料表明，商住的热租区主要集中在中关村往东延至亚运村区域，CBD 地区有部分需求，但相比而言，公司以写字楼租赁居多，公寓出租大多是居住。售价在每平方米 5000-7000 元的项目商住出租率高租金大多在每平方米每天 2-4 元，150-200 平方米的房屋最受中小公司青睐，中关村地区 80-100 平方米的房子出租快，投资回报率高。业内人士认为，写字楼市场产品结构的不尽合理，非甲级写字楼的供应不足，导致了商住类住宅出租活跃，但面对写字楼供应量的大幅增加，这种需求并不能长期保持。事实上，类似的供求失衡在近几年早有明显的显现。从东方策略等房地产经纪公司的成交数据显示，与往年相比，商住类住宅的出租价普遍下跌。租价降幅最典型的是一些老楼盘，汇园国际公寓的月租金为每平方米 15-20 美金，汇园公寓为 10 美金，而 1996 年该项目的月租价最高为每平方米 30 美金；由于芳群公寓、龙珠、清芷园等项目相继推出，南城最早的公寓项目金都公寓原有的格局、设计、配套相对落

后，失去了竞争力，月租金由 7000 元降至 4000 元左右，跌幅约 40%；两年前入住的紫金庄园，150 平方米、月租价 1 万元的房屋现在已降到 7000 多；第一个中外合资项目城市广场，当初开发商预期的月租金为每平方米 10 美元，而现在只有 6 美元。据业内人士分析，出现上述状况，除了楼市的推陈出新外，商住类房屋在出租获益上存在许多缺憾。比如，商住楼的客户主要是成长型公司，租期一般在 1-2 年之间，流动性强，这些公司构成复杂，管理松散，尤其在商、住混居的情况下，办公生活相互干扰，影响了楼盘的品质。商住型楼盘面积使用率不高、电话线供电量不足等条件限制了办公需求，同时一旦整栋楼宇中多数单位出租，转型就相当困难，如早期的商厦大厦等。另外，随着 2-3 年后写字楼项目的大规模交付使用，新增的供应量必然降低写字楼的租价，一些旧的写字楼将吸纳部分商住客户。种种迹象表明，商住楼仅仅是一种过渡形式，其投资前景并不看好。不过有些明确提出商住概念的项目还是值得投资者关注，这些楼盘除了在外立面处理、户型分隔分区、智能化系统、商务配套等方面进行全面改进外，最具革命性的改变就是对“商”“住”的彻底分离，有的甚至在物业上还分别管理，比如数码 01、魏伯豪、住邦 2000 等，业内专家认为此类物业商、住的质量都可以保证，其在投资市场上的生命力会更长些。

## 5、第三代“商住”楼近阶段将崭露头角

以前的“商住”两用楼颇受争议，然而，成百上千的中小企业和奇缺的高档写字楼成为鲜明对比，高档写字楼的供应量虽然在不断增加，但其昂贵的价格早已把成长型的中小企业拒之门外；中档写字楼又明显断档。市场的呼唤，于是有了第三代新型商住楼，这种商住楼的出现，正好弥补了目前市场的空缺。第一代“商住”楼的出现，开发商主要是利用公寓立项，比写字楼立项要少交纳

前期开发所需要的一些费用，因而降低成本。这个时期的第一批商住两用有商有住，一个非常具有代表性的现象，拎菜的与拎公文包的一起等电梯。到了第二批办公楼，它的户型是按照住宅设计，底商也是住宅标准，不过引入了“只商不住”的概念。进化到第三代新型商住楼，房型还是住宅，但是它的设施、底商都是按照写字楼标准配置，消灭了商住混杂，成为商住完全分离的新型商务社区。这种新型商住公寓的出现使得市场物业结构更加合理，留住了中小企业，有利于中小企业的持续发展。业内人士根据目前正在运作的几个新的商住楼项目判断，下一步，以中小企业办公需求定位的新商住楼项目将会继续增多出新。而这些在功能设计、布局设计和人文环境设计等方面更迎合特定办公人群的新型商住楼的入市，还将进一步推动此类物业的发展。可以预见，性价比高、功能设计出新新型商住楼将在近阶段崭露头角，为成长中的小企业提供独特的“孵化”场所。

