



网址: www.sxjrb.cn
投稿邮箱: sxjrb@sxjrb.com
新闻热线: 4660816

山西经济日报

周刊

SHANXI ECONOMIC DAILY

2020年1月22日 星期三

责编·组版: 王俊菲 校对: 小曹

2019: 房价横盘稳中有降 2020: 太原楼市拭目以待

体验式消费实现 对客流的重新集聚

视点

在消费升级成为“新常态”的背景下,在商业地产中,购物中心除了重视品牌的“销量价值”,也开始重视品牌的“流量价值”。

如今,越来越多的注重体验、社交的商业综合体精彩亮相,不仅成为引领消费潮流、提升消费体验的新场所,也日益成为激发消费动能的新天地。越来越多的商业综合体凭借区域唯一性、跨界融合的优势,创造出新颖的商业模式,引领新潮的消费趋势。

众所周知,在消费者对品牌忠诚度越来越低的情形下,业态创新将持续刷新购物中心“内容”。其中,挖掘功能、重塑场景将成为创新的常见手段,商业综合体将更聚焦于“新兴生活方式”与“美好生活落地”,以期增加客户黏度。

近年来,随着消费者的需求变化,电商的异军突起,购物中心在內的实体商业对顾客失去了吸引力。于是,提升场景体验便成为实体商业的核心竞争优势,越来越多的实体商业在不断地丰富自己的内涵,通过业态创新和场景营造带动消费的商业成为了购物中心的“香饽饽”,体验式消费逐渐成为商场引流留客的重要方式。

在各大商业项目创新频出,购物中心同质化竞争激烈的现状下,新奇的业态、丰富的营销活动、独特的文化创意,都是购物中心实现差异化竞争的良药。营造体验式的购物环境,进而实现对客流的重新集聚。通过自创活动,建立特色活动IP的做法,已走上活动市场的主流舞台。未来的商业体,不仅是柜台里卖商品,更应该是一个可看、可听、可闻,引起美学遐想和愉悦感的生活场景。

山西保利销售额连续两年破百亿元

本报讯 近日,保利发展山西公司传来消息,2019年度,山西保利实现签约金额120亿元,连续两年破百亿元,连续6年年复合增长率达到82%。

入晋6年以来,山西保利在太原、晋中两地布局18盘,以央企担当,为城市赋能。在众多晋品牌地产企业中,山西保利量价表现优异,海德、茉莉、西湖林语、东郡四大主力项目均位列太原住宅项目成交额排名前十名。其中,保利东郡和西湖林语实现单盘业绩破30亿元,占据市场单盘销售额前两席,成为太原房地产市场瞩目的明星项目。

据悉,近年来,山西保利提出“和太原,美好UP”年度品牌主张,基于其产品品牌系统,从对话城市、服务客户、携手伙伴、打造产品四个维度出发,品牌全面辐射人数不断扩大,持续提升品牌文化的传播力。

2019年是山西保利改善项目交付元年,金香槟、海德公园、茉莉公馆项目圆满交付,三年累计交付业主10026户。

2020年,山西保利将立足150亿元年度任务,继续以“大运营”战略为统筹,积极融合工程、技术、物业等部门,跨部门开展全员客服;深化“大营销战略”进一步提升大品牌、大资源、大价值、大流量在品牌城市营销中心的应用,盘活客户资源,助力全年业绩闯关、巩固行业第一份额,强化市场影响力。



保利东郡营销中心购房者众多。

本版稿件、图片均由本报
记者郝薇采写、拍摄

本周聚焦

有人说,这个世界上没有永远上涨的东西,除了年龄!

用这句话来描述2019年的太原房价,似乎较为贴切。这一年,太原房地产市场毫无悬念地进入下行通道,高开低走。经历了降温、探底、盘整、花式促销的太原房地产市场,在“房住不炒”的政策基调和“限购令”的压力之下,趋于冷静,成交量和成交价均有所回落。

尽管一再说,2019年是房地产市场最艰难的一年;尽管房企叫苦连连,促销手段花样百出……但从数据看,太原房地产市场年终报表仍有多个抢眼之处。2020年的太原房地产市场能否触底反弹,则需拭目以待。

开发商以价换量追赶年度任务

2019年的太原房地产市场,究竟是什么温度?

