

商业地产新搅局者涌起 雪上加霜还是开疆拓土？

■ 张歆晨

经济放缓、消费不振、电商冲击……诸多迹象显示，传统商业已然步入新的不景气周期，给商业地产的战略布局和运营模式提出了新的挑战，但却并没有阻止资本进入的步伐。

日前，保利地产宣布，旗下的保利商业地产投资管理有限公司（下称“保利商业”）将加大在商业地产领域的布局，以资产管理、商业运营为手段，要在5年时间开拓超过1000万平方米商业物业。龙湖地产也在相近的时间披露，将在商业地产运营业务上发力。

运营商业地产与开发住宅地产之间存在极大差异。保利、龙湖等在住宅开发领域拥有绝对优势的开发商齐齐进军商业地产，无疑是一个不可忽视的变量，但最终会让商业地产形势雪上加霜，还是开拓出一片新局面，尚未可知。

运营困境

商业零售企业正在上演的关店潮，将商业地产运营困境公开化。

传统商业零售业经营每况愈下。不完全统计显示，2015年，六成百货商业绩出现下滑，A股上市的38家涉百货和商业地产的公司中，62%营业收入同比下降，73%出现业绩下滑。

零售商的业绩下滑，使得商业地产空置率和运营难度大幅上升，租金收入呈下降趋势。更为严峻的是，国内多数大城市的商业地产投资仍呈增长趋势，每年新增商用面积在100万~300万平方米不等。

以有着“千年商都”之称的广州为例，天河北商圈总体存量已超过100万平方米。到今年底预计零售物业市场还将迎来34万平方米优质购物中心供应面积。

第一太平戴维斯中国南区董事长林木雄评论道，在当前零售消费增速放缓、经济环境相对疲软的情况下，大体量的新增供应涌入市场形成消化压力，广州零售市场将继续承压，项目开业也将经历较长培育期，并对业主的运营管理能力提出挑战。

第一太平戴维斯上海副董事长及中国商铺部主管朱兆荣对记者表示，近两年，商业地



产的运营环境都不是太理想，虽然每个城市都有少数几个成功的案例，但总体上来看，行业的竞争环境在恶化，经营难度增加，空置率增加，部分项目租金收益下降。不少商业地产项目勉强维持，出租率仅有50%~60%的情况下被迫开业，大大低于行业75%~80%的开业平均出租率。另外，开发商补贴商户装修款等现象也较过去增多。

群雄逐鹿

虽然整体市场环境不甚乐观，但资本对商业地产的热衷并未消减。

截至目前，万达商业依然是国内体量最大的商业地产运营商。截至2015年底，万达商业拥有已开业万达广场总数133座，2015年新增26座；已开业购物中心总建筑面积达21.83亿平方米，同比增长23.3%；已开业购物中心总可租面积达14.13亿平方米，同比增长23.0%。2015年，万达商业投资物业租赁及物业管理收入为135.82亿元，较2014年增长31.20%，主要来源于年内可租面积和平均租金的提升。投资物业租赁及物业管理实现毛利97.98亿元，同比增长28.10%，毛利率为72.14%，同比下降1.75%。

从万达商业披露的数据上看，商业地产运营的收益依旧可观，其高于70%的毛利率足以秒杀其他住宅开发企业。

有意思的是，保利地产、龙湖地产等拥有资金实力的巨头也宣布逆势加码，意图成为商业地产中的新搅局者。

严格来说，保利、龙湖等并非商业地产领域的新进入者。例如保利地产早在2009年便小规模开展了购物中心、酒店等业态的运营管理，但相对于其蓬勃发展的住宅开发业务来说，商业地产的体量一直偏小。而龙湖地产早在2003年就开始运营重庆的一个购物中心，但一直都是小步慢走，缓缓推进。

但眼下，保利、龙湖等企业的动作可谓来势汹汹。截至2016年，保利商业旗下已开业运营13个商业项目，包括4个购物中心、8家国际品牌酒店、1个国际会议中心及多个若比邻社区商业中心，总开业面积达百万平方米。

