

龙德广场：商圈“吸铁石”

盲目的、无序的开发,必然导致市场竞争中不断地重新洗牌,优胜劣汰

■ 本报记者 刘凌林

ShoppingMall(中文为“超级购物中心”)作为一种新兴商业业态,不仅改变了人们的生活方式,也彻底打破了城市商业格局,是对传统消费方式的革命性升级。

龙德广场正是以这种新兴商业业态在北京成功地打出新地标,作为一个商业地产项目,龙德广场的成功也成了亚太商业不动产学院、全国工商联商业不动产专委会教学研究的案例。

打造区域核心新地标

“目前,有6家世界500强企业、20家外资企业、30家国外品牌,共145家品牌店入驻龙德广场。”龙德置地有限公司总经理王杰告诉记者,龙德广场辐射区域内的人口总量超过百万,已经成为名副其实的新都市核心。

位于北京昌平区与朝阳区交界的立水桥北侧的龙德广场,记者看到,以前只能在城市中心区才有的大商场、大超市、品牌专卖店如家乐福、百安居、翠微百货、国美电器、特力屋、屈臣氏、阿迪达斯、星巴克、肯德基、麦当劳、必胜客等都入驻其中。

龙德广场是由龙德置地有限公司开发和运营的一个商业地产项目。据王杰介绍,龙德广场原址是北京粮食集团旗下西北郊粮库,在“退四进六”的战略布局下,京粮集团旗下的粮库全部退出北京四环,迁至六环一线。

为实现国有资产的保值增值,京粮集团期望找有实力的开发商合作开发该地块。最终选择了实力雄厚、有丰富开发经验的大连一方集团。2005年,成立了龙德置地有限公司对该项目进行全面开发运营。

王杰认为,透明的机制保证了所有经营操作的公开、公平、公正,从而奠定了股东之间相互信任的基础,正是这种无价的信任确保了龙德广场开发运营的成功。

大连一方作为一家跨地区的房地产开发公司,有丰富的商业地产开发经验,在北京、沈阳、大连、长春、南昌等地都有成功的商业地产案例,并与家乐福、百安居等几十家国内外大型连锁机构建立了长期战略合作关系。

据了解,龙德置地有限公司在筹备之初,在通盘考量区域的宏观规划后,决定在这里做商业地产,力争成为区域城市化进程引导者。

“当时提出利用这块土地开发商业地产也是冒了风险的。”王杰告诉记者,因为当时并没有充足的数据支持,心里也没有底,为此,一方集团组织了大量人力,花了大量的时间,进行了深度调研。

调研发现,虽然附近有天通苑这样的超大社区,但也只是个“睡城”,周围除了一些零散的底商街铺外,几乎没有商业氛围,这里的交通、购物和就医都很不方便,入住这里的人也只是在这里睡觉,上班、购物、娱乐等等都还是要去城里。

不过,调研还发现,除天通苑外,周边还分布着北苑家园、万科星园、绿色家园等10多个大型楼盘以及20多个别墅区,整个辐射区域内的人口40多万,规划总人口将超过百万。

而且北京奥运已经给这一地区带来巨大的发展机遇,随着城市布局结构的改变,这一区域将形成新城市中心,自然形成商圈是发展的必然。

调研结果让一方集团和京粮集团坚定了信心,而当时,家乐福、百安居等大型连锁超市也有意落户这个地区,正苦于找不到合适的商业项目,



王杰

目,当听说一方集团要在这里开发商业不动产的时候,可以说双双一拍即合,不但愿意入驻,而且表示愿意出更高的租金。

这些商业巨头的加盟,更让一方集团和京粮集团坚定了商业地产的开发方向。

据悉,2007年8月,龙德广场建成后,家乐福率先入驻并开业。家乐福开业当日客流量超过了7万人次,开业第三天达10万人次,销售额270万元,创造了家乐福开业期间客流量和销售额的新纪录。

而家乐福龙德店的成功效应也吸引了其他商家的加入,特力屋、迪卡侬、浩沙健身、国美电器、纸老虎图书城、屈臣氏等品牌专业店纷纷与龙德广场签约。

现在,龙德广场形成了“吸铁石”效应,而且这种效应正呈扩散状态。“把周边商家和投资者以及消费者都吸引到这里来,龙德广场建成以后,周边一定规模的商业都在纷纷调整其经营模式。”王杰告诉记者。

“差异化”路线

随着城市化的加速发展,商业地产急速放量,商业规模越来越大,竞争也越来越激烈。那么通过什么能让自己独具特色,从而把客户和周边商家都吸引过来?王杰对于商业房地产有着自己独特的见解。

