

## 租金暴涨逼企业逃离 CBD

北京租金最昂贵的写字楼国贸三期,在3年的时间里,租金上涨了3倍。一位不愿透露姓名的租户告诉本报记者,3年前,公司刚刚搬到国贸三期,彼时房租只有300元/平方米/月,不过到了2012年,国贸三期对外的报价刷新到了1000元/平方米/月,并提出了一些苛刻的条件。尽管1000元/平方米/月的租金意味着更好的楼层,但疯涨的房租令租户们着实感到惊讶。

这仅仅是北京CBD(中央商务区)写字楼租金上涨的缩影,高租金使得一些企业不得不搬离CBD。

2011年底,英特尔中国公司的办公区域还是嘉里中心的5、6、7三层楼,但半年前英特尔从北京嘉里中心搬迁至北三环的环球贸易中心。中国惠普大厦8到18层都是惠普公司租赁的办公区域。据业内人士估算,按目前市场行情,惠普房租已突破亿元大关,还要再加上不菲的物业费。高额的费用让惠普也有些难以承受。

如今惠普已经和酒仙桥亨通商务园签署了新的租赁协议。此外还有甲骨文和路透社将部分办公面积搬迁至上地,奥林巴斯和燕宝汽车要部分迁址酒仙桥区域。同时,一些大企业在选择新的办公地点时,也开

始刻意回避CBD等传统商圈,向着通州、大望京、石景山等区域扩散,中国烟草、卓越亚马逊、惠普、尼桑、联想、百度等知名企业均在此列。

CBD高昂的租金和更好的选择,让一些企业觉得没必要再在这里待下去。“制造业企业对成本十分敏感,也会比较在意租金。”仲量联行研究部主管覃晓梅说。要知道,即使用国际水平来衡量,CBD的顶级写字楼租金也不低。另外亦有一些企业因为自身的成长,需要扩租,却发现同一间写字楼里没有更大的面积可供租赁。

### 供不应求直至2015年?

高纬环球最新发布的《2012全球最贵写字楼排行榜》上,2011年北京CBD顶级写字楼以130美元/平方英尺/年的高价,跃居全球第五位、亚太第三位。该租金同比增长75%,是2011年全球写字楼租金增长最快城市,比涨幅排名第二的莫斯科高出34个百分点。

尽管价格大幅上涨,但2012年第一季度,北京写字楼市场需求却依旧活跃,以中央商务区最为可观,其租赁成交量占比达到39%。需求的发展推动租金继续上升。第一季度北京甲级写字楼市场有效净租金

达到525元/平方米/月,季度环比增长3.6%。

2008年,CBD写字楼高达30%的空置率还让写字楼的持有者们感到忧心忡忡,但这一趋势已经从2009年四季度开始改变。到了2011年,北京甲级写字楼市场逐渐呈现出供不应求的趋势。

不难理解CBD写字楼租金疯涨的趋势。需求源源不断地增长而供应却十分有限。根据高力国际的统计,2011年,北京写字楼市场共有5个甲级写字楼项目竣工,总建筑面积在38万平方米左右。然而,2011年全年净吸纳量累计超过56万平方米,

“获益于中央政府经济刺激政策的后续效应和北京经济的稳健增长,众多跨国企业和内资公司为实现在京的人员扩张计划,对写字楼面积表现出旺盛的需求。”据高力国际调研部董事谢靖宇介绍,来自多个行业的跨国公司及各内资企业的写字楼需求在2011年依旧处于高位,主力行业包括金融、汽车、IT、能源、专业服务、电子、医药和制造业。

在这种趋势下,业主们丝毫不会惋惜大企业的离去,总会有新鲜血液马上补充。惠普、英特尔离开后,亦有新的企业进驻。覃晓梅告诉记者,很多大型央企喜欢在CBD办



公。而在北京最昂贵的写字楼国贸三期里,聚集了许多私募股权基金,国际金融集团。美国资本策略投资公司、雪佛龙中国能源公司、美国凯来投资公司、中国工商银行私人银行部北京分部都是国贸三期的租户。地产企业中龙湖和“钓鱼台7号”的开发商中赫置地,也愿意支付