“新华远”任志强认为，商住楼的产生与金融政策有很大关系：国家目前鼓励个人消费贷款，而不鼓励生产投资贷款。认为中国目前的居住问题更大，所以以低息按揭的方式鼓励老百姓先解决住房问题。不鼓励投资，不鼓励做办公楼，做办公楼就给三成四成五成按揭，住宅就可以八成。如果小企业买房按流动资金贷款，就不能享受按揭的优惠。这样开发商就只能说其项目不是办公楼，批的是住宅，消费者花多一点的钱有70年的使用权当然比花同样的钱只用50年好，所以商住一定比办公楼卖得好；其次，凡是商住允许“住”的，银行就给你按揭；按办公楼算的，就不给你七成按揭。这种政策逼着你不得不想一些办法，让购买者获得最大的实惠而获得最终租金。很多条件决定了可能会有更多的小企业不愿意租而愿意买房屋，但企业不会长期或者永久在一个地方生存，或者财务制度允许租但是不能买，在很多国家是有限制的，比如说保险公

司规定固定资产投资不能超过 50%，而国内没有这样的问题，所以小公司更多的用 20%的按揭买房，节省更多租金来正常经营。所有付的按揭都等于是租金，但内部运营过程中没有租金，而最后得到了固定资产。

SOHO 中国的潘石屹认为，北京目前商住楼流行是有历史渊源的。1992 年 10 月份，北京市政府下文贯彻执行国务院 55 号令《中华人民共和国国有城镇土地出让转让的暂行规定》，从这时起北京才有了房地产。可是到了 1993 年的 6 月份，沿海开放城市房地产有泡沫了，北京的房地产刚从娘肚子里边出来，就与沿海城市一起享受了同样的宏观调控待遇。首先限制的就是商场、写字楼的建设。没有写字楼怎么办？就跑到住宅里面去。任何一个房地产市场都需要和资本市场金融市场结合，但结合的方式是不一样的。中国最大的结合方式是按揭贷款。可是对写字楼的按揭贷款，在目前为止基本上是不可能的，所以就出现了商住这样不合理的局面。像北京这样的经济热点区域，只做住宅，不做写字楼，区域经济是非常危险的。因为住宅可能会带来消费，但大量的税收是没有的。如果积极鼓励发展写字楼，像 CBD 这样的区域，会产生大量的税收，可能一间房子里面签一份合同，整个的营业税、所得税量就会非常大。区域能不能很好地发展，有没有足够的税源是一个非常大的关键问题。所以建议，我们落后的规定、金融政策、法律应该跟着调整。

## 6、“商务公寓”有望取代“商住楼”

北京商务公寓何以在 CBD 大行其道？近年来，北京各种概念的公寓层出不穷，像 SOHO、酒店式公寓等，最近，CBD 地区及其辐射区域新推出了一些以商务为目的的公寓，称为商务公寓，例如旺座、国际港等，这些项目推出后的销售情况非常火爆。权威人士普遍认为，商务公寓能在 CBD 内大行其道，主要

