

城市综合体系列报道之二

“每座城市都需要带领其步入国际化的城市综合体。”建筑大师勒·柯布西耶如此评价城市综合体的价值。在城市发展的进程中,综合体产生的作用不可小觑,好的城市综合体必定会使城市价值得到全面提升。

在省会郑州,从郑州国贸中心的成功探路,到当下巨商云集竞相追逐,7年来,城市综合体从星星之火到燎原之势,更从一种建筑形态上升为新的经济形态,点睛一城繁华。

作为最能代言城市发展方向、提升城市价值的必需品,以及一种被市场普遍追逐的建筑形态,城市综合体为郑州带来了哪些改变?相比前几年,最近两年郑州的城市综合体开发呈现出什么新趋势、新特征?在巨商云集群龙聚首、城市综合体大规模爆发的背后,存在怎样的市场隐忧?未来,谁又能真正成为城市的真正引领者?

开发

巨商云集群龙聚首

巨商云集、群龙聚首,如此形容郑州的城市综合体开发热潮,似乎再合适不过。

从华润、绿地、万达、宝龙、升龙等全国地产大腕,到建业、正商、新田、清华园等本地龙头房企,郑州城市综合体的开发建设,无疑已成为地产大鳄的角逐舞台。

自2005年以来,郑州国贸中心、曼哈顿广场、方圆创世、大上海城、长城·康桥华城等城市综合体开始在郑州出现,并且呈现一发不可收拾之势,如今,它已经成为大型房地产项目的首选业态。

时间回溯到7年前。花园路上,郑州国贸中心的横空出世,让其成为郑州时间最早且取得巨大成功的城市综合体开发的“探路者”。作为彼时郑州城市中心最大规模的复合型地产项目,特色商业、高档写字楼、小户型公寓等业态的全新符合加上一线商家的强力集结,使之成为郑州市民体验潮流时尚、进行休闲购物的必选之地,也让花园路商圈从此风生水起。

作为升龙集团在郑州的首个项目,2005年,集高档住宅、公寓、写字楼、商业等多种形态于一体的大型城市综合体——曼哈顿广场开建,项目融合了时尚购物、高档餐饮、休闲、娱乐为一体,注重体验感与互动感,以“在购物中休闲,在休闲中购物”成为中原商业的一大亮点,更成为郑州东部区域的商业与购物中心。

曼哈顿广场的成功开发,也让集团从此走出了一条独具特色的城市综合体开发之路。2008年,从城中村改造而来的升龙国际中心成为西南区域内首个大型的城市综合体项目,这个集高档居住、高级智能办公、主题商业街区为一体的项目在商业上取得了巨大的成功:实力雄厚的大润发超市、坤业百货、台湾NOVA数码、奥斯卡电影院线、国美电器、赛博数码广场以及各个知名连锁品牌的相继入驻,让其以一己之力在大学路上打造出了一个新的商业生活圈。

2011年,万达广场的到来,让郑州市民对城市综合体所特有的魔力有了更深刻的体会。作为万达独创的商业模式,万达广场包含精品百货、大型超市、数码广场、商业步行街、餐饮、影院、KTV、电玩城等丰富业态和品类,各种功能有机联合,能满足不同年龄段、不同性别、不同时间的客户需求。如今,舒适的环境和购物的便捷,已经使中原万达广场成为人们多次重复购物的最佳休闲场所。

此外,更多以“城”为名的大型城市综合体——正商城、升龙城、阳光城等正以更大的开发体量、更齐全的物业形态、更完善的功能,在郑州掀起新一轮的造“城”运动,也让郑州的城市综合体进入一个全新的“战国”时代。

如果说,一些已经亮相多时的城市综合体已经为人们所熟知,而一些刚刚露面或即将推出的城市综合体项目,则预言了未来郑州的综合体之战还将更加激烈和白热化。

华润万象城虽然尚未在中原露出“庐山真面目”,但已经通过“深圳万象城”之行,预先公告了其未来在郑州的“芳容”。记者了解到,华润万象城最大的魅力,在于其在业态规划时吸取了国内外ShoppingMall经营的经验和教训,为了避免购物中心主题缺位和同质化,“万象城”的建设和招商过程中始终围绕“全新的业态组合”理念,致力于打造有当地都市文化品位且富有个性化的主题购物中心。

更大的巨无霸还在后面。去年底,由金源百荣投资控股集团有限公司投资约260亿元的郑州CSD国际时尚商贸中心项目(CSD为中央休闲购物中心的英文缩写)正式签约,这个横跨二七区、管城区占地约3000亩的地产巨无霸,既有商场、5A级写字楼、住宅,也有箱包、服装等批发市场,还有国内最大的室内游乐场,6年的建设工期之后,它将是郑州市体量最大的城市综合体。

