



商业地产  
实战丛书

商业地产实用专业知识培训及查阅宝典

# 问鼎商业地产

## ——商业地产从业人士 实战专业知识一本通

余源鹏 主编



所有有意进入商业地产投资开发行业的投资者、  
决策者、管理者和从业者必读



化学工业出版社



商业地产  
实战丛书

# 问鼎商业地产

## ——商业地产从业人士 实战专业知识一本通

余源鹏 主编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书全面详细地讲述了涉及商业地产行业最重要、最实用的实战知识。其中第一章为商业地产开发的实战基础知识，第二章为商业地产前期策划与规划设计的实战专业知识，第三章为商业地产招商销售与经营管理的实战专业知识。

本书是涉及商业地产各方面专业知识的宝典，内容全面深入，编写简单易懂，是所有有意进入商业地产投资开发领域的投资者、决策者、管理者和从业者的必读书籍，是商业地产从业人士充实自身专业知识和职业晋升的必备书籍，也是商业地产从业人士日常工作必备的工具用书。本书还适合作为有意进入商业地产行业的从业人员快速入门的自学实用读本，以及作为商业地产相关企业和单位对员工进行专业知识培训的首选教案。

#### 图书在版编目 (CIP) 数据

问鼎商业地产：商业地产从业人士实战专业知识一本  
通/余源鹏主编. —北京：化学工业出版社，2015.3

(商业地产实战丛书)

ISBN 978-7-122-23047-8

I. ①问… II. ①余… III. ①城市商业-房地产开发  
IV. ①F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 031298 号

---

责任编辑：徐 娟  
责任校对：蒋 宇

装帧设计：张 辉

---

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011）

印 刷：北京云浩印刷有限责任公司

装 订：三河市瞰发装订厂

787mm×1092mm 1/16 印张 17 $\frac{1}{4}$  字数 434 千字 2015 年 5 月北京第 1 版第 1 次印刷

---

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

---

定 价：68.00 元

版权所有 违者必究



## 本书编写人员

主 编：余源鹏

策划顾问：广州市智南投资咨询有限公司

余源鹏房地产大讲堂

参编人员：余源鹏 陈秀玲 梁嘉恩 蔡燕珊 杨秀梅  
谭嘉媚 黄颖 陈思雅 刘雁玲 刘俊琼  
黎敏慧 朱嘉蕾 张家进 余鑫泉 唐璟怡  
李苑茹 李惠东 杨逸婷 陈晓冬 奚艳  
张雄辉 王旭丹 陈小哲 夏庆 邓祝庆  
罗宇玉 杜志杰 罗艳 马新芸 林旭生  
陈友芬 张洁 林敏玲 叶志兴 莫润冰  
黄志英 胡银辉 曾琳 谭玉婵 蒋祥初  
宋明志 肖文敏 刘丹霞 林达愿 罗慧敏  
崔美珍

信息支持：智地网

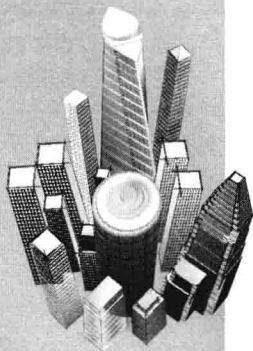
[www.eaky.com](http://www.eaky.com)

房地产基础知识网

[www.eakyfa.com](http://www.eakyfa.com)

房地产培训课程网

[www.eakypx.com](http://www.eakypx.com)



## 丨 前 言 丨

商业地产是商业房地产的简称，又称商业物业，我国港台地区及国外的普遍叫法是零售不动产。从广义上来讲，商业地产是指用于各种零售、餐饮、娱乐、健身、休闲、文化交流等经营用途的房地产形式，其开发类型包括城市综合体、商业综合体、购物中心、商业街、专业市场、社区商铺、裙楼底商、写字楼、酒店、商务公寓等。