是受社会经济环境的影响。首先，商务公寓把商和住很好地结合；价位相对较低，目前 CBD 辐射区域内的商务公寓平均价位基本在 9500 元/平方米，CBD 中心区的高档商务公寓项目，其均价也在 15000 元/平方米左右，而高档甲级写字楼售价基本在 2000 美元/平方米以上，且销售面积都非常大，在新经济形式下的一些新生代公司在寻找办公场所时，对这些写字楼的价位和面积基本不能接受；以公寓立项，在购房贷款等方面都比写字楼有优势。因此商务公寓一推出就受到了许多商务客户的欢迎。其次，CBD 经过十年的建设已是一个趋近成熟的商务区。目前进驻北京的世界 500 强企业 156 家中有 92 家办公地点设在了北京商务中心区及其周边辐射区内，加入 WTO 后，还会有更多的外资、合资、内资企业不断进驻。这保证了商务公寓的强大市场需求。许多商务公寓项目正是瞅准这个时机。以国际港为例，为了适应新生代公司的需要，这里特别设立了商务会所，有公共秘书、网络中心、商务咖啡厅和西餐厅等商务配套设施。通过公共秘书，用户可以免去许多日常需要处理的繁杂琐事；在商务会所里，用户可以与自己的客户在轻松的气氛中交谈，进行充分的沟通。另外，在进行内装修以前，开发商可以根据业主的需要对户型进行一定的修改，业主可以根据自己的需要选用不同的户型和菜单式装修方案。国际港聘请了国际知名物业管理公司戴德梁行进行管理，让业主感受到顶级的物业管理水平。因为商务公寓的商住两面性，所以它一般有如下几个特点：1、地段必须邻近商务中心区域；2、必须是交通便利；3、庄重气派的外立面；4、专业的物业管理；5、硬件设施要能满足商住两用的需求；6 配套设施中，须要有充足的车位以及商务活动所必须的银行、邮政、商务中心、多功能会议厅、展示厅等配套设施。

中关村企业两大诉求引导楼市，“新型”商务公寓闪亮登场。“作为中关村创新的活力之源，要关心了解中小企业的切实需求，筑得好巢善待他们，留住中

关村的未来。”有识之士早就这样呼吁，然而不少开发商对这种需求视而不见，以致遭到市场惩罚。据悉，目前中关村多数企业对办公物业有两大诉求：第一，想买不想租。基于创业型公司事业正值起步阶段，用大量的资金来交房租对他们来说很不划算。以中关村中档写字楼为例，每天每平方米租金 5 元，一家公司如果租 150 平方米的写字楼办公，一年付出的代价是  $5 \times 150 \times 30 \times 12 = 27$  万元。一些中小公司自称是给银行和开发商打工，往往奋斗多年，连个固定的办公场所都没有。第二，想买不想贵。买住宅商住两用楼，公司职员和小孩老人同出入电梯，加班时经常受到邻居投诉，对于胸怀远大、注重形象的公司来讲难以忍受。然而，在核心地带办公，既可降低办公的时间成本，又有利于迅速采集信息，中关村又是一个难以放弃的寸金之地。租楼不值，想买写字楼办公也不易，中关村的房子动辄上万元，一百多万的房价，负担太重。日前中关村的一项调查也表明，多数中小企业需要的是单价 8000-10000 元的房子。由于资金原因，中小企业更希望有灵活的付款形式。普通写字楼按揭非常难办，手续复杂，很难取得银行按揭，即使有最多只能到五成左右，年限也比住宅短得多。这对普遍患有资金饥渴症的创业公司来说，还是难以考虑。而七成到八成、20 年的按揭，最终成为公司资产，后期租售变现能力也很强，对成长型公司很有吸引力。针对中小企业性价比及其办公上的特殊需求，新型商务公寓从 2001 年开始登陆市场，随即也受到中小企业的欢迎。2002 年，是中关村 3 年大变样的最后一年，以高档写字楼为主的西区建设已初具规模。在核心区内，除中房集团旗下的中房长远公司近日推出的公司公园——长远天地等，目前西区附近还将有两个商务公寓项目，算上此前登场的韦伯豪、新起点，中关村一带 2002 年将会出现 30 余万平方米此种“重商弃住”的商务项目，这一批价位在八九千元的新商务公寓结束了中关村房价高不成低不就的尴尬。