毕业于建筑工程系的王杰,在从事了14年建筑工程设计之后,一次偶然的机会,加入到万达集团,开始了他的地产开发生涯,随后在大连、北京、南宁、武汉、昆明等城市完成一个又一个的项目,包括住宅、别墅、商业地产等多种业态的住宅。

进入房地产开发领域后,王杰仍然像在建筑工程设计领域一样表现得游刃有余,而大连万达集团在商业地产方面的开发和探索,也让参与其中的王杰后来对龙德广场的开发有了更理性的思考。

王杰告诉记者,龙德广场走的是“差异化”路线,凭借精准的定位,务实的招商营销手段,再加上扼守奥北中心、坐拥四通八达的交通路网,尽享完善配套以及良好投资政策,让经营者、投资者认定这里的投资价值。

对于龙德广场的成功,王杰归结为六点:

一是科学选址。正确的选址就意味着项目成功了一半。我们经过大量的市场调研、分析论证,认准了这个

区域的发展潜力。

二是精准定位。找到合适的土地后,做合理、科学、适度的定位是做商业地产开发的基础。

三是精心规划。业态规划是商业地产开发的灵魂,业态的取舍及不同业态的配比科学合理、有市场针对性是商业地产开发必须认真完成的功课。

四是合理租金。合理的租金标准是商业地产长期稳定经营的根本,只有与商户荣辱与共,才能保证开发商的稳定收益。对不同的租户采取不同的租赁方式,同时采取固定租金和流水倒扣的组合方式,保证租赁双方在相对共识的状态下合作。

五是艰苦招商。招商是商业地产成功的关键。根据当地的消费水平,决定走中高端品牌路线,对中高端的和低端的我们都排除在外,确保招商的成功。

六是榜样力量。让有影响力的主力店率先开业。它能配合你的招商,像家乐福开业时人气非常旺,人气来了商业氛围也就来了,更多商户也就被吸引过来了。

在龙德广场,开发商是产权的唯一所有者,后期的运营管理也是开发商自己负责,只有开发商和商家之间的单一关系。“这样一来,我们在项目培育过程中,可以根据市场情况,及时调整经营管理的策略,做到与商家共进退,保证项目顺利运营。”王杰说。

为了做好商业运营管理,龙德置地有限公司专门打造了一支具有丰富商业运营管理经验的专业团队。优秀的管理团队保证了龙德广场长期稳定的运营。

优秀是一种习惯

龙德广场的成功也与王杰所在的公司倡导的核心理念是分不开的。在采访过程中,王杰一再强调,做事必须认真、负责。王杰告诉记者,“我们的企业宗旨是:诚实做人,精明做事。”

“销售是有技巧的,但必须建立在诚实的基础之上。”王杰说,“我们对商铺经营不做任何租赁承诺。对客户一定要说实话,客观论证、正确引导。坚持我们的宗旨‘诚实做人,精明做事’。”

“作为开发商,赚钱不是唯一目的,要创龙德品牌,对政府、社会、业主、商户、消费者负责是关键。只有对大家负责,才是对自己最好的负责。”

苗、血清、人工耳蜗、X光片等。此外,为推动社会主义文化事业大繁荣大发展,满足人民群众精神文化需求,2012年新增对数字电影放映机、各类画作原件以及雕塑品原件实施进口暂定税率。

为扩大多边、双边经贸合作,推动区域经济一体化更好更快发展,依据与有关国家或地区签署的自由贸易协定或关税优惠协定,2012年我国继续对原产于东盟各国、智利、巴基斯坦、新西兰、秘鲁、哥斯达黎加、韩国、印度、斯里兰卡、孟加拉等国家的部分进口产品实施协定税率,其中产品范围将进一步扩大,税率水平进一

正是这样一种社会责任感,让他在龙德广场的开发中,创造了精品工程,更在项目的运营中将物业管理提升到运营管理,将商户的利益与项目的利益通盘考虑,不仅加快了该区域的城市化进程,而且为区域居民提供了更加便利的现代都市生活。

据了解,目前项目取得的阶段性成果,股东双方非常认可。这个项目充分做到了国有资产的保值增值,成为北京市国资委推广的成功案例。

王杰自豪地说:“我们之所以能够取得现在的成绩,就在于有一个团结善战、敬业爱岗的团队。在任何事情上,公司员工都能够齐心协力,干劲十足。”

对于未来商业地产开发前景,王杰说,虽然北京、上海这些大都市的商业地产市场放量很大,但与国外相比并不成熟。与中国香港、新加坡、马来西亚的商业场所相比,购物环境、服务质量、商品品种仍然相差甚远,更不用说和西方发达国家相比了,商业地产还有很大的发展空间。