随着前几年国家对房价过高、上涨过快的中心城市进行住房限购政策以来，越来越多的房地产开发商纷纷转向商业地产开发，比如城市综合体、商业综合体、购物中心、主题商城、商业街、社区商业等商业项目的开发，商业开发呈现出火热的态势。这也使得越来越多有着不同专业背景的从业人士加入到商业地产这一快速发展的行业中来，其中，有从事过住宅开发建设的，有从事百货零售业的，更多的是学建筑、学市场营销等不同专业的人员加入商业地产开发的全产业链当中，但是真正了解、熟悉商业地产专业知识的人却很少。

为了让更多的商业地产从业人士以更快的速度，更系统、更深入地掌握商业地产的各种相关实战基础知识和专业知识，我们选取了跟商业地产紧密相关的商业地产开发实战基础知识、商业地产前期策划与规划设计的实战专业知识、商业地产招商销售与经营管理的实战专业知识这三大部分内容编写了本书。取名为“问鼎商业地产”，旨在让本书成为广大商业地产从业人员问鼎商业地产事业顶峰的一座坚实的阶梯，同时，当读者在日常工作中遇到某些专业的问题时，也可以翻开本书“问”个究竟。

本书用三章的内容全面详细地讲述了涉及商业地产行业最重要、最实用的实战知识，这三章的内容如下。

第一章，商业地产开发的实战基础知识，主要讲述商业地产的基本概念与专业术语、商业地产开发的基本概念以及8种常见商业地产开发类型的基础知识等内容。

第二章，商业地产前期策划与规划设计的实战专业知识，主要讲述商业地产项目选址与土地获取、商业地产市场调研分

析、商业地产项目定位、商业地产业态规划以及商业地产建筑规划设计的实战专业知识等内容。

第三章，商业地产招商销售与经营管理的实战专业知识，主要讲述商业地产招商、商业地产销售以及商业地产经营管理的实战专业知识等内容。

本书的编写具有以下四大特点。

第一，实战性。本书的编写人员来自多年从事商业地产项目开发的一线专家，实操经验丰富。本书的编写一如既往地保持了我们的编写房地产图书的实战性风格。实战即实用、常用，而不是少见或少数人才会接触到的知识。所以，本书摒弃了许多商业地产“专业”但不“实用”的知识，力求编写的内容与读者日常工作有密切联系。

第二，全面性。本书在实战性的基础上力求做到知识的全面性。可以说，本书所编写的这三大知识就是商业地产行业的核心知识，是所有商业地产从业人士都应该了解的知识。另外，本书编写旨在针对全国的商业地产从业人士，因此收录的名词、概念、法规也是适合全国读者的。

第三，工具性。本书编写脉络清晰，内容丰富，读者可以快速查阅到所要了解的知识和问题。

第四，简明性。由于商业地产从业人士大多工作繁忙，简明到位地阐述问题既有助于读者理解该知识点，又可以节省读者的时间和精力。因此，本书编写过程中秉持简明性的原则。

总之，本书是涉及商业地产各方面专业知识的宝典，内容全面深入，编写简单易懂，是所有有意进入商业地产投资开发领域的投资者、决策者、管理者和从业者的必读书籍，是商业地产从业人士充实自身专业知识和职业晋升的必备书籍，也是商业地产从业人士日常工作必备的工具用书，适合涉及商业地产项目开发的投资、开发、财务、研发、设计、工程、材料、市场、招商、销售、策划、运营、物业、客服、人事、行政等部门的经理、主管和从业人士阅读。

本书也非常适合涉及商业地产定位、策划、销售、招商和商业规划的商业地产投资商、商业地产运营商、商业地产经营管理企业、商业地产咨询顾问公司、商业地产策划招商代理公司、商业地产规划设计单位的相关领导及从业人士阅读；适合计划、建设、规划、国土、质检、安检、市政、交通、环卫、文化、人防、消防、供水、供电、供气、供暖等与商业地产项目建设有关的政府行政主管部门的相关从业人士阅读；适合参与商业地产项目开发的拆迁、设计、监理、勘察、施工、建材、设备、装修等企业的相关从业人士阅读；适合商业地产项目的百货、超市、餐饮、娱乐、专卖店、连锁店的经营商家的管理人员学习阅读。

本书还特别适合作为有意进入商业地产行业的从业人员快速入门的自学实用读本，以

及作为商业地产相关企业和单位对员工进行专业知识培训的首选教案!