无独有偶，截至2015年底，龙湖商业已布局西部、华北和华东三大板块，累计开业商场数量17个，开业商场面积近150万平方米。

轻资产重运营

从整体上而言，中国商业地产的投资仍未降温，无论传统商业地产开发商如万达、新鸿基、恒隆，还是住宅起家的保利、龙湖等，都试图扩大自己的商业地产版图，各路资本也都积极参与到这场商业盛宴。

以房养老试点两年：满足老年人两大养老需求

■ 刘敬元

“下一步我想幸福人寿应该把这个业务作为重点，把这个业务作为幸福人寿的一面旗帜。”以房养老倡导人、幸福人寿第一任董事长孟晓苏2013年7月份在接受记者专访时表达的这一期待正在成为现实，以房养老（老年人住房反向抵押养老保险）业务试点近两年，这一业务已成为幸福人寿的一面旗帜。

用孟晓苏的话说，在没有做广告的情况下，已经有几十户老人愿意入保，说明这个产品产生了较大的社会反响，而从已经签约入保的老人的情况看，效果也不错。

根据记者对幸福人寿对北京、上海、广州、武汉四个试点城市部分“以房养老”老人的采访纪实，以房养老保险产品，满足了老年人希望“居家养老”和“增加养老收入”的两大核心养老需求。有了这笔养老金的补充，老人们可以走出家门，领略各地风光，也可以完成未了的意愿，拥有一个健康、快乐、有保障的晚年生活。

北京 82岁高龄老人：
“既能增加你一部分收入，而且还保证你住房（所有权）不会变化，这是（以房养老）最大的优点。”

北京82岁高龄投保老人说，开始在报纸上看到以房养老的报道时就觉得很适合自己，不用说别的，只有一点就可以了，“（这个产品）既能增加你一部分收入，而且还保证你住房（所有权）不会变化，这是最大的优点。”

老人跟老伴儿一起生活，之前攒了一些钱，但是他本人已经动过四次手术，老伴儿也动了两次手术，二老的退休费支付这些费用



已经吃力。投保幸福人寿以房养老产品后，二老每月收入在原来的基础上翻了一番，每月收到的养老保险金，可以支付雇佣保姆的费用以及日常看病费用。老人说，对他们来说，以房养老产品解决了大问题。

北京 68岁失独老人：
“（以房养老）使我的生活变化很大。”
“想开了，这个事情就很简单。”另一位北京投保客户年龄68岁，老北京人，是失独老人。他说，他不认可卖房后用卖房钱赚利息再去租房住的养老方式，不希望到70岁了反例居无定所，还是希望住在自己原来的房子里养老。因此，在孩子尚在的时候，他就计划以房养老，后来经历孩子病故变成了失独老人，他觉得自己更适合以房养老了。

他说，在没买这个保险之前，就是平平淡淡的生活，够吃够喝剩下的钱就准备留给医院，更不敢想出国旅游。投保了之后，养老金的钱每月打到自己银行账户上，现在的情况

差不多就是要想花点儿钱，换家具、换家电、旅游，包括饮食方面也在提高，自己的生活变化很大。

“赶上这么一个好时代，赶上这么一个好政策，我觉得很幸运。”

上海 63岁独居老人：
“以房养老，是个观念的问题，没有幸福人寿的平台，房子永远是房子，兑不了现的。”
63岁的上海独居老人看上去非常年轻，他有更开放的观念和想法。“现在我退休了，有时间了，之前工作的时候，有好地方没去过，我应该去看一看。”老人说，退休工资可以支持其过上安逸的生活，但是想去周游世界、看看全国的山山水水，肯定是不够的。

虽然这笔养老金不是很多，但他认为，已足够花，而且可以让他有更多空间来安排资金的使用，所用所需有了按部就班的安排后，他更从容了。

投保合同去年11月份正式生效，今年1

按照公司规划，未来10年，万达要开发运营1000座万达广场。而保利商业计划5年内实现在全国范围内运营管理50家购物中心、50家酒店、千余家若比邻社区商业中心的发展蓝图，经营管理商业物业面积逾1000万平方米。