高昂的租金。

仲量联行预计,今年全年,北京仅有2.3万平方米的新增供应,尽管需求有所减弱,但下半年租金仍将继续小幅上扬。供求关系将在2015年甚至是2016年得到缓解,彼时可能会迎来新的供应高峰。

(摘自《21世纪经济报道》)

## 合伙创业要约定退出机制

【失败案例】  
合伙人撤资 生发店夭折

因治疗“谢顶”而结缘的两个病友,因为看好“生发”的商机,一拍即合地合伙开起一家“生发店”。没想到,在生意刚见起色,却因意见不合而分道扬镳。

小罗今年32岁,脱发问题已有8年。小罗说,研究生毕业那会儿,四处应聘,都因形象问题遭到了拒绝。于是,开始四处寻医治疗。这期间,他遇到了病友王宇。二人在共同治疗的过程中,看到“生发店”的市场前景,所以决定各出资50%投资开店。“我们把店选在了沈阳工业大学附近,80多平方米的门市,年租金5万元,9万元用于买设备和原材料,1万元人员工资,前期总共投入了15万元。”

在开业的前4个月中,小店每个月都要倒搭2000多元的房租费。好在第五个月开始扭亏为盈,并且生意日见红火,每个月的平均净利润都能超过13000元。小罗准备乘胜追击,筹划盘下更大的店,而这个举动意味着两人至少还要继续投入20万元。

对此,合伙人王宇并不赞成,他认为,现在正是小店进入回收成本的关键阶段,如果没有特别好的新项目,盲目扩张倒不如守业。二人始终无法达成一致,不久,王宇宣告退出合作,抽走了当时投入的7.5万元和近两个月的利润。小店随之走向了关张。

【专家点评】  
合伙创业忌各出资50%

沈阳知名营销策划专家龙夫先生坦言,在现实生活中,类似于小罗和王宇的创业失败案例比比皆是。有数据显示,在合作创业者中,有近八成左右的合作双方因合作前责权划分不清,对事业困难预估不够而导致最终不欢而散。那么,在合作创业开始前,需要明晰哪些问题呢?

一、要有核心人物。合作最初,团队要根据合作双方的出资额多少确定占有公司的股权比例。切忌双方各50%。公司要有一个核心人物占主导地位,否则易起纷争。

二、职责要明晰。长期合作,明晰责任最重要。把责任划分清楚,不容易在后期的经营中产生互相推脱、置之不理的现象。

三、约定合作方的退出机制。天下没有不散的筵席,既然有合作,就有分开的那一天。当有一方退出时,要先约定退出的时间,退出时的投入比与退出时的比例,以及因一方退出产生的资金影响。这些都要写入合同里。合理的退出机制是合作双方很重要的约定。

四、签订“君子协议”。问题总会存在,只要我们能够提前预见,在合作最初拟定彼此能接受的“君子协议”,将比较敏感的资金分配、分红比例、客户资料保密等问题列入其中,将来一旦出现问题,也可依协议处理。

本文小罗和王宇的问题就是出在创业最初,合作双方没有明晰好责任、权利与义务,导致本来潜力巨大的项目毁于一旦。

(摘自《时代商报》孙颖/文)

## 成功融资6大秘诀

融资大概是许多创业公司都面临的难题,很多创业者努力了很久也没有找到看上它的投资方,融资需要的不仅是努力,还有技巧。

Indiegogo 创始人兼 CEO Adam Chapnick 在 GROW 2012 上分享了他的6大融资秘诀,不论你希望通过众筹还是风险投资,或者天使投资的方式解决融资问题,都适用。

Chapnick 表示,人们在 Indiegogo 上为自己的电影或者餐厅获得融资的方法其实和他向 VC 融资的方法相似。

1.写一份大型商业计划书,然后丢掉。这是怎么回事?其实最重要的是参加制作商业计划的过程而不是结果,事情改变太快,计划很有可能落空。但是参与制定计划书的过程会让你更清楚自己在做什么,需要什么,项目存在什么问题等等。

2.公司吸引力源于公司执行力。创意虽好,最终起作用的还是执行力,没有执行力,再好的创意都是浪费,如果执行力够好,就能产生更多的创意以及更强的执行力。当风险投资人看到了你的执行力,他们才有可能投你。对于独立开发者一样,执行力构筑信任。