本书编写过程中,得到了广州市智南投资咨询有限公司相关同仁以及业内部分专业人士的支持和帮助,才使得本书能及时与读者见面。本书是我们编写的“商业地产实战丛书”中的一本,有关商业地产和房地产其他相关实操性知识,请读者们参阅我们陆续编写出版的书籍和网络培训课程,也请广大读者们对我们所编写的书籍提出宝贵建议和指正意见。对此,编者将十分感激。

编者  
2015年1月

# 目录

## CONTENTS



### 第一章

#### 商业地产开发的实战基础知识

Page 001

第一节 商业地产的基本概念与专业术语 .....	001
一、商业地产的概念与特征 .....	001
二、商业地产的 8 种分类形式 .....	002
三、商业地产开发与住宅地产开发的 6 个区别 .....	005
四、业态的概念与分类 .....	009
五、12 种典型零售业态及特点 .....	011
六、有关零售业态形成规律的四种理论 .....	016
七、5 种最具前景的商业地产业态 .....	017
八、业种的概念与分类 .....	017
九、品类的概念 .....	018
十、商圈的相关知识 .....	019
十一、商业地产产品的相关知识 .....	021
十二、商业地产的发展现状 .....	023
十三、商业地产开发的专业术语 .....	025
第二节 商业地产开发的基本概念 .....	035
一、商业地产开发的概念与特征 .....	035
二、商业地产开发的 4 个基本原则 .....	036
三、商业地产开发的 4 个特点 .....	037
四、商业地产开发的 7 个关键步骤 .....	039
五、商业地产开发的 8 个成功因素 .....	041
六、商业地产开发需要倚仗的专业机构 .....	042
七、商业地产开发的 6 个相关利益者 .....	044
八、5 种常见的商业地产开发商类型 .....	045
九、商业地产开发商必备的 5 个基本条件 .....	046
十、商业地产开发企业的组织架构 .....	046
第三节 8 种常见商业地产开发类型的基础知识 .....	048
一、有关购物中心的基础知识 .....	048
二、有关商业街的基础知识 .....	057
三、有关城市综合体的基础知识 .....	061
四、有关专业（批发）市场的基础知识 .....	067



五、有关社区商业的基础知识 .....	078
六、有关写字楼的基础知识 .....	084
七、有关酒店的基础知识 .....	085
八、有关商务公寓的基础知识 .....	087

## 第二章

### 商业地产前期策划与规划设计的实战专业知识 Page 090

第一节 商业地产项目选址与土地获取的实战专业知识 .....	090
一、项目选址的 4 个关键因素 .....	090
二、土地价值分析的 6 项内容 .....	091
三、土地获取的 16 个问题 .....	091
第二节 商业地产市场调研分析的实战专业知识 .....	095
一、商业地产市场调研的概念与特征 .....	095
二、商业地产市场调研与住宅地产市场调研的 3 个区别 .....	095
三、商业地产市场调研的必要性 .....	096
四、商业地产市场调研的分类研究 .....	097
五、商业地产市场调研的 5 种常见方法 .....	097
六、商业地产市场调研的 7 个步骤 .....	098
七、商业地产市场调研的 6 项内容 .....	099
八、商圈分析的相关知识 .....	101
九、商业地产市场调研的 4 种分析工具 .....	106
十、商业地产市场调研报告的内容 .....	116
第三节 商业地产项目定位的实战专业知识 .....	117
一、商业地产项目定位的概念与特征 .....	117
二、商业地产项目定位的重要性 .....	118
三、商业地产项目定位的 12 个原则 .....	118
四、商业地产项目功能定位的相关知识 .....	120
五、商业地产项目主题定位的相关知识 .....	121
六、商业地产项目业态定位的相关知识 .....	121
七、商业地产项目形象定位的相关知识 .....	122
八、商业地产项目规模定位的相关知识 .....	123
九、商业地产项目商圈定位的相关知识 .....	124
十、商业地产项目目标客户群定位的相关知识 .....	124
十一、商业地产项目经营模式定位的相关知识 .....	126
十二、商业地产项目价格定位的相关知识 .....	127
十三、商业地产项目定位模型 .....	129
十四、商业地产项目定位的典型案例 .....	129
第四节 商业地产业态规划的实战专业知识 .....	135
一、商业地产业态规划的概念及其重要性 .....	135
二、商业地产业态规划的 9 个基本原则 .....	135
三、3 种不同区域商业中心的业态设置 .....	137