城市综合体代言郑州新未来

本报记者 李莉

价值 代言城市发展方向

尽管有珠玉在前,雄心勃勃的后继者依然源源不断。从2005年郑州国贸中心对城市综合体开发的成功探路,7年之后的今天,这一建筑形态已由原本的星星之火渐成燎原之势。

“在城市化快速发展的背景下,对土地资源有着高效、集约利用的城市综合体是一种开发趋势。如今,住宅地产的黄金十年已经过去,商业地产的黄金十年正在到来,而综合体作为结合多种功能的一种城市功能体,已经成为提升城市价值、提升人居质量、提升商业水平的强大动力,可以说,中国地产迈入了综合体时代。”河南财经政法大学研究院常务副院长、房地产经济研究所所长李晓峰对这一现象如此解读。

“城市综合体是一个城市发展到高级阶段的产物,当人均GDP达到4000美元、城市化水平在45%~50%时,消费需求开始由单一的购物需求向综合消费需求发展,此时便具备了建设城市综合体的条件。”他表示,“2010年,郑州人均GDP已达4400美元,城市化水平在2007年时就达45%,因此已有承载商业综合体建设的经济基础。而作为中原经济区的龙头,郑州城市化进程正在高速发展,根据郑州都市区建设规划,到2020年,郑州都市区总人口达到1500万人以上,建成区面积达到1000平方公里以上,城镇化率达到80%,这为近几年及未来几年城市综合体的大量开发提供了市场基础。”

“城市综合体是与城市规模相匹配的。”升龙集团郑州尚锦房地产开发有限公司总经理肖浩燃表示,城市综合体可以为人们提供一个方便、快捷、经济、集多种功能于一体的综合空间,让人们充分享受高效率的生活和工作。郑州作为我国人口较多的城市及河南省省会,需要大量的城市综合体来匹配城市规模。“郑州目前对城市综合体的需求旺盛,城市综合体提供的一站式消费也日渐成为郑州的消费主流,城市综合体也必将持续增多。”

作为一手打造了郑州国贸中心的开发商,在新田置业总经理冯常生看来,如今郑州的城市综合体呈现出“规模更大、业态更全、政府支持力度更强”的新特征。

考验 开发商实力竞技场

由于高度集合了高档住宅、区域商业、写字楼等各种物业形态,城市综合体无论前期定位、规划、设计还是后期的持有、运营,复杂程度远远超过住宅开发。因此,城市综合体的操盘难度如何,实际上是对开发商在规划、招商、推广、资金运作等方面整合能力的考验。

在众多业内人士看来,城市综合体无疑是实力派品牌开发商的“竞技场”。“做城市综合体,开发商需要相当强的资金实力及操盘智慧。”李晓峰认为,城市综合体的开发是一个社会资源高度整合的专业过程。除大量的资金投入外,它还要求开发商对政策、建设技术、商户、消费市场把握等各方面社会资源有极强的掌握、整合能力,这是一个综合体开发者所必须拥有的基本素质。

“开发商不仅需要实力,更需要有眼光,做好整体规划。”冯常生认为,“不同于住宅的快速销售,城市综合体中有大量的持有物业,这就对开发商的实力提出了更高的要求,不仅要有更高的资金实力,还要有引进丰富商业资源的实力;其次,打造城市综合体往往意味着一个新商圈的诞生,因此,开发商还要有独到的眼光,对项目选好址、定好位,对其中最为重要的商业部分做好整体规划,定好格调,避免杂乱无章。”

“城市综合体的启动规模较大,资金投入较多,开发周期较长,因而需要开发商具备独立的开发条件,成熟的开发经验和雄厚的开发实力。”肖浩燃表示,开发城市综合体,不仅要求开发商具有很成熟的开发管理模式以及开发管理经验,而且在打造城市综合体过程中,还应该注意开发时机。因为,虽然综合体本身具有一定的内部支持,但是大体量的开发仍然需要有大社区消费量的支撑。

在肖浩燃看来,城市综合体的特征之一就是拥有齐备的生活系统,但同时这也是城市综

合开发中的难点。为满足精英阶层的居住、消费、休闲、娱乐、社交等多种形态的高品质生活需求,大型城市综合体建筑必须拥有齐备的生活系统,“这就要求开发商打造品牌效应,合理规划,聚首巨商。”

按照业内最成熟的理论,一个标准的城市综合体标志是持有物业的部分,由于综合体项目的人群是复合的、多元的,这就需要商业物业占主导,以深圳标志性城市综合体——华润中心为例,一期开发的是大型购物中心万象城,二期是酒店。商业是整个综合体的立足之本;其次是酒店与写字楼,住宅只是一个附属产品。