3.制作视频。大多数投资者人不投资项目(编者注:马克·安德森是个例外,曾明确表示先市场,后人),视频制作很重要,有视频作解析的项目获得的融资是没有视频的项目所获资金的2倍之多,这点至关重要,不论你是想吸引VC还是想吸引凭一张DVD就给你25美金的投资人,都如此。

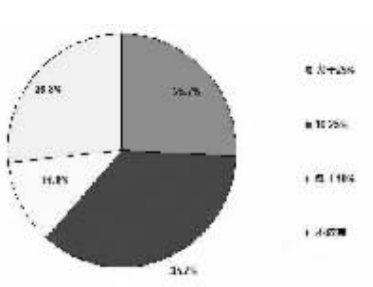
4.让你的项目经常露面经常更新状态。比如在众筹平台上,那些更新31次或者以上的项目往往融资要比那些不经常更新的项目多4倍。在Chapnick 筹集风险投资期间,他会确保至少每两周就与投资人沟通一些积极的事情。经常更新还有一个好处:当你更新的时候,你就会强迫自己进步,如果没有进步,谁会接着投呢?

5.最后期限孕育新生。想象最后期限将至,你该怎么做?放下包袱,敢于失败,往往那些敢于失败并且能做出迅速调整的公司与项目都注定不会失败。

6.在投资人转身之前说出你必须说的东西。网上变化太快,如果你不迅速抓住眼球,那么你就与幸运失之交臂,众筹如此,风险投资也一样。

(摘自《雷锋网》)

## 预期投资回报率不可靠



备采购。按照约定,该餐饮公司受吴先生委托,派员对加盟店运营进行管理。

但开业后,吴先生连续好几个月被公司告知加盟店“在亏本”。这让吴先生很恼火,因为在该公司的加盟项目宣传单上赫然写着“预期年投资回报率25%”,当时接待吴先生的加盟经理还说“毛利80%是没有问题的,正常情况下,3年就可以回本了”。后来吴先生仔细查看加盟店账目才发现装修等重大资金使用上账目不清,预算严重超标,而且如不赶紧追加投资,加盟店将难以为继。由于双方协商不成,加盟总部便撤走了该加盟店中的管理团队,关闭了门店,双方进而对簿公堂。

### 【分析】

在购买理财产品时,常会看到宣传资料上用鲜艳的大字写着“预期投资回报率xx%”,但在合同里,却会密密麻麻写着一大堆可能导致预期收益无法达成的情况。因此有经验的投资者知道,预期投资回报率仅供参考,不可全信。

有经验的投资者都知道,“预期投资回报率”仅供参考,不可全信,连锁加盟行业也不例外。投资一个项目一定要综合考虑各方面的要素,在此基础上,再进一步做出合理的抉择。

### 【案例】

2005年,吴先生在详细了解了中国台湾地区某知名连锁餐饮品牌的加盟细则后,决定在上海嵩山路开设一家该品牌的加盟店。加盟合同签署后,吴先生先后将近300万元资金交予该加盟总部,由总部动用资金,为加盟店办理开业的各类证照、手续,并进行店铺的装修和设

## 一个金冠网店主的6条生意经

开一个网店是如今最流行的创业方式,那么如何开好一个网店呢?记者采访了一个金冠网店主小妖,她向记者讲述了开网店的生意经。

### 生意经一:顾客越专业越好

很多店主最怕遇到专业的顾客,怕麻烦,其实这是不对的。小妖说:“在网上开个小店,和在网下开个实体店,是完全不一样的。在网上,只要你的店选址不要太差,小生意就可以做得不错,就算是卖很大众化的东西,都一样可以赚得很多。可在网上做生意,就困难多了。一般来说,在网上销售,最好是找网下不容易买到的东西拿来卖(例如:特别的工艺品、限量版的宝贝、名牌服装、电子产品等等),这样,专门的发烧友就会找到你店里,如果你和他合作得好,那生意就细水长流,回头客不断了。”