四、单体商业建筑的 6 种业态组合方式与特点 .....	138
五、不同地理位置购物中心业态配比 .....	140
六、城市综合体业态组合的相关知识 .....	141
七、商业地产项目楼层业态规划的 8 个原则 .....	142
八、商业地产业态选择的 3 个常见问题与建议 .....	143
九、商业地产主力店业态规划的相关知识 .....	143
十、商业地产业种规划的相关知识 .....	145
十一、商业地产目标商家规划确定的相关知识 .....	146
十二、商业地产业态规划的典型案例 .....	147
第五节 商业地产建筑规划设计的实战专业知识 .....	150
一、商业地产建筑规划设计的基本概念 .....	150
二、商业地产建筑规划设计与商业规划的关系 .....	151
三、商业地产建筑规划设计的 3 种流程 .....	152
四、商业地产建筑规划设计的 9 个基本要求 .....	152
五、商业地产建筑规划设计的 4 个方向性原则 .....	154
六、商业地产建筑规划设计的 8 个商业原则 .....	155
七、商业地产建筑规划设计的 6 个常见误区 .....	155
八、商业地产内部空间布局的 4 种形式与特点 .....	156
九、商业地产内部空间规划设计的相关法则 .....	157
十、商业步行街规划设计的相关知识 .....	157
十一、商业地产人员动线设计的相关知识 .....	158
十二、商业地产垂直人员动线设计的相关知识 .....	159
十三、商业地产平面设计的相关知识 .....	161
十四、商业地产停车场设计的相关知识 .....	162
十五、商业地产中庭设计的相关知识 .....	163
十六、商业地产外立面及广告位设计的相关知识 .....	166
十七、商业地产外环境及景观设计的相关知识 .....	167
十八、商业地产装饰设计的相关知识 .....	170
十九、商业地产商铺分割设计的相关知识 .....	170
二十、商业地产配套设备设施设计的相关知识 .....	171
二十一、购物中心设计的相关知识 .....	178
二十二、商业街设计的相关知识 .....	180
二十三、社区商业设计的相关知识 .....	183
二十四、城市综合体设计的相关知识 .....	184
二十五、商业地产规划设计方案的政府审批 .....	185

第一节 商业地产招商的实战专业知识 .....	186
一、商业地产招商的概念与特点 .....	186
二、商业地产招商的 10 个基本原则 .....	187

三、商业地产招商的意义 .....	188
四、商业地产常见的 8 种招商渠道及特点 .....	189
五、商业地产招商的基本流程 .....	190
六、商业地产招商的 3 个阶段及其重点工作内容 .....	191
七、商业地产成功招商的 5 个工作要点 .....	192
八、4 种典型商业业态的招商 .....	193
九、商业地产招商市场调研的目的与内容 .....	196
十、商业地产招商定位的目的与内容 .....	197
十一、商业地产招商产品建议的目的与内容 .....	198
十二、商业地产招商总策略制订的 12 项内容 .....	198
十三、商业地产招商队伍组建与管理的相关知识 .....	199
十四、商业地产招商推广的相关知识 .....	203
十五、商业地产租金及招商优惠政策制订的相关知识 .....	206
十六、商业地产招商谈判的相关知识 .....	207
十七、商业地产招商合同的相关知识 .....	209
第二节 商业地产销售的实战专业知识 .....	221
一、商业地产的 3 种销售模式及其特点 .....	221
二、商业地产返租销售的相关知识 .....	222
三、商业地产销售的 5 个阶段及其重点工作内容 .....	225
四、商业地产销售的 3 类客户群体 .....	226
五、商业地产销售与住宅销售点 10 个区别 .....	227
六、商业地产销售点 8 个误区 .....	227
七、商业地产销售推广的相关知识 .....	227
八、商业地产销售价格制订的相关知识 .....	230
九、商业地产销售的 10 个策略 .....	232
十、商业地产销售人员的基本业务流程 .....	234
十一、商业地产销售人员的销售技巧 .....	238
第三节 商业地产经营管理的实战专业知识 .....	245
一、商业地产经营管理的概念与特征 .....	245
二、商业地产的 5 种经营模式及特点 .....	246
三、商业地产经营管理的权益关系 .....	247
四、商业经营管理公司组建与管理的相关知识 .....	248
五、商业地产商户服务管理的主要内容 .....	251
六、商业地产形象包装和推广管理的主要内容 .....	259
七、商业地产经营现场管理的主要内容 .....	260
八、商业地产物业工程管理的主要内容 .....	261
九、商业地产物业安全管理的主要内容 .....	262
十、商业地产物业环境管理的主要内容 .....	264