一般情况下,当商业地产投资达到人均一平方米就已经到红线区了。据有关机构调研,目前沈阳、武汉等城市有商业地产投资过热的迹象,已经达到人均两平方米左右。

随着楼市的调控,商业地产作为投资性地产并没有受政策的限制,同时,商业地产比住宅产品利润更高,从而吸引众多开发商纷纷涌入商业地产领域,出现大规模的开发。

对此,王杰认为,盲目的、无序的开发,必然导致市场竞争中不断地重新洗牌,优胜劣汰。商业地产属于高投资、高风险、高回报的行业。虽然商业地产的回报率远远超出了住宅项目,但投资商业地产,必须做好前期的调研、规划,否则高投资、高风险带来的可能是低回报、零回报。

目前,龙德广场二期龙德紫金街正在前期的销售、招商准备中,龙德紫金街与一期相比有很大的不同,是不同的两种产品,二期是一期商业的延续,能与一期相互呼应、优势互补。



本报曾于2011年1月25

日第4411期头版刊登了《中国企业抱团抗诉美国“双反”调查》一文,时隔将近一年时间,所涉及169家木地板企业面对这起诉讼,有些企业积极应对,有些企业避而远之,而两种态度也使这些地板企业的境遇大相径庭。

两家企业完胜木地板反倾销

■ 本报记者 王静宇

同样的命运,却是两种结果,共同面对反倾销“大刀”,有的企业坚决面对选择斗争,而有的企业则乖乖等待大刀落下。

去年美国商务部和国际贸易委员会对我国的复合木地板开展“双反调查”(详见本报2011年1月25日第4411期头版)。目前,事情又有进展,美国商务部近日又作出反倾销初裁,国内地板企业正面临严峻的考验,有中国木地板之都之称的浙江湖州南浔,四家木地板企业经过努力,取得了10.88%反倾销税率的较好结果。

据悉,此次反倾销初裁的税率在0%至82.65%之间。全国只有裕华木业与良友木业两家被裁定为零税率,有73家单独税率申请企业被裁定为10.88%反倾销税率,南浔区有世友、福马、贝亚克、富临门四家企业列入其中,其余的全部被裁定为普遍税82.65%。

放弃上诉企业惨遭订单骤减

浙江嘉善的李先生经营着一家木地板加工厂,他生产的实木复合地板主要出口到美国,每年几百万美元的销量虽然在当地并不算大,但订单基本还比较稳定。

可是2010年年底美国硬木地板商联盟向美国商务部提出申请,要求对中国的实木复合地板进行反倾销和反补贴调查,李先生的企业也包含在被双反调查的名单里。

李先生告诉记者,“就在接到美国反倾销诉讼之后,我们企业可能在心理上对于这种情况从来没有经验,以前因为我们也没有碰到这种情况,而且因为我们企业规模也不是很大,所以对于这样的诉讼也不是太精心的去做。”

可是接下来的遭遇让他渐渐意识到了事态的严重。从美国方面发起诉讼开始,美国的客户担心价格不能稳定,一下子撤销了所有的订单,新的客户就更不敢问津。

今年10月份,美国商务部宣布对中国生产的多层木地板最终税率,裁定未参加应诉企业将增收58.84%的反倾销税率和26.73%反补贴税。李先生不得不彻底放弃美国市场。

跟李先生一样,抱着侥幸心理,或因为对反倾销程序不了解而放弃应诉的企业还有一些。美国硬木地板商联盟提起的这起诉讼,几乎囊括了我国所有向美国出口实木复合地板的企业,一些没有应诉而遭遇高关税的企业都不得不退出美国市场。

在浙江贝亚克木业有限公司,一直负责应对美国“双反”调查的浙江贝亚克木业有限公司外贸部负责人沈阳告诉记者,3月份公布的反补贴初裁,贝亚克因为积极应诉,只被征收2.25%的税率,公司出口美国的贸易没有受到影响,10.88%的反倾销税率公布还不到半个月,从出口数量上看起来还没有明显的波动,但会有一定的压力。

沈阳告诉记者,“这个前后一加,相当于13点多的税率,对我们的美国客人来讲,确实有一定压力,有一些客户可能会稍微观望一下。虽然这个形势比较严峻,但我们也比较乐观地看待这个事情,根据实际的市场情况,在产品的结构上做一些调整。”

据了解,南浔区地板出口量目前占总生产量的20%,而出口到美国市场的只占出口总量的10%,尽管如此,南浔区外经贸局还是组织企业积极应诉,这次反倾销初裁,南浔区有10多家企业涉案,四家企业应诉后,被裁定10.88%反倾销税率,但其他企业由于没有参与应诉,将面临82.65%的高额反倾销税率,也意味着将完全失去美国市场。