随着政策压力持续加压,2019年太原房地产市场呈现出量价走低、横盘整理,市场观望情绪加重的态势。从市场表现看,2019年上半年,太原房地产市场流速持续放缓,至2019年6月,住宅市场去化周期达到最高峰。随着下半年房企积极供货、以价换量,去化周期明显缩短;未来市场去化压力增大,短期内去化周期将持续拉长。

2019年12月底,各大房企纷纷冲刺追赶年度任务,千方百计保证项目回款。在这个阶段内,营销暖场活动频次激增,推广力度不断加大。其中,各大品牌房企心照不宣地几乎同步推出“某某项目即将全面涨价”倒计时广告。此涨价倒计时广告,一反之前“优惠”的主基调,某些项目的上涨幅度一度高达十几个点。

但相比之下,2019年下半年的各种项目房价特惠广告的频率,仍为几年之最。省城张女士的微信群里,日渐频繁的特价房广告,让有意购房的她不知所措。各房企

太原: 新兴商业综合体强势崛起 城市商业迎来迭代升级

2019年9月,太原公元时代城正式开业。这是目前太原市下元商圈唯一一座大型商业综合体。公元时代城购物中心的落地改变了迎泽西大街购物中心贫瘠的现状,满足了河西人民多元化和生活化的生活消费要求,为周边居民提供现代化、体验式、沉浸式的逛街好去处。

事实上,近几年来,太原大型综合购物中心正在快速布局。除人气正旺的华润万象城,老牌的茂业天地、北美新天地、华宇百花谷、万达广场之外,一波接一波全新的商业项目建设正酣。

万柏林区成商业综合体聚集地

预计于2020年开业的晋阳里商业旅游综合体,将成为太原市首席轻度度假休闲文旅融合标杆项目,首席滨水商业街区融合文化、购物、餐饮、娱乐和观光等多种功能于一体。

位于杏花岭区解放路以东,北中环以北的红星美凯龙爱琴海购物公园项目,预计于2021年开业。该项目致力于打造都市度假场景式的商业空间,除吃喝玩乐购等传统业态外,还聚集玩乐、聚会海淘、



保利海德公园项目优惠活动频出。

的推房文案,让“买到就是赚到,不买就是亏本”的紧张情绪,直击人心。“员工福利房名额仅剩最后3套;8套特价房限时秒杀,刚刚退出来的8套房源,手慢无;内部员工折扣……”一波接一波的优惠、折扣,让更多人人心生迷茫。

在如潮水般的优惠广告中:某品牌房企一项目单价从12000余元降至10000余元,优惠总价高达36万元;有的项目折扣单价一度下探至8000余元……

在这一年,一些品牌房企老楼盘新房源降价入市,引发大范围业主维权事件。同样在这一年,二手房也受一手房降价的波及,惨淡经营。某小区同一单元同一户型的二手房,甚至出现2018年卖100万元,2019年90万元仍卖不出去的情形。

有业内人士认为,房价已经告别暴涨时代。尽管目前国内还没有能完全替代房产抵抗通胀的稳定可靠的产品,但房子作为最高投资品的时代已成为历史。尤其是进入2019年,从三季度末开始,太原新房市场出现部分项目降价情形;四季度开始,在绝大多数项目均有不同程度降价,进入以价换量阶段。尽管营销团队用各种优惠政策刺激客户购买欲望,吸引客户

成交,但众多购房者陷入购房观望期,已是不争的事实。

“头部”房企再创千亿量级

房地产市场的韧性超出人们想象。有人统计,2019年,对房地产行业的调控多达620次,但从全国范围看,依然取得房地产开发投资增速10%以上,全国土地出让收入高达7万亿元,销售额再次创新高突破16万亿元的成绩。