# 第一章

## 商业地产开发的实战基础知识

### 第一节 商业地产的基本概念与专业术语

#### 一、商业地产的概念与特征

##### 1. 商业地产的概念

商业地产是商业房地产的简称，又称商业物业，我国港台地区及国外的普遍叫法是零售不动产。

商业地产是一个具有地产、商业与投资三重特性的综合性行业，它兼有地产、商业、投资三方面的特性，既区别于单纯的投资和商业，又有别于传统意义上的房地产行业。它的功能多样化，既有能满足市民购物、饮食、娱乐、休闲等需求的社会功能，又有能满足商家经营、商务活动、市民投资等需要的经济功能。

目前，对于商业地产并无科班的定义，按其属性本身来讲，有广义商业地产和狭义商业地产之分。

##### (1) 广义定义

广义上讲，商业地产是指用于各种零售、餐饮、娱乐、健身、休闲、文化交流等经营用途的房地产形式，从经营模式、功能和用途上区别于普通住宅、公寓、别墅、工业地产、旅游地产、物流园区等房地产形式。酒店既可以划为商业地产，也可以划为旅游地产。酒店、写字楼、专业市场都属于广义商业地产的范畴。

##### (2) 狭义定义

狭义上讲，商业地产也可理解为是以商业为功能性质，进行商业交流和交易的空间。商业地产产品具有商业性、公共性和公开性的性质。国外的商业地产概念主要泛指用于零售业的地产形式。

#### 2. 商业地产的7个特征

##### (1) 私有性

商业物业必须是属于固定法人或者自然人，他们在法律上对物业具有持有权和处置权。这种处置权不仅包括持有者对物业本身的处置，而且包括对在其中经营的相关事项的处置。比如农贸市场是一种商业场所，但由于不具备私有性，所以不属于商业物业，而只能叫商业设施。

##### (2) 公开性

由于商业物业的“商用”性质，决定了它必须向公众开放，才能体现它的商用价值。也就是说，商业物业尽管是“私有”的物业，但它必须向公众开放，而且对公众原则上不

应该有任何限制性规定。如果只是私有但不向公众开放或者提供服务的物业（比如住宅），就不能叫做商业物业。

### （3）经营性

商业物业的投资回报是通过出租一定时限使用权获取租金，来实现它的投资价值。所以，商业物业具有经营性质。这种经营性质表现在三个方面：一是物业持有者的出租行为；二是租户的经营行为；三是商业物业管理者的经营性行为。不具备经营性的物业不能叫做商业物业，比如政府的办公大楼，虽然具有公共性，但不具备经营性，它就不能叫做商业物业。商业物业的这三个特性是密不可分的，缺少任何一个，都不能叫做商业物业。商业物业是一种商业设施，但并不是所有的商业设施都是商业物业。

