

高端项目受推崇 租金有望上涨

写字楼升值空间尚有潜力

专刊记者 夏超

在公寓、商铺、写字楼、专业市场这4种商业地产类型中,市场目前竞争十分激烈,商铺的投资门槛较高。而写字楼针对的客户群最为准确,其定位主要是多次置业、有经验的实力客户。另一方面,烟台写字楼市场尚有大的市场需求。

近日,记者走访部分写字楼了解到相对普通商住两用公寓的专业性,专业写字楼一般围绕商务办公服务,具有专业的商务办公配套设施,商务谈判中心、专业办公安防设施、电脑监控系统、电子巡更系统、24小时维护维修及保安巡逻等服务。标准的写字楼内外形象设计,标准写字楼层高、公共走道宽度及空调、电梯配置。具备星级酒店装修标准的写字楼大堂、电梯厅及公共卫生间设计等。

烟台写字楼的发展趋势如何?以芝罘区为例。芝罘区现有建筑面积5000平方米以上的写字楼34幢,商务建筑面积共计57万平方米,其中已经建成使用的32幢,商务建筑面积48.2万平方米。在建成使用的32幢写字楼内,共入驻企业1300余家,涵盖国际贸易、金融保险、航运物流、装饰安装等各个行业。

据了解,目前芝罘区写字楼的月租金多在30元—60元/平方米之间,记者调查了解到世茂写字楼36.6元/平方米/月,阳光100写字楼为40.46元/平方米/月,市长大厦40元/平方米/月,银都财富中心精装修海景写字楼46.5元/平方米/月,第一大道30元/平方米/月。

伴随着上述综合体项目的兴起,今后芝罘区写字楼市场将更加火爆,租金也有望上涨。当

市场上纯粹的写字楼开始走红,高端项目更受到市场需求的推崇。在烟台,高端写字楼以片区的形式迅速崛起,天鸿凯旋城、壹通国际、金都大厦及世茂一号湾,能够成为地标性建筑的产品。有关人士认为,这些知名的写字楼产品在硬件标准上已经切合了人们的心理,高端写字楼产品正在占据着相当大的主导地位。

目前,市场上许多规划中或者即将上市的城市综合体项目中,也大多包含有写字楼。这些综合体包括总建筑面积约90万平方米的万达广场,总建筑面积达70万平方米的华润中心,以及西至海港路、东至胜利路、南至北马路、北至海滨的中粮大悦城项目等。其高标准、高品质的硬件配套设施、完善的休闲娱乐环境以及永续发展的楼宇技术,将把整个项目打造成一个区域的生活中心,进而带动其写字楼的综合品质。

“目前,南大街沿线的住宅价格已在每平方米万元上下,而写字楼的价格则在8000元至14000元之间。”有业内人士表示,包括壹通国际。价格应在每平方米16000元左右,但从市场来看,写字楼与住宅的价差显然落差很大。这表明,写字楼依然有较大的升值空间。



资料片

相关链接:

写字楼分为甲级和乙级写字楼,对于甲级写字楼的衡量标准,主要包括了交房标准、建筑施工、单层面积等方面。

所谓甲级写字楼,实为一种通行叫法,并没有固定标准,在我国现行的建筑设计规范里无法找到这个名词,商合

作开发涉外写字楼的过程中,逐步引进并流行起来的词汇。每家公司的具体评判标准不甚统一,在参照国际化通行标

准的情况下都有自己的一套判别方式,就我国的办公楼市场而言,一般分为高档物业(甲级写字楼)、中档物业(乙级写字楼)、低档物业(丙级写字楼)。而高档物业又可细分为两个部分:顶级和甲级写字楼。顶级写字楼与国际写字楼标准相符,甲级是按照本地市场现行标准划分的。

关键词:基于市场的相对

质量由于写字楼物业在不同的市场各不相同,写字楼的分类标准通常是基于每个市场上的相对质量。其考量标准为以下几部分:楼宇品质(包括装饰标准、配套设施、设备标准)、建筑规模、客户进驻、物业服务、交通便利、所属区位、智能化等10项指标通过综合评定打分后,达到一定分值来判断。