越来越多抢食者的出现，让以万达、保利为代表的商业地产运营商不得不做出战略调整，要告别过去粗放型的扩张模式，而是更注重运营模式的精细化，更重视消费体验，甚至提出“轻资产”战略。

保利商业的主要业务分为两部分，一是商业运营；二是资产管理。关于商业地产对资金积压的难题，保利商业相关负责人对记者表示，一是采取租赁管理的轻资产模式，二是尽可能多地采取金融创新。

但作为拥有较长时间商业运营经验的业内人士，朱兆荣认为，大量投资商业地产的风险还是很大的。“无论是开发商投资，还是其他投资人，抑或是以银行为代表的债权人，最终总有一个机构要为商业地产买单。”在他看来，从事商业地产的运营管理，经验和人才的累积和培养是最核心因素，资本其实并不是最关键的。如果没有足够多的经验和人力储备，很难让商业运营得到快速、持续的发展。

作为市场参与者，保利商业并非没有意识到市场环境的变化。该公司副总经理方长斌表示，经济增长放缓导致零售行业持续低迷，商业地产供需失衡存量较大，电商冲击带来消费观念和方式的改变等，都是商业地产运营面临的挑战，但这并不代表这个市场没有继续开拓的空间。

各家公司都在试图通过多种创新，增强客户体验，加强线上线下互动，以开拓出商业地产运营和资产管理的全新格局。

仲量联行亚洲零售地产首席分析师麦哲文对记者表示，未来商业地产运营将更注重细节。“一个成功的购物中心一定是‘走心’的，商业地产成功的奥秘，归根到底是能够抓住人心。”

做商业地产需要长期的养护，很难快起来，因为每个城市每个项目都存在极大差异，简单复制并不能轻易取得成功。作为习惯了在住宅领域快速开发的房地产企业，最终能不能适应商业地产差异化的运营模式，将是考验这些巨头的全新课题。

月份他已开启了旅程。

广州 74岁空巢老人：
“起初不太认可，后来越看越顺意。”

74岁的广州老先生和老伴儿属于空巢老人，他对居家养老和养老院养老的不同方式持开放态度。假如居家养老好，他就居家，而假如将来走不动了，到养老院也需要一笔钱，他说，买幸福人寿的这份保险就是为这笔钱。

老人最开始对住房反向抵押养老保险不太认可，觉得房屋反押给保险公司自己就没有了房子，但后来了解了之后，就越看越顺意。他把这个理解成当铺，保险公司也不是要老人的房子，当了房子，有钱还可以拿回来，而中间获得的钱能使自己安心。看通了以后，老人很顺利也做通了女儿的工作，成功办理了投保。

老人形容现在在家里的生活，看看报纸，看看电视，自己爱好烹饪，看看饮食方面的书。老人还说，今年准备带老伴儿去避暑山庄，老伴儿一辈子在家没怎么出过门。

武汉有子女的65岁、66岁老人：
“我们自己老辈的事情，绝对不会找子女。”

武汉一个有子女的66岁老人说，家里现在是在老人、子女、子孙三代同堂，感觉是比较幸福的。他现在的观念，就是要在家里面养老，但是自己老辈的事情，绝对不会找子女。

对于以房养老的想法，老人的儿子开始有点不接受，但后来也接受了。老人说，幸福人寿推出了以房养老的产品对他和他的家庭来说是一个帮助，他的生活质量可以提高一些，对他们看病的资金需求也是一个保障。

每年一个“国民老公” 韩流到底多吸金

■ 傅玛丽

从金秀贤到李敏镐再到宋仲基，韩剧以每年输出一个“国民老公”的速度冲击着中国演艺市场。韩国本土市场份额小，艺人重视海外发展是造成这一现象的原因之一，更重要的原因是韩国演艺界对于粉丝运营模式的重视以及内地市场存在巨大的缺口，使得韩剧进入内地市场迅速蹿红。