### （4）方便性

商业物业的本质用途，是为商品流通和其他消费服务提供平台和条件，因而它必须具有位置显著、交通便利、有足够停车场、人流动线流畅明晰、内外各种标识准确明了等特点。

### （5）设施的舒适性

跟其他物业不同，商业物业的各种设施设备，是为顾客的消费与休闲提供便利和舒适的环境，它是吸引客流的重要手段，因而物业的各种设施设备都比较先进和舒适，而其他物业却只能根据自身的需要及其所有者的自身条件来设置。

### （6）外观的显著性

商业物业的公共性和经营性，决定了它外观的显著性。这和其他物业有很大不同。许多商业物业还具有区域的地标性质，就更要求其外观具备显著性。

### （7）价值的不可逆性

商业物业的价值不可库存，一天租不出去，就丧失了当天的价值和费用回收的补偿机会。一个月租不出去，即使下个月的出租率 100%，也无法挽回上个月空置所造成的损失。而且，无论物业的出租情况如何，其物业的管理成本不会因为空置而减少。这种价值的不可逆性，根本原因在于它的价值通过出租来实现。这跟住宅和其他物业有着本质区别。

## 二、商业地产的 8 种分类形式

商业地产按照不同的分类形式，可以划分为不同的商业类型。以下将按商业地产的开发形式、行业类别、商业规模、消费行为、辐射范围、区域位置、经营方式、销售方式等对商业地产的类型进行划分，并对其商业类型的特征作简要介绍和举例说明。

### 分类形式 1：按商铺开发形式

商铺类型	特征	举例
商业街商铺	以平面形式按照街的形式布置的单层或多层商业地产形式，其沿街两侧的铺面及商业楼里面的铺位都属于商业街商铺	广州北京路步行街商铺
市场类商铺	各种用于某类或综合商品批发、零售、经营的商业楼宇中的店铺位	北京海龙电子市场商铺、各地蔬菜批发市场商铺
社区商铺	位于住宅社区内的商用铺位，其经营对象主要是住宅社区的居民。一般位于住宅建筑底层（可以包括地下 1.2 层及地上 1.2 层或其中部分楼层），以满足居民日常生活需求为主，如便利店、药店、小餐饮店等	广州丽江花园社区商铺

续表

商铺类型	特征	举例
百货商场、购物中心商铺	百货商场、各种购物中心里面的铺位	如内部化妆品商铺、珠宝商铺
商务楼、写字楼商铺	诸如酒店、商住公寓、俱乐部、会所、展览中心、写字楼里面用于商业用途的商业空间。这类商铺的规模相对较小,但商业价值值得关注	北京建外 SOHO 商铺
交通设施商铺	诸如地铁站、火车站、飞机场等交通设施里面及周边的商铺,以及道路两侧各类中小型商铺,其经营对象以通勤、商旅客源为主	广州江南西地铁商铺
虚拟产权式商铺	在商铺销售市场,我们常常见到一些非常诱人的返租销售及投资回报对比广告,如“10 年返租”、“投资回报率高达 15%”等,这些广告在实际销售运用上,往往会收到很好的效果。这种以借助大商家承租商场、开发商长期包租的销售模式,简称为“虚拟产权式商铺”销售	—
产权式商铺	产权式商铺是一种全新的投资概念,以“现金回报+独立产权+服务馈赠”的模式出现。产权式商铺的特点是产权分散,统一管理、统一招商和统一租赁,甚至还为投资置业者包租。当然,也允许投资购买商铺者自己出租,但经营项目不与商场总体布局相差太远	—

## 分类形式 2: 按行业类别

类型	特征	举例
零售功能商业地产	以商品零售为主要功能,通常规模比较大,比如百货商场、商业街、购物中心等	银泰、江南摩尔、家乐福等
娱乐功能商业地产	以娱乐为主要功能,通常和其他类型的商业地产融合发展,比如电影城、娱乐城、KTV 等	翠苑电影大世界、钱柜、银乐迪
餐饮功能商业地产	以餐饮为主要功能,呈现独体和融合发展的特点,比如大型饭庄、快餐小吃、冷饮店等	常衢饭店、聚悦楼、大白鲨、酒旗风
健身服务及休闲功能商业地产	以健身休闲为主,比如健身中心、美容院等	大浪淘沙
商品批发商业地产	以商品批发为主要功能,为 B2B 商品集散地,比如各种专业市场、商贸城等	义乌小商品城
居住以及办公用商业地产	为人们提供办公场所和居住场所的写字楼物业和服务型公寓,比如写字楼、酒店式公寓等	颐高创业大厦、中小企业大厦