## 7、商住公寓存在的问题

- (1) (1) 住宅用地，商务功能。北京市场上的多数商住公寓都是住宅用地，土地出让金是按住宅用地交纳的，土地使用年限是 70 年，客户的贷款额和贷款年限也是按住宅的程序来办理的，而商住公寓的多数入住客户都是用来办公，因此商住公寓比写字楼有较强的竞争力。这种开发模式，对于专门从事中低档写字楼开发的发展商而言，存在着不公平竞争。
- (2) (2) 商客、住客难两全。由于商住公寓模糊了办公和居住的功能，办公的人可能会时时闻到邻居住户家里飘出的炒菜味；而住户则每天要提心吊胆地面对川流不息的陌生面孔，对于需要安全、安静、安宁生活的住户来说，商住楼的社区氛围会让住户不能接受。另外，由于居住客户对一些商务配套用不上，物业管理费的分摊，就需要一个行之有效的标准。

## 8、商住公寓的前景。

商住公寓在国外只是一种过渡性产品，但在北京目前却异常的“火”，不过这种过渡性产品不会持续“火”下去。

(1) 供应量的增幅减缓。从近几年商住公寓的供应量和销售情况来看，供应量有增无减，市场表现也比较好，但由于商业区土地储备量有限，规划明确，且该类产品本身有诸多不利商、不利住的弊端，所以预计以后的供应量增幅会减缓。

(2) 商务功能增强。目前有些商住公寓的户型就是普通住宅的户型，并不适合商住，客户选择的原因是位置好，交通方便，价格比写字楼低。随着市

场的成熟，商住公寓将会给客户提供完备的商务硬件设施和多种商务服务。值得一提的是，目前市场上有些住宅用地的项目不再打商住概念，而是打起了纯商务概念，宣称为了提升档次，拒绝纯居住客户，这说明部分发展商已经意识到了“商务客户”和“居住客户”混住的问题，为了多数客户的利益舍弃了部分客户。

#### (四) 住宅 (以小户型为主) 部分

##### 1、以 SOLO 为切入点，小户型还可以找到很多空白

这里说的年轻人是指 SOLO 一族，即年龄在二三十岁的单身青年人，为了摆脱目前漂泊不定的生活，他们有强烈的购房欲望。他们需要什么样的房子呢？

据一项调查显示：

一、88.7%的被访者想买 50 平方米以下的房。由于这样的年轻人工作不久，又没有多少积蓄，不可能买得起大房子的，因此，小户型就成了他们置业安家的首选。但由于市场供应情况，真正对 50 平方米以下的房子有准确概念的人不多。

二、60.3%的被访者希望空间设计能满足 2 人需要。另外，25.2%选择一人使用，14.6%选择 3 人及以上使用。

三、对小户型的偏爱女性 (54.3%) 高于男性 (45.7%)。相比较而言，女性的收入普遍低于同年龄段的男性，且社会对女性在住房方面的要求比较宽容，同时她们也比男性更需要一种安全感、稳定感。

四、96.7%的被访者需要便捷的公共交通。公交汽车和地铁为大多数被访者的主要交通工具，所以便捷的公共交通对他们十分必要。

五、65.6%的被访者需要预留洗衣机位。购买房屋面积较小的被访者对自助洗衣房的接受程度明显高于购买房屋面积大的被访者。购买建筑面积 40 平

方米左右的被访者中 62.5%会考虑租用自助洗衣房，而购买建筑面积在 50 平方米左右的被访者中仅 31.3%的会租用自助洗衣房。

六、78%的人表示在价格合适的情况下，希望购买精装修住宅。本次调查表明，100%的被访者都认为小户型只是自己的过渡性住宅，但其中 85%的人认为即使是过渡性住宅也应力图舒适。60%的被访者认为自己没有过多的精力去装修房屋，所以约有 78%的被访者表示在价格可以接受的情况下，希望购买个性化精装修的住房。