“年年难过年年过,年年过得还不错”成为房地产行业顽强生命力的写照。

从太原市场情形看,尽管2019年的太原房价开启下行通道,但仍有不少楼盘热销,以中海为代表的品牌房企的优质项目取得不俗业绩。其中,以刚需为主的“超级大盘”在2019年引人瞩目。2019年5月25日,中海国际社区开盘热销13.6亿元;恒大金碧天下首次开盘的1800套房源,一抢而空,供不应求。

纵观各大房企的表现,保利的成绩单颇为亮眼。2019年,山西保利销售额跃居太原和晋中两地榜首,攀登入晋后的巅峰。这一年,山西保利的保利东郡、西湖林语两个单盘,分别以31.8亿元、

30.61亿元的成交额跃居2019年太原住宅项目成交额榜首。这个成绩,远超多个热卖项目;在晋中,保利壹号公馆和保利心语的成交额也位居前十。

作为2019年开年首拍,省警地地块让2019年的房地产市场高调开启。该地块曾吸引了金茂、金地、万科、中国铁建、华润、华发、保利七家品牌房企激烈角逐。最终,中国铁建力压群雄以总价24.7亿元斩获该地块,成为2019年“地王”,而其7491元/平米的楼面价、89%的高溢价率,让太原土地市场变得扑朔迷离。

据明润智业最新统计:从各板块品牌房企项目的广义库存量来看,整体存量接近3000万平米,去化周期约4.3年,其中8个板块去化周期在整体去化周期水平之上,主要集中在北、西、东环线外的刚需刚改型板块。业内人士认为,太原北环外北部新城板块及杏花岭板块去化周期达10年以上,未来去化周期较长,在区域需求不足的情况下,板块价格水平或将走低。

2020年太原楼市悲观情绪犹在

据明润智业最新统计数据显

阅读、社交分享、家庭手工作坊等多元场景于一体。

2021年,位于万柏林区长风西街与千峰南路交汇处的远大购物广场也即将开业。该项目以“MALL+街”的组合形式构成,整体定位为区域型家庭体验式购物中心。

据明润君和数据统计:2020年,太原市预计共开业6家商业项目,总体量超过44万平米,六大商业综合体的落位,势必会提升太原市的商业形象,为太原市经济发展注入新活力。总体来看,太原市预计入市的潜在商业综合体项目达22个,总体量约396万方。其中,万柏林区为主要商业供应区域,体量约149.73万方;中粮·远大·海璟、新城为区域内重磅商业项目,这些商业综合体将共同促进河西商业更新,完善河西商业功能。

体验式商业已成商业发展必然趋势

2019年8月17日,太原首届梵高星空艺术展亮相北美N1,本次展会呈现镜子迷宫、水母宇宙、无限星空、钻石之眼等50大场景,酷炫的4D沉浸式互动,360°环绕式沉浸体验,让此地成为太原市新的

网红打卡胜地。

2019年11月5日,作为太原市首家室内萌宠主题乐园,华宇百花谷引入Tiny World室内萌宠主题乐园,通过采用将动物园搬进商场的方式,为广大游客提供“沉浸式”萌宠亲密互动和科普体验场景。近百种全球珍稀萌宠,1000多只动物,打造人与自然和谐相处的伊甸园。

2019年9月,“2019山西草莓音乐节”在万象城举行。对于万象城而言,专场音乐会不仅仅是一种艺术,更是传递一种生活方式。

业内人士认为,2019年,太原市购物中心的业态创新重点表现在艺术与儿童业态上。购物中心对文化艺术资源引进的背后反映的是其对场景内容的高度饥渴,是存量时代下寻求差异化竞争的重要创新范式。好的业态无疑能吸引人群,聚集人气。创新性、主题性、体验性商家及业态进驻购物中心,已逐渐演变为一种商业发展趋势。