沉着应诉企业首获“双零”税率

一些地板企业因为缺少应诉的常识,放弃了反倾销应诉,结果遭遇了订单的全部断档。但记者也了解到,大多数地板企业都在积极应诉,结果就大不一样。

浙江龙森木业也在此次美国硬木地板商联盟对我国木业反倾销诉讼的名单里,企业面临着是否“放弃美国市场”的艰难选择。

公司负责人最后决定和其他70多家木业企业一起联合,在商务部的组织下,进行联合应诉。

浙江省嘉善县对外贸易经济合作局副局长高祺告诉记者,参加联合应诉之后聘请律师的费用也是比较大的,大约是三四万元左右,我们觉得花了小钱可以赢得一个大的市场。

最终,嘉善县的龙森、汇佳乐等联合应诉企业都获得了全国平均反倾销税率3.31%,平均反补贴税率1.5%。

浙江另一家裕华公司,由于在2009年和2010年两年出口美国的地板总量位列前三名,在这次应对美国的反倾销诉讼中被选为强制调查对象。

美国商务部到该公司进行了半个月的双反调查,把公司上上下下查了个遍:小到打包扣、胶水、纸箱,大到出材率、库存,调查组都一一称重、计算、核对,甚至连七八年前生产的约3000张库存胶合板都无一落下。

今年10月,美国商务部宣布调查结果,浙江裕华的反倾销税率为零,反补贴税率为0.47%。而在美国反补贴法中,将中国视为发达国家,低于1%的反补贴税率都忽略不计。裕华的反补贴税率低于1%,因此反补贴税率实际为0。

也就是说,美国商务部对裕华既没有征收反倾销税,也没有征收反补贴税,这是此次“双反”调查中唯一一家获两个零税率的企业。“光这一项,每年能为企业节省近百万美元的关税。”该公司相关负责人说。

浙江裕华木业有限公司车间主任袁应粮告诉记者,“10月份仲裁结果出来,我们一下子订单量就回到了原来的水平,并且每个月基本上有10%的增长,订单还在源源不断的增加,我们目前订单已经排到了明年。”

2012年中国调整部分商品关税 积极扩大进口

730 多种商品平均税率为 4.4%

■ 本报记者 陈昌成

经国务院关税税则委员会审议,并报国务院批准,自2012年1月1日起,我国进出口关税将进行部分调整。调整后,我国2012年进出口税目总数将由2011年的7977个增至8194个。

为积极扩大进口,满足国内经济社会发展及消费需求,2012年我国将对730多种商品实施较低的进口暂定税率,平均税率为4.4%,比最惠国税率低50%以上。

这些商品主要分为五大类,一是能源资源性产品,包括煤炭、焦炭、成

品油、大理石、花岗岩、天然橡胶、稀土、铜、铝、镍等;二是发展高端装备制造、新一代信息技术、新能源汽车等战略性新兴产业所需的关键设备和零部件,包括喷气织机、涡轮增压航空发动机、高压输电线、手机用摄像组件、高清摄像头、小轿车车身冲压件用关键模具等;三是农业生产资料,包括大马力拖拉机、大型收割机、乳品加工机、种用鲟、农药原料、化肥、动物饲料等;四是用于促进消费和改善民生的日用品,包括冷冻海鱼、特殊配方婴幼儿奶粉、婴儿食品、护肤品、烫发剂、餐具、厨房用具等;五是与公共卫生相关的产品,包括疫

苗、血清、人工耳蜗、X光片等。此外,为推动社会主义文化事业大繁荣大发展,满足人民群众精神文化需求,2012年新增对数字电影放映机、各类画作原件以及雕塑品原件实施进口暂定税率。

为扩大多边、双边经贸合作,推动区域经济一体化更好更快发展,依据与有关国家或地区签署的自由贸易协定或关税优惠协定,2012年我国继续对原产于东盟各国、智利、巴基斯坦、新西兰、秘鲁、哥斯达黎加、韩国、印度、斯里兰卡、孟加拉等国家的部分进口产品实施协定税率,其中产品范围将进一步扩大,税率水平进一

步降低。在内地与香港、澳门更紧密经贸关系安排框架下,对原产于港澳地区且已制定原产地优惠标准的产品实施零关税。根据海峡两岸经济合作框架协议,对原产于台湾的部分产品实施包括零关税在内的协定税率。继续对原产于老挝、苏丹、也门等40个最不发达国家的部分产品实施特惠税率。