

## · 楼市动态 ·

## 泰禾集团支持中国羽毛球公开赛

日前,中国羽毛球公开赛在福州海峡奥体中心盛大举行。来自中国、丹麦、西班牙、印尼、马来西亚、韩国、日本等19个国家和地区,共214名运动员参赛。经过一场场激烈的角逐,福州这座福建省会中心城市也因中国羽毛球公开赛的举办,让全世界的目光再次聚焦。

据悉,该项赛事从2014年起连续四年由泰禾集团独家赞助,如今这项赛事又回到了诞生地福州。泰禾集团董事长黄其森表示,福建是羽毛球大省,文化底蕴很深厚,很有群众基础,很多世界冠军都是在这里诞生。得知中国羽毛球公开赛要在福州举办后,泰禾希望回报家乡,回馈社会,支持家乡事业。资料显示,泰禾集团一直坚持“为城市创造作品,为时代奉献精品”。尤其是投资高达200亿元、建筑面积超过150万平方米的福州东二环泰禾广场去年底建成开业,以前瞻性的规划设计、高规格的定位和丰富的全新业态,实现了泰禾“给世界一个新福州”的承诺。北京商报记者 董家声

## 远洋举办“小公民”创新公益活动

由北京远洋之帆公益基金会、中国少年儿童新闻出版总社、辅导员杂志社联合发起的“小公民”创新公益项目征集活动近日在广州远洋天骄圆满落幕。来自北京、天津、上海、武汉、大连、广州6个城市的11组师生代表参加了全国最佳案例的展示活动,为现场观众带来了丰富多彩的公益成果。“小公民”创新公益项目征集活动,以倡导社会关注少年儿童的“小公民”责任意识培养为目标;通过公益征集活动积极有效地调动少年儿童实践精神和创新潜能,用实际行动传承中华民族的传统美德。

活动分为社区站及学校站两大阶段,自6月启动以来,获得全国少年儿童的热切响应,截至10月底,共累计收到公益案例超900个,覆盖全国19个城市的60个社区和全国114所学校。经过各城市线下专业评选及网络投票评选,学校站20个项目获得“小公民”创新公益全国最佳案例奖。北京商报记者 董家声

## 凯德MALL开启圣诞购物季

11月26日,凯德MALL·西直门点亮中庭的圣诞树装饰,拉开凯德2016圣诞季系列活动的序幕。精彩纷呈的现场活动和激情四射的摇摆派对带来浓浓的圣诞氛围,吸引了很多消费者驻足参与。据悉,凯德2016圣诞季从2016年11月26日持续至2017年1月3日,第二波活动“凯德疯狂购”将于12月10日全国启幕,届时将在全国发放价值1亿元的优惠券。

圣诞统一亮灯是凯德旗下购物中心的年度标志性活动。继去年“绚丽圣诞”亮灯仪式后,今年以“摇摆圣诞”(Swing to the Christmas Joy)为主题,在全国的46座购物中心同一时间举办亮灯仪式,用独创的摇摆神曲和歌舞秀,在全国掀起时尚、耀眼的圣诞新风潮。本次活动的最大亮点便是各地都邀请了当红网络主播全程直播圣诞亮灯仪式,全国项目将同步直播现场亮灯画面,打造属于凯德的圣诞网络直播盛世,与全国的消费者一起舞动圣诞。

凯德商用中国区董事总经理蔡梅凤表示:“凯德始终致力于打造潮流、精致的生活方式和体验。网红时代推出‘摇摆圣诞季’,全民参与互动,新玩法、潮科技席卷全国,既接地气,又别具一格。”北京商报记者 彭耀广

## 思源旗下聚乐汇举办品牌推介会

11月30日,思源地产旗下商业品牌聚乐汇于聚乐汇·双桥店招商中心举行“聚乐汇品牌推介会暨年终答谢会”。会上,思源地产服务集团总裁周巍、各联发品牌代表分别就社区商业发展趋势以及聚乐汇品牌未来发展模式进行了深入探讨。据了解,经过近三年的探索与实践,思源地产完成了围绕社区配套服务,聚焦社区体验式消费的高成长型社区商业品牌——“聚乐汇”。

目前,聚乐汇品牌已经形成成熟的4+X业态商业模式,并形成聚乐汇·乐享中心和聚乐汇·悦享中心两条产品线,其中乐享中心是以零售配套+儿童业态+休闲体验+聚财餐饮+X的生活型社区商业中心;悦享中心是以时尚精品+商务配套+长租公寓+聚财餐饮+X的商务型社区商业中心。

据思源地产服务集团副总裁王璇介绍,2016年,聚乐汇品牌开始进入发展的快行道,未来三年,聚乐汇品牌将继续以北京为大本营,五年内快速覆盖全国经济活跃的三线城市,落地项目将超过50个,预计运营商业面积超过300万平方米。北京商报记者 彭耀广

## 国泰百货离场 变身自持+散售

## 北京ONE商业换装难救场

曾经的通州“神盘”北京ONE再有新动作。近日,由该项目开发商持有的一栋商业综合体再度亮相,其中B1层至4层选择自持招商,5层至7层对外销售,销售均价7万元/平方米。实际上,北京ONE商业楼此前曾引入国泰星悦百货,但是开业不足半年就人去楼空。此次,北京ONE对商业部分进行翻新,通过自持+散售的模式再次出现,然而,商业综合体同质化严重,该项目周边又面临通州万达广场以及运河核心区一批商业项目的竞争,未来前景有待观察。