## 分类形式 3: 按商业规模

类型	特征	举例
超大型	功能齐全,综合体形式,面积 10 万平方米以上	天河城、正佳广场
大型	建筑面积过万平方米,具有区域影响力	北京新中美购物中心
中型	分布广泛大型商业区的补充	连锁酒店、地下商业街
小型	填补大中型商业区的空白,为人们生活提供方便	住宅底商

### 分类形式 4：按消费行为

类型	特征	举例
物品业态商业地产	供消费者购物的商业地产形式,强调物品的销售,比如 Shopping Mall、大型购物中心、百货、超市、家居建材、折扣店、室内外商业街等	桐乡润丰商业步行街、江南摩尔、颐高“IT MALL”
服务业态商业地产	为消费者提供服务而获得收益,比如餐饮、写字楼、酒店式公寓	上海金茂大厦
体验业态商业地产	为消费者提供某种身心感受的商业地产形式,比如娱乐休闲业态	西湖电影院

### 分类形式 5：按辐射范围

类型	特征	举例
邻里型	辐射范围 $\leq 1\text{km}$ ,总建筑面积 $\leq 2$ 万平方米,商圈内人口 $\leq 5$ 万,主力店为中型超市或标超或餐饮主力店	7~11
社区型	辐射范围 $\leq 3\text{km}$ ,总建筑面积 $\leq 5$ 万平方米,商圈人口 5~10 万人,主力店为标超或大型超市,根据情况也可能包含影院、电器卖场、体育用品卖场、儿童主题等多个次主力店	华门世家
区域型	辐射范围为 3~6km,在交通便捷、商业中心较远的区域,辐射范围可达 8km,总建筑面积 5 万~10 万平方米,商圈人口在 10~25 万人,主力店为大型超市或百货店,至少包括 4~5 个次主力店	润丰步行街
超区域型	辐射范围达 10km 以上,超出本地“片区”或“区域”;总建筑面积 10 万~15 万平方米,主力店如大型百货公司、大型超市或批发店 1~3 家,多个次主力店,商圈人口 $> 50$ 万	杭州大厦、南京路
超级型	这就是传说中的超级购物中心或者 Super Mall 了。建筑面积通常在 20 万~50 万平方米,至少 3~5 家大型主力店,如百货、超市、家居等,商圈人口辐射几百万甚至千万人不等,辐射范围通常包括本城市全部以及周边城市	江南摩尔、铜锣湾百货
目的地型	依赖目的性消费业态如旅游、娱乐、休闲等吸引客流,辐射范围难以具体界定,主力客群大都在项目所属区域之外,甚至是外地、呈现“飞地”特征	—

注：1. 以上分类均按照独立商业项目一般区位来界定。若某商业项目处于 CBD、传统集群商圈、地铁及公交系统主要节点出入口这些特殊地段，则辐射范围及辐射人口会大幅度增加。

2. 以上商业面积指狭义商业面积，不包括同样占用商业指标的写字楼、酒店等。

3. 不同城市消费力、交通通达性、人口密度差异很大，不可将以上标准僵化处理。

### 分类形式 6：按区域位置

类型	设置地域	功能定位	服务对象	基本设置业态和业种	配套行业
市中心商业区	城市规划的中心商业区;历史形成的商业集聚地	购物、文化、娱乐、休闲、旅游并与金融、商务结合居民聚居区	国内外及本市消费者	大型百货店、专卖店、文化娱乐、餐饮	旅馆、金融服务、旅游服务、展示、图书报刊、邮电业
区域商业中心	商务集聚地、公共交通集散地周边	购物、文化娱乐、休闲	该地区及外来消费者	购物中心、超市、百货店、文化娱乐、餐饮	旅游、金融服务、图书报刊、邮电业