七、71.2%的被访者需要酒店式服务。20 世纪 70 年代出生的这个群体，对于住宅的要求发生了微妙的变化。他们不再单纯用房屋的面积来衡量居住的舒适性。而这带来的是：如果有固定的一笔钱用来买房，他们也许不再单纯追求一个较大面积，而是会选择一个面积较小但品质很高的住宅。在本次调查中，只有 29.8%的被访者表示不需要物业提供任何酒店式服务。41.1%的被访者提及需要 24 小时送餐服务；其次需求较多的是进房打扫卫生(39.7%)、保姆服务(28.5%)、代购物品服务(22.5%)、定时唤醒服务(13.9%)等。

八、大部分被访者重视生活配套。本次调查的这个年龄段的人虽然刚刚开始工作，但所受教育普遍较高，使其具有较高的起点，也怀有很大的抱负。对于这些人，实在的物质生活是重要的，同样重要的还有生活的氛围，是既可以让你放松又可以给你力量的氛围。按被访者认为社区必须配备的生活设施的重要程度依次排序为：24 小时便利店(92.1%)、健身房(80.1%)、小型图书馆(68.2%)和羽毛球室(57%)。按被访者认为社区不需要配备或无所谓配备与否的生活设施的比例依次排序为：琴房(91.7%)、可出租会客室(80.1%)、茶艺馆(78.8%)、棋牌室(74.8%)、24 小时视听室(74.2%)。

## 2、小户型能成为市场的主流吗？

小户型住宅因为总价低，可以满足那些刚参加工作的，或者积蓄不太多的，又没有成家或者刚结婚的年轻人的需求，加上一些投资炒家的推波助澜，一经推出市场反映异常火爆，从表面上看，好像小户型已成为市场热点和市场主流产品。但业内人士同时也提醒，市场绝对不能盲目乐观，更忌盲目跟风。

一、超小户型存在的缺点。调查发现，超小户型主要存在以下缺点：

(1) 总价低，单价高。例如，solo 单价基本在 7000 元/平方米以上，这一价格水平对于购房者而言实属不低；而且各种生活所需的配套服务都是有偿的，生活成本也高，各性能比自然是其最明显的弱项。(2) 工程建设质量、采光、通风、景观差。目前市场上供应的超小户型几乎全部是在原设计基础上经过大量修改后的产品，个别的甚至是在建成现房后重新动了手术改成的，这些经过修修补补打造出来的超小户型，其工程建设质量可想而知。同时很多小户型设计不合理，居室厨卫同在一条直线上，形成一个狭长空间，房间的日照、通风、景观都不是很好。(3) 使用率低：小户型由于墙体和公摊多，因而室内实用面积太小，像十几平方米的房子，除了卫生间外，基本就是睡觉的地方，没有正规的厨房。(4) 物业管理难。对于同等规模的社区而言，小户型的户型会比普通户型激增很多，其物业管理难度可想而知。一般而言，一梯二三十户，管理和安全问题凸现。

二、小户型的市场前景。小户型的热销从概念及短期收效上无疑是相当成功的，但同时应该清楚地认识到这毕竟是短期性、过渡性的一类产品，它只是满足了一小部分购买力有限又急于拥有住房的购买者的需要。过分热捧超小户型概念，会给购房者和开发商造成误区，忽视了这一产品的局限性、过渡性及总体购买力的有限性。同时，中国的商家向来喜欢跟进，小户型纵然一时热销，

但市场总是有一个饱和度，如果大家都做小户型，最后难免又形成新的积压。虽然北京市场上对小户型的需求很热烈，但是小户型的开发有一定的局限性。建委对居室面积都有一定之规，小户型不可能有太大发展力。小户型要求交通位置好的地段，在市区内推出可能比较受欢迎，但如果在远郊区推出小户型行不通的可能性比较大。小户型一定要做精、做细，强调符合消费者的需求，而不要一味强调小，不能简单的将小户型简单地定义为“蜗居”。