## 商场再度亮相

“北京楼市看通州,通州楼市看‘北京ONE’”,提起北京ONE项目,一位长期从事房产营销的业内人士表示,无论是当年的营销手段、市场转向时项目价格的大起大落,还是曾经被曝出的负面事件,位于通州的北京ONE项目可以说是知名度较高的楼盘。

去化率一直不快的北京ONE近期又出现在购房者的视野中。上周,北京商报记者接到该项目推销房源电话,销售人员称,北京ONE商业楼正在出售,均价约7万元/平方米,户型面积最小仅13平方米,是较好的投资选择。

据了解,北京ONE项目的这栋商业楼曾经于2014年引入国泰百货旗下的星悦百货,然而开业不足半年,星悦百货北京ONE店就面临大部分商户撤离、半数商场空置的尴尬境地。业内人士分析认为,虽然星悦百货被定位为国泰百货旗下的高端品牌,要打造成新都市中心精品购物新地标,但店内知名品牌较少,业态缺乏亮点,在万达广场儿童、餐饮、零售业态更占据优势的情况下,星悦百货的生存空间显得越发狭窄。

据该项目销售人员介绍,曾经引入的商场因资金链断裂撤走了,这次是开发商决定对商业部分重新装修后进行招商和销售。

## 自持+散售模式

值得注意的是,北京ONE商业楼的再度亮相,却并非是通过引入品牌的方式,而是采用了自持+散售的模式。

11月29日,北京商报记者来到位于通州新华大街与新华南路交汇处北京ONE项目营销中心。据销售人员介绍,该项目商业楼的B1层至4层选择自持招商,5层至7层对外销售。其中,开发商自持部分具体规划为,B1层为超市;1层为珠宝等奢侈品;2、3层为儿童主题乐园;4层为品牌服饰。出售楼层拟规划为,5层以小户型为主,面积约13-20平方米,未来可以做小商品经营;6层户型较大,最小面积为54平方米,未来规划为餐饮区;7层整体出售。

上述销售人员进一步称,在售的商业楼价格为7.15万-8.5万元/平方米,购房客户可以参与团购活动,交10万元后开发商会在价格上给予一定优惠,优惠约1万元/平方米。

此外,销售人员还表示,无论购买哪种户型的商铺,均能拿到房屋所有权证书,即便是十几平方米的小户型。北京商报记者在北京市住建委网站查询到,北京ONE由北京实地房地产开发有限责任公司开发,商业楼备案名称为鑫源源大厦,于2010年拿到预售许可证,并于2014年10月20日取得现房销售许可,但销售总套数仅为13套。

## 换装能否救场

有业内人士分析认为,曾经引入国泰星悦百货,但运营较短时间后便黯然离场,本次北京ONE商业综合体“换装”后,选择自持招商+散售的模式,能否重新来过,仍是未知数。

按照该项目销售人员阐释的自持楼层的规划来看,类似的商业综合体面临同质化严重的问题。无论是内部空间的布局,还是从定位、功能、业态组合方面,北京ONE商业综合体目前的规划并没有十分突出的特点,这在千篇一律的竞品中很难突围。

谈及竞品项目,不得不说,随着通州区建设配套的不断改善,包括通州万达广场、环球影城,以及通州运河核心区由诸多房企开发的商业配套(如远洋新光天地、绿地中央广场、新北京中心等),都会加剧区域内商业项目的竞争,相比这些商业项目,目前北京ONE商业并不具备什么优势。

此外,除自持B1层至4层外,5层至7层对外出售后小业主的出租行为难以统一管理,尤其是5层以小户型为主,6层规划的餐饮区也很难协调业态布局,这些或许都将成为制约北京ONE商业项目发展的因素。

北京商报记者 彭耀广

## 12月9新盘预计入市

## 北京新城小户型将唱主角

受低迷的楼市气氛影响,12月楼市依然仅有9个项目计划入市。

数据显示,12月,包括合湖湾、首创禧悦府等4个纯新盘,以及五和万科长阳天地、北京城建·上河湾等在内的5个老项目后期在内,共9个住宅产品入市销售。

亚豪机构市场总监郭毅分析认为,“9·30”调控政策给楼市带来了深远影响,房企在主动和被动两方面原因下,供应意愿快速下滑。其一是基于市场预期的改变、首付比例的提高,造成目标客户大量流失,在蓄客不足的情况下,一些项目不得不被动推迟入市时间;其二是主管部门对项目预售和现售价格的管制下,开发商

无法以此前预计的价格取证入市,基于对自身项目和产品的信心,主动延后上市进程,将希望寄托在未来价格管制松动的可能性上。

统计显示,2016年前9个月,北京纯商住宅月均新增预售项目量达到14个之多,而在“9·30”之后纯商住宅的预售量大减,10月仅4个项目取证,11月截至24日则仅有3个纯商住宅项目取得预售许可,而这一趋势将至少延续到明年一季度。

从当前计划入市项目特征来看,急于在年底入市的项目以郊区居多,9个项目全部位于五环以外,其中六环以外项目超过半数,并且以中小户型为主。同时,目前北京商

品住宅存量超过八成位于五环外,六环外占比也达到将近四成。

郭毅认为,在持续性收紧调控的背景之下,随着置业需求的减弱,库存的压力将会持续上升,特别是郊区住宅面临着一定的市场风险。

北京调控新政中,明确提出加大土地市场供应,结合此前土地供应的区域特征来看,新增土地供应将以五环外甚至是六环外的郊区为主,再加上“90/70”政策,使得未来郊区为主战场的楼市供应中,中小户型商品住宅将会明显激增。除此之外,加大供应的政策性住房也与部分郊区项目的产品有所重叠。

北京商报记者 董家声