### 生意经二:产品说明越详细越好

有一些店主不想把产品说明写得太过详细,怕顾客购买后找麻烦,这也是片面的。小妖说:“产品选好了,那就一

定要附上一份详细的产品说明。我有去过一些卖家的店,产品说明相当简单,就草草几个字,几句话,让看的人云里雾里,这样,形象分可就打折了。一份好的说明,不光只是说明而已,它体现了卖家对买家的尊重,对自己产品的尊重。好的产品说明,不单单可以吸引懂行的买家进来,更可以为那些不太懂但是对产品有兴趣的新手提供帮助,让他们对你所卖的东西产生兴趣,从而爱上你的小店。特别是,一份详细的产品说明会让来的每一个客人觉得卖家是个行家,那对卖家的信任和产品的信任又多了一点点。”

### 生意经三:成交价格越低越好

网店最大的优势就是价格低。小妖说:“在网上销售没有店租金的压力,所以,我们只要能有的货源,那赚一块就是一块,很轻松。所以,价格就一定要比网下便宜,不要心太黑,多参考别人的价格,成交价格能便宜尽量多便宜点。这样,会有很多想省钱的客人进来,你再服务好点,这批客人就成了你的长期客户。总之,价格越低越好。”

### 生意经四:网页商品越多越好

很多金冠网店打开网页,眼前全是琳琅满目的商品,无形就刺激了消费者的购物欲望。小妖说:“店主要在网页上尽量多铺点货上去,因为每个来的客人都希望自己所逛的店铺琳琅满目,产品丰富,如果你的店只有干巴巴的几个东西,相信人家不会来第二次了。而且产品铺的多,这里还有一个伏笔。因为淘宝的推荐位不是买的,而是根据你的信用和店里的货物数量可以获得相应的推荐位。所以,在你信用还很低的时候,能获得一个分类的推荐位,是有很大的好处的。”

### 生意经五:推荐位越灵活越好

推荐位是在淘宝推销自己网店最好的方法,利用好推荐位,能让生意翻倍。小妖说:“当你有了一两个推荐位后,就要灵活运用,一定要挑一个在你这个分类里最有特色、价格最有优势的产品,放到推荐位上去。目的不光是为了提高销售量,更是希望推荐的这个产品能作为

投资连锁加盟项目也一样,要实现加盟总部给出的“预期投资回报率”,需要满足许多主观因素才能实现。比如宏观上整个行业是否处于快速成长期,微观上具体门店的选址是否合理恰当,加盟总部对门店的辅导是否到位,加盟商自己对门店的经营管理又是否尽心尽责,经营期间加盟项目是否被曝出重大负面新闻,门店所在商圈是否出现了道路施工等特殊情况,这些都会影响到门店的经营业绩。

### 【点评】

当加盟商遇到实际经营情况和加盟总部宣传的预期投资回报相差甚远时,往往很难通过法律途径获得赔偿。因为“预期投资回报率”、“保证收益率”等字眼往往只会出现在加盟总部的宣传材料和工作人员的口头承诺上,并不会写进正式的加盟合同中。这是因为加盟总部比加盟商更清楚,任何投资都有风险,与金融投资相比,实业投资不可控的因素更多,许多导致加盟项目回报欠佳甚至亏损的原因并非加盟总部造成的,因此投资者一定要理性投资连锁加盟项目。

(摘自《理财周报》)

一个引子,吸引客人到你店里去参观,这样,又多了点成交的机会。”

### 生意经六:论坛发帖子越吸引人越好

你的店也开了,产品也上了,特色也有了,但是还是没有人买,怎么办?最好、最省钱的宣传方式就是论坛了。小妖说:“我所指的论坛,不单单是拍拍的论坛,拍拍的论坛卖家多,买家少,效果不会太好。个人觉得拍拍的论坛多发帖子的好处是你的人气会提高一些,对自己的生意有点好处。重点是放在其他论坛上。要在论坛宣传,签名档是最重要的,特别是有些论坛不让发广告,那就只有通过签名档来指引感兴趣的人到你店来。另外,要经常弄点特价的活动,吸引买家,制造人气。千万不要去换好评,你可能得到了短期的利益,但是大家都是明眼人,一看就知道。千万要珍惜自己的信用,做生意同人一样,唯有诚信,才能立足。店里的宝贝要经常更新,就算没有生意,也要常常弄点新东西放上货架,并把自己积压的产品做个了断。”

(摘自《时代商报》杨博/文)