大量的自持物业,无疑对开发商的后期商业运营及管理能力的提出了极高的要求。业内人士表示,在林林总总的城市综合体中,其商业运营模式往往有很大差别,而这,往往也是城市综合体最核心的竞争力。其中,万达以一般商业地产开发商难以置信的速度,保持着一年十几个万达广场的扩张速度。有不少行业资深人士评价,万达集团在商业地产方面之所以能够快速发展,主要是其在商业地产的发展过程中,逐渐形成了自身完整的产业链,包括项目选址、规划设计、开发建设、订单招商和后期经营管理。特别是在后期经营管理,已经成为万达集团商业地产快速发展的核心竞争优势之一。

郑商二七万达广场营销负责人也表示,作为第三代城市综合体,与其他的商业综合体相比,其最大的不同就在于万达独特的商业运营模式。“城市综合体能为开发商带来巨大的利益,但必须看到,城市综合体具有很大的操作难度,开发商的资金、经验、商业运营、追随品牌客户等,可以说缺一不可,一般中小型开发商难以胜任。”李晓峰总结说,而只有拥有这种综合实力的开发商,才能成为未来城市建设中的主角。

未来

唯创新方可制胜

据商务部门提供的数据,目前,省会郑州无论是老商圈的升级改造,还是新商圈的规划建设,其中体量大、档次高、功能全的城市综合体项目占到整个商贸流通项目投资规模的70%以上。那么,如此大的开发量是否有足够的消费支撑?激烈竞争中,谁又能真正成为未来城市的引领者呢?

采访中,不少业内人士表示,城市综合体的发展将经历“强”淘汰“弱”的市场过程。

“从二七商圈,到郑东新区CBD,再到老城改造,在郑州,城市综合体的开发往往会配有大体量的商业,商业地产的附加值高,这点大家已经达成共识,但大体量商业的成功不但在于招商的量和质,更在于后续经营阶段‘养市’的成功。”对郑州近几年城市综合体大量涌现的现象,河南财经政法大学教授、城市发展研究中心主任刘社有着自己的看法,她认为,在城市综合体中最为核心的是商业部分,因此,对于城市综合体的质疑,绝大部分是来自“商业过剩”的质疑。

“城市综合体中的商业地产大部分走的是‘区域商业地产’的路线,因此,区域‘支撑点’在哪里,也成为决定城市综合体能否取得成功的‘危险点’。”刘社说,商业街的建设需建立在一定消费人口基数和消费水平上,因而对市场基础、消费容量、消费水平的分析显得非常重要。“不少开发商总是希望商业规模越大越好,底商越多越好,但如果一味追求规模,而忽视市场基础的话,带来的必然是高市场风险。个别城市综合体建成之后固定消费者数量不足或消费层次达不到,造成有场无市的困境,漫长的市场培育期对开发企业造成不小的拖累。”

针对这些问题,她建议:“开发商在开发城市综合体时首先要做好差异化、个性化定位,不能仅仅盯着自己的单个项目,而是放眼区域全局,避免商圈互相覆盖而造成的消费者分流和商业过剩;其次,选址时还要对周边主要城市道路的运输能力作出评估,最好选择地铁口等交通便利、人群集结疏散能力较高的区域,同时超前规划停车场,避免因拥堵造成的消费人群逃离。”

此外,更大体量、更大规模的开发,也让“同质化”已经成为横亘在城市综合体面前的一座大山。

“大体量的开发意味着更激烈的竞争,而更激烈的竞争则意味着只有创新才能取胜。”冯常生说,随着万达、华润等一线商业地产运营商进驻郑州,一方面它们带来了在产品形态、商家组合、后期管理等方面更具标准化的城市综合体项目,大幅提升了郑州的商业形象,另一方面,它们也让郑州城市综合体的竞争更加激烈。

“城市综合体的开发量是否供过于求还需要市场来检验并调节,从目前来看市场对城市综合体的需求还处于增长期,但如果在发展到饱和期前开发商就提高项目品质,同时开发创新型城市综合体,便可避免同质化竞争。”他表示,城市综合体所谓的“综合”并不是所有物业形式的大而杂糅合,为避免“千体”一面的同质化竞争局面,开发商在打造城市综合体时要根据该区域特点有所侧重,做好项目定位、做出特色,从而吸引不同的消费人群。

冯常生说,在以城市经营为己任的都市综合体开发商的眼中,都市综合体的意义并不局限于这个项目的业绩,更在于其对区域经济的标识性与强化作用。“因此,未来的城市综合体必须以国际标准为风向,提升城市的现代化与国际化水平。同时我们还需要具有个性、能够体现城市特色、代表城市形象、以尊重城市文化肌理为内核的超级综合体,来树立起对这个城市的自信心与自豪感。”

制图 柴莹莹