合富·观点

○《房产新政下中小开发商运营之道》之合作伙伴篇

不容忽视营销的力量



在整个房地产营销过程中,开发商、设计院、建筑商、代理商、银行、广告公司、装修公司、园林景观公司、物业管理公司等,形成了一串息息相关的“生态圈”。他们共同享受、服务于同一市场,共同参与和完成房产的“营销”工作。

营销,是一门技术学问,对房地产市场的楼盘销售来说,更应如此,开发商需要的是一支有战斗力的营销团队,你的营销团队要能给你解决销售中所有问题,更何况在今天这样的新的地产形式下。

代理行综合性、全国化成行业趋势

从2006年开始,房地产经纪行业改革调整、企业重新“洗牌”,进入了一个特殊的转型期。但综合性、全国化是今后代理企业发展的必然方向,代理行的发展一般会首选2种不同的思路:一是将流通做大做强,把一二联动发挥到最大,如合富辉煌经营成绩不错的二手房服务等。二是将服务链拉长,形成房地产综合服务商,但全国化是所有本土企业发展的必然趋势。

近几年,众多策划代理企业以大规模扩张为主导战略,

纷纷加大对异地房地产市场的开发和投资力度。不断变化的房地产市场必然导致代理行业进行又一轮更严格的洗牌:一些处在求生存阶段的企业,将公司的发展重心放在锁定擅长的物业类型或服务领域,着力提供差异化产品与服务,并深入周边的二、三线城市,分据市场;而处于求发展阶段的代理企业,将重点巩固已占据的市场阵地与份额,谋求更具广度与深度的布局,并与开发商和代理业同行进行战略合作意义上的合作。

开发商需要什么样的营销团队

每个企业都清晰地知道销售在企业中的作用,在卖方市场下,销售工作不需要花费很大气力就很轻松能做好,很多地产项目销售价格与速度超越了操盘手想象,溢价拿地与“地王”频出,销售工作成为梦想与理想交织的舞台。

行业分工的协作,让80%开发商更加专注于自己的职责,把营销工作交由代理商完成,由专业人士做专业之事,这样可以整合业界优势资源,在竞争中占领有利的位置。

新的房地产市场形式下,楼市促销战已然愈演愈烈,品牌开发商轮番出击,抢占市场

份额,购房者的也迎来买方市场,你需要重新审视一下你的销售力量。

你的营销团队是否合格,可以从以下几点进行评估:

代理商有否策划理念、代理商的企业规模、智力结构、企业文化、业内口碑、管理能力、员工素质、擅长面以及代理商的实盘操作能力等。

是否需要调整你的销售团队,无论你是销售团队人员更换,还是适时引入策略机构的外脑。

危机在逼近,及时与稳妥。

这点很重要!

“我们都爱烟台”2011第八届中国房地产网络人气榜启动

2011年度第八届中国房地产网络人气榜,于11月在全国拉开帷幕。本届网络人气榜由搜房网主办,中国指数研究院、搜房全国314城市分站承办,全国近百家媒体协办。烟台地区活动也于11月2日同步启动!

烟台分榜由事件、企业、楼盘、社区等榜单组成,以投票形式为主,充分表达购房者最真实的选择。

烟台分榜将票选出“2011年度烟台楼市十大重磅事件”、“2011年度烟台楼市十大品牌房企”,“2011年烟台楼市金牌代理公司”、“2011年度烟台楼市人气楼盘榜”、“2011年度烟台楼市潜力楼盘榜”、“2011年度烟台楼市海景价值楼盘榜”等各项项目榜单评选,从不同的定位角度呈现烟台项目的特色,为广大购房者提供最客观的购房选择信息。

社区榜单分别有:2011年烟台人气论坛、2011年烟台潜力论坛、2011年烟台人气榜主、2011年烟台潜力榜主、2011年烟台人气网友等奖项评选,为保证客观公正,将以票选和投票的方式开展。所有搜房网友均可在榜单上线之后进行投票,企业榜、楼盘榜、社区榜将分别进行投票评选。购房者的投票+数据说话,13大榜单结果11月底将陆续揭晓。

烟台搜房网将会通过这次搜房网友及业内开发商的盛会,为烟台的市民,关注烟台的朋友呈现出一次饕餮大餐!