韩星吸金 票价炒高过万

日前，宋仲基粉丝见面会在北京奥体中心举行，能容纳近万人的体育馆内座无虚席，为一睹偶像风采，不少粉丝不惜重金购买高价黄牛票。事实上中国粉丝见面会门票价格早就已经超出了韩国本土10倍。

2013年，《继承者们》捧红了“长腿欧巴”李敏镐，《来自星星的你》捧红了“都教授”金秀贤，此前还有宋承宪、张东健、裴勇俊、Rain等“前辈”被今年爆红的宋仲基拍在沙滩上。宋仲基北京站粉丝见面会会后，会相继到武汉、广州、深圳、上海等地，预计有9场之多。尽管见面会的门票是首尔站的10倍，但仍一票难求，粉丝甚至不惜高价购买黄牛票。有消息称，最贵的黄牛票已被炒至万元。

除粉丝见面会外，宋仲基还成为各大卫视综艺节目的新宠。相继参与了《快乐大本营》、《奔跑吧！兄弟》的录制后，江苏卫视的《说出我世界》也称邀请到了宋仲基。

据悉，经纪公司给出的宋仲基中国行报价高达每城市约200万元人民币。目前已知国内有9站，总金额将近2000万元人民币。在广告代言方面，宋仲基的身价更是直线飙升，近2280万元人民币代言国内某品牌，价格直接碾压当年“鼎盛时期”的李敏镐和金秀贤。

何以不衰 造星连带粉丝运营

提到国内偶像，人们首先会想到鹿晗、TFBOYS，但论其影响力似乎难以超越时下热门的韩流偶像。究其原因，恒大音乐市场部宣传总监王毅表示：“首先从明星个人的素质上来讲，韩星基本唱跳俱佳，非常职业，我们的明星在这方面有所欠缺。此外，偶像团体在中国市场是有巨大缺口的，优质韩星正好弥补了这一缺口。”在造星机制上，韩国也非常先进而卖力，堪称拥有世界一流造星流水线。经纪公司每年在练习生身上要花掉约11万元人民币，造星时间约2~3年，当捧红一位明星后，经纪公司会着力让其价值最大化。

在粉丝运营方面，中国也没有韩国那么重视。“韩国的很多榜单是透明的，粉丝可以直观地看到艺人的排名，他们愿意付费去参与提升自己偶像排名的活动，这让粉丝感觉到艺人的发展与自己息息相关。而在国内，由于太多的暗箱操作，粉丝不愿意花所谓的冤枉钱，参与感大打折扣。”王毅表示。

就市场而言，经纪公司在培养出一个成熟的明星后必然要考虑海外发展，因为韩国本土的市场很小，经纪公司要先收回前期投入的成本，必然要将明星推向国际市场。

未来空间 热度已现下行

业内人士认为，类似的问题在中国并不存在，不仅仅因为国内庞大的市场基础，更由于中国对于分众市场的研究做得较少，基本没有垂直化的运营。

2013年底，《来自星星的你》在国内某视频网站播出，单网播放量突破12亿次。2014年3月金秀贤亚洲巡回粉丝见面会拉开帷幕，9场中有4场定在中国。《最强大脑》斥资600万元邀请金秀贤加盟，此后5个月，金秀贤在中国接下了35个广告代言，吸金过亿。

《太阳的后裔》热播的同时，金秀贤也在内地举行发布会，但关注度已大不如前。

“一部剧带火一个明星，一旦没有好的作品了，明星的热度也必然会下降。在韩国，渠道、媒体和经纪公司是绑定的，经纪公司可以最大化地控制艺人，Rain脱离了经纪公司后，境况非常不好。韩国的造星速度很快，但明星由盛至衰的过程也很快。宋仲基目前的火爆属于现象级，如果后续没有好的作品，这种火爆不会持续太久。”王毅说，“无论是影视作品还是音乐，始终是内容为王，在任何地方艺人保鲜的方式就是拥有好的作品。”

安徽宝泉佳创投资

寻优质项目：房地产、矿产、电站、新能源、学校、种养殖、医院、制造加工业、各种在建工程等。

高薪聘商务代表
15255591977 李经理
邮箱：15255591977@163.com