据了解,在物质文明极度丰盛的今天,闲暇之余享受生活才是人们关注的重点,体验式商业已然成为商业发展必然趋势。无论是商业空间还是购物中心,都在通

示,限购出台后,从2018年开始成交套数、成交面积均出现大幅下降;2019年市场进入横盘期,同比上年均有所下降。

其中,2019年,太原商品房成交均价为12784元/平米,同比下降1%;商品房销售套数90619套,同比上涨1%;商品房销售面积795.32万平米,同比下降5%;商品房销售金额1037.3亿元,同比下降5%,市场再续千亿量级。

2019年土地市场火热,供求量均达到七年来的最高水平,一定程度上保证了二级市场供应量充足;而一二级市场转换周期持续降低,未来二级市场库存压力较大。

总体而言,从2019年房地产政策看,在配合国家“稳经济”的大趋势下,“房住不炒,因城施策”仍为政策的主旋律,全年房地产市场表现稳定,虽各城市房地产政策“有松有紧”,但整体相对稳定,未出现较大的政策起伏。

据明润智业分析,从太原来看,城市产业落地速度持续加快。未来,信息技术、新能源等新兴产业的调控多达620次,但在晋中,保利壹号公馆和保利心语的成交额也位居前十。

从太原市房地产政策环境来看,2019年全年维持不变,无新政出台。预计2020年,限购限贷政策仍将继续,政策环境保持稳定;从土地市场来看,土地供求量达到高峰,多个城改项目陆续落地,且入市节奏较快,迅速转换到二级市场;从商品房市场来看,2019年全年成交量基本与2018年持平。受2019年下半年房企以价换量、冲刺还款目标所带动,但受房企土地成本、开发运营成本及利润底线等因素影响,2020年,太原房价进一步下滑的可能性相对较小,市场在价格较为稳定的情况下,成交量可能出现下滑,千亿市场将更难实现。

业内人士分析,2020年,房地产政策大概率放松,因为房地产自身已经完全降温,严厉调控的必要性已经不大。2020年,房地产最大的风险已经从过去的过快上涨转化为下跌可能引发的一系列风险上,调控的目的和方向都在发生变化。

业内人士分析,2020年,房地产政策大概率放松,因为房地产自身已经完全降温,严厉调控的必要性已经不大。2020年,房地产最大的风险已经从过去的过快上涨转化为下跌可能引发的一系列风险上,调控的目的和方向都在发生变化。

2020年太原楼市悲观情绪犹在

据明润智业最新统计数据显

展年代较早,缺乏新的商业刺激,均面临着商业迭代升级的困境。因此,新的商业发展模式是城市商业发展的必经之路。

从太原潜在商业综合体项目的定位来看,太原新兴的商业综合体项目在定位上细分更加明确,如一些商业体主打中高端精品化定位,一部分商业体以主题化为主,一部分商业体结合当地人文环境主打休闲旅游。

从太原潜在商业综合体项目的服务功能来看,太原新兴商业综合体项目进行了功能转变,不再是单纯的购物中心销售商品,而是更加关注客户实际需求服务、社交服务、休闲娱乐服务等,逐步向“购物+”、“体验+”、“社交+”的服务方向转变。

从明润君和分析情况看,太原潜在新兴的城市商业综合体主要集中在河东区域,以漪汾商圈更新、迎泽西商圈升级、长风西商圈诞生、晋阳湖商圈诞生为主要代表,这与城市发展轨迹相关。伴随着城市南移西进的发展战略以及万柏林区高密度的城中村改造和厂矿改造,促进片区更新发展,催生区域更多的大型商业体项目,引领区域商业发展新方向;而河东区域新兴商业综合体项目布局较少,主要由于城市核心区商业发展繁荣度与饱和度较高,土地资源的稀缺性等因素的影响,且河东区域商圈如柳巷商圈、长风亲贤商圈,发

展年代较早,缺乏新的商业刺激,均面临着商业迭代升级的困境。因此,新的商业发展模式是城市商业发展的必经之路。