三、大小户型如何配置？调查数据显示，2002年购房者中分别有66.3%和25.6%的人选择二居室和三居室；面积主要集中在70-90平米和90-110平米之间，这说明购房者更倾向于紧凑型的二三居。因为这样的户型更能够满足购房者的基本生活需要。此外，以一栋塔楼为例，论面积大户型比小户型能多出15%至30%的面积，论造价小户型比大户型要多出15%至20%，这一进一出的利润使得一个楼盘在大小户型的配置上更应该有一个合理的界定，否则将会造成成本的不必要浪费，使消费者承受额外的费用，加大购房的风险。因此，一个楼盘的小户型控制在25%以内应该还是比较合理的。

### 3、“袖珍”住宅产品市场状况和产品缺陷

2002年北京春季房展会再次显示，小户型楼最好卖。而其中22套面积为18.69平方米的“袖珍”小户更是夺人眼目，在展会头天一开盘便被抢光。由于北京的房价始终居高不下，低总价的小户型实际上近两年在北京一直成为人们追逐的热点。像今典花园的小户型二代、九龙花园和中关村地区出现的非常宿舍等项目都卖得非常快。但以往市场上的小户型大体都在50平方米至70余平方米之间，总价多在30万元至50万元之间。绿景苑“袖珍”户型的推出，使北京市场上出现了20建筑平方米以下的低总价房，这一市场现象引起了业界的

广泛关注。在如今住宅产品供过于求的市场情况下，一些开发商已经意识到，如今的房地产市场的最大卖点是抓住 30 万-50 万元房价需求的缺口，以小户型迎合市场的需求，巨大的市场需求也在期盼着低总价房的涌现。然而，“袖珍”小户型的市场有多大，业内人士可谓见仁见智。中原房地产顾问公司认为，北京市场对低总价住宅的需求非常大，但这类袖珍小户型由于在设计上具有较大的局限性，而且墙体多，公摊多，18 余平方米的空间最后可使用的也就是 14 余平方米，只能做纯过渡性住房，它要受到区位、配套服务等基本条件的限制。绿景苑此次推出的小户型楼中的袖珍套型居室厨卫同在一条直线上，形成一个狭长空间，没有任何设计技巧，而且房间的采光基本上都是东西向的，日照、景观都不是很好。据开发商介绍，该项目二期工程的三栋住宅楼中，这座小户型楼夹在两座塔楼之间，位置最差。有专业人士提出，这种十余平方米的袖珍小户型实为北京高房价挤压下的一种无奈的产品，这种住房从产品本身来看是有违住宅人性化设计的，是现代版的“筒子楼”，不该大量开发。

## 伍、 六、 重要类比物业调研

### （一）建外 SOHO 商铺

#### 1、概况

建外 SOHO 位于国贸中心对面、国贸桥西南侧的朝阳区建国门外大街 4 号，它共有 14 幢 SOHO 公寓、2 幢写字楼、4 幢 SOHO 别墅、4 幢 SOHO 办公楼，工程总建筑面积约 70 万平方米。其中公寓 37 万平方米，写字楼 9 万平方米，商铺 8 万平方米（在售的一二期、第一大道商铺部门共计 2.4 万平方米左右）。整个建外 SOHO 商铺临街而建，为开放式步行街区。

## 2、产品多样

单层商铺：一层商铺和二层商铺有直接对外的出入口，主入口在一层

复式商铺：一、二层，有单独内部楼梯连接上下层

三层商铺：自动滚梯、电梯和楼梯直接到达，出口和入口整层公用

## 3、产品特点

商铺层高 3.5 米；所有商铺均为大开面落地窗，增加了其通透性。

## 4、周边环境

商铺周围均有宽阔的市政道路；小区内共有 16 步行街，命名为 SOHO16 街，很又特色；整个小区规划人口在 3 万人以上；小区内穿行有小桥和下沉式花园；小区设有设备齐全的俱乐部；仅部分商铺设有卫生间，店铺内的卫生间仅预留上下水，不做任何装修，公用卫生间精装；地下车位非常充足，且从地下可到达不同的楼座大堂；区内在各个建筑层面上有立体绿化系统，地下一层和一层为公共绿化广场，在四层有屋顶花园。

## 5、装修说明

楼层高度：各建筑层达 3.5 米

各店铺单位室内：地面为水泥地面，墙面为腻子刮平

整体设备：设有楼宇监控系统和中央集中空调，宽带、卫星及有线电视线缆停留在竖井内

## 6、价格、付款方式

(1) 一层、二层复式单价：28303 元/平方米（一次性付价）

30149 元/平方米（按揭价）

三层单价： 18147 元/平方米（按揭）

(2) 按揭为六成十年按揭，签合同同时首付 10%，签合同一个月内付 20%，签合同两个月付 10%。

备注：租金情况，预计为 35 美元/平方米/月

## (二) 国英 1 号 (商住公寓)

### 1、 1、 概况

国英 1 号位于西二环内中央金融街西南角，距离西直门交通枢纽 200M，距离平安大道 200M。是本次考察的项目最具有对比意义的楼盘。它总面积 44000 平方米，东西向 12 层，南北向 14 层，14 种户型，外墙为全玻璃幕墙。

### 2、 2、 定位

国英 1 号的物业形态为商住公寓，它的消费者定位于创业型的公司和个人，其广告口号为“成长型企业之原始资本牧场”“后 WTO 时代商务牛仔 & 创业英雄商务擂台”。

### 3、 3、 配套

高级会议中心，视频会议系统；咖啡厅，员工食堂；康乐设施；分体式空调；地下车位充足；天然气、热水和暖气入户；每户 4 部电话线；5 部合资电梯等。

### 4、 4、 价格及付款方式

(1) (1) 商住公寓均价 9380 元/平方米、起价 9050 元/平方米，

底楼商铺价格 25000 元/平方米（据说已经被整买出去）。

- (2) (2) 预计租金：商住公寓 3.2 元/天/平方米
- (3) (3) 物管费：3.68 元/天/平方米
- (4) (4) 车位：售价 13 万元——15 万元/个（外加 150 元/月管理费）

租金 500——600 元/月/个

- (5) (5) 首付 20%，其余 80% 25 年按揭

### (三) 其他物业情况

项目名称	物业类型	单价 (均价) (元/平方米)	位置	备注
长远天地	写字楼	8500	海淀南路与 苏州街交汇 口东北位置	总建筑面积 12 万平方 米，商业面 积 16806 平 方米
	底商	一层：25000 二层：15000 三层：10000		
天兆家园	住宅	A 座 7 楼： 7980 B 座 18 楼： 8400	西直门北大 街	温泉入户，9 元/吨，物管 195 元/月/平

	底商	一层：25000 二层：20000 三层：18000		方米。底商部分每层2000多平方米且整层出售。
远洋风景	住宅	精装修：8600 清水房：8068	西直门桥东北300米	
豪迈时代	商住两用公寓	初装修：7500	西直门桥北200米	以交通为诉求点：公交、地铁、轻轨。
威凯星期8	小户型	7900	积水潭地铁以北小西天牌楼向西300米	户型从50到130平方米
SOLO	小户型	8800	崇文门地铁南	总建筑面积5万平方米
荣丰2008之非常男女	小户型	起价：7300 均价：7600	宣武区广外大街305号八区	精装修
时代之光	住宅	均价：8500	西直门北大街	塔楼
盛华园	住宅	均价：7300	西直门内赵登禹路西侧	华润置地
德胜世嘉	住宅	7500-7800	德胜门桥北200米	总建筑面积2.2万平方

				米
银都中心	写字楼 公寓	12000-19000	西直门北大 街	塔楼
观河锦苑	住宅	起价：6688 均价：8000	新街口大街 30-32号	板楼
官园公寓	公寓	起价：13900 均价：14500	官园翠华街 1号院	板楼
金晖嘉园	住宅	均价：8300	西直门桥畔 东北角	15万平方米
	写字楼	均价：18000		10万平方米
	商业	未知，属于第 四期开发的范 围		5万平方米

#### (四) 综述

本项目附近的类似项目的价格变动范围如下：

商业：三层 10000—18000 元/平方米

二层 15000—20000 元/平方米

一层 25000 元/平方米左右

写字楼：均价 8500—19000 元/平方米

住宅：均价 7300—8500 元/平方米

公寓：均价 7500—14500 元/平方米

小户型：均价 7900 元/平方米左右，其中 SOLO 和荣丰 2008 之非常男

女

不属于本区域范围。

## 六、 七、 成本问题

成本项目		写字楼	住宅
土地成本		4000 元/平方米	4000 元/平方米
建安成本	土建	3000 元/平方米	1500 元/平方米
	装饰		
	安装		
	配套设备		
基础设施	市政配套	200 元/平方米	160 元/平方米
	绿化费	8 元/平方米	8 元/平方米
	小计	208 元/平方米	168 元/平方米
前期工程	设计费	造价的 2% (60 元/平方米)	造价的 1.5%(20 元/平方米)
	外部监理费	造价的 1% (30 元/平方米)	造价的 1% (15 元/平方米)
	小计	90 元/平方米	35 元/平方米
税金 (5%)		1000 元/平方米	600 元/平方米
财务成本 (3%)		600 元/平方米	360 元/平方米
管理成本 (4%)		800 元/平方米	480 元/平方米
营销成本 (5%)		1000 元/平方米	600 元/平方米
不可预见成本 (1%)		200 元/平方米	120 元/平方米
合计		10890 元/平方米	7863 元/平方米

## 备注：

- 1、 1、 绿化达标费为 5500 元/平方米。
- 2、 2、 预设本项目为商业地产和商住楼混合的复合地产项目。
- 3、 3、 预设商住楼部分为 12 层电梯公寓，纯商业地产为 5 层；全框架，中高档外墙材料（铝塑板），室内公共空间中档装修；室内电梯、浮梯、中央空调等基本商住配套齐全，室外配备小型广场、内廊和少量集中绿化点。
- 4、 4、 商业房预计售价：20000 元/平米；商住楼预计售价：12000 元/平米
- 5、 5、 本项目其他不能公摊的配套设施（如车库）暂不纳入本次成

本分析，届时可以按照成本销售应该不成问题。

## 八、竞争的风险

1、西环广场不论从规模（占地面积 5.99 万平方米，建筑面积 26.58 万平方米，商业部分达 10 万平方米），还是交通（西直门交通枢纽范围），以及开发商（北京金融街建设开发有限责任公司）上都很有优势，而且离本项目位置很近。

2、金晖嘉园的四期的 5 万平方米集商业、娱乐、服务为一体的配套区，也是本项目的直接分流对手，它也是离本项目很近，就和本项目地块隔一条二环路。

3、还有其他的专业规划的市区内的综合商业项目如大钟寺—双榆树等以及象建外 SOHO 等住宅或写字楼底上也会对本项目造成间接分流。

## 七、 八、 关于本项目的几点建议

- 1、 1、 调整现有方案，去掉酒店等固定资产形态，降低商业房产的总量，修建一定的住宅形态。
- 2、 2、 控制地价，建议商业部分和商业住宅部分分开计价。
- 3、 3、 本项目的物业形态应包括商业、娱乐、公寓（或写字楼）、小户型住宅，其配比应通过全面的市场调研来确定。
- 4、 4、 商业部分建议只作到三层，可以借鉴建外 SOHO 的方式：一层和二层作复式结构，三层单独成一个整体，独立设计入口和出口。
- 5、 5、 商业部分的策划必须做到综合性，同时还要围绕一两个特色

业态。。

- 6、 6、 整个项目运作最好引入当地比较有经验和实力的专业公司进行前期调研、项目定位、产品策划、概念设计、以及营销管理。
- 7、 7、 市场定位、产品定位、消费者定位、价格定位都需要进一步的市场调研和论证。

2003年5月1日