续表

类型	设置地域	功能定位	服务对象	基本设置业态和业种	配套行业
居住区商业	人流集中,交通便利的地段	居民的日常生活,提供必要的服务	当地居民	超市、便利店、医药店,菜市场、餐饮	生活服务、图书报刊邮电业
街坊商业	街坊主要出入口居民主要途径地	提供日常必须商品及便利服务	当地居民	便利店、餐饮店、生活服务	
专业街	商业中心周边,交通便利处	提供专门商品或专业服务	购买专门商品,寻求专业服务的消费者	特色专业店、专卖店	配套服务
新城商业中心	城市规划的新城中心商业区;人流集中,交通便利的地段	购物、文化娱乐、休闲、旅游并与金融结合	新城居民,商圈辐射范围及外来消费者	购物中心、百货店、超市、专业店、专卖店、餐饮店、文化娱乐	旅馆、金融服务、旅游服务、图书报刊、邮电业
中心镇商业	人流集中地	购物、旅游、为农服务	本镇居民、周边村民及外来消费者	超市、餐饮、小商品市场、农贸市场,农资供应	生活服务、图书报刊、邮电、文化、娱乐业
一般镇商业	镇街区,农贸集散地周边	提供日常商品提供生活服务与为农民服务	本镇居民、周边中心村村民	超市、便利店,菜市场,餐饮店,农资供应	生活服务、图书报刊邮电、文化娱乐业

## 分类形式 7: 按经营方式

类型	举 例
统一经营物业	以产权酒店和商务公寓采用较多或只租不售的商业物业
分散经营物业	大部分商铺(除开发商返租外)

## 分类形式 8: 按租售方式

类型	举 例
销售物业	有产权的商铺多以销售为主
租售物业	广州国际玩具精品中心
出租物业	天河城广场、宏城广场

## 三、商业地产开发与住宅地产开发的 6 个区别

商业地产开发与住宅地产开发的区别主要表现在两者的理论基础不同、服务客户不同、开发流程不同、投资效益不同、利益关系不同等,以下将对它们的不同点做详细说明。

**区别 1: 理论基础不同**

① 住宅开发的理论基础是产品供需理论,商业开发遵循投资理论。

② 住宅的本质是商品,商业的本质是有长期收益权的金融工具——住宅定位的依据是供需理论,商业定位的依据是投资和金融理论。

③ 商业定价的直接依据是租金及其预期上升空间——和住宅不同的定价模型:资产定价模型 VS 市场供需模型;商铺售价的定价基础是租金,租金有上升空间,售价才会有上升空间。



④ 商业定位的出发点必须是开业后整体经营成功——商业运营的“马太效应”非常明显；不能整体运营成功的商业，会逐渐整体衰落，形成真正的滞重资产；大体量商业整体运营不成功，会带来长期的巨大负面影响（沈阳万达广场因运营失败，不得不拆掉重建）；即使是销售型的商业，如果将来整体运营不成功，也必将引起广泛的社会问题（如沈阳几处一、二代万达广场群诉及造成巨大社会影响的事件）。

### 区别 2：服务客户不同

① 商业服务的客户规模远大于住宅业主——一般来说，单个小区的业主难以支撑大体量商业的存活；一个 3~4 万平方米商场的辐射范围为 2~3km，沿交通干道的辐射范围还要有所延长；G 类地块商业辐射的客户规模最大，通常十倍乃至百倍于住宅业主。

② 需要研究投资者需求——除了个人投资者，还要研究机构投资者；机构投资者的需求不同于个人投资者，如，机构投资者往往对整体运营的写字楼比较感兴趣。

③ 需要研究各业态商家——商业的最终使用者是商家；商家经营的好坏决定持有型商业的收益；不同业态商家的组合可以有效分享人流，增大收益。

### 区别 3：开发流程不同

商业地产与住宅地产的开发流程在土地获取、市场调研、项目定位、规划设计、销售组织、营销策划、招商或销售、后期经营等方面存在差异，具体的不同点如图 1-1 所示。

从图 1-1 可以看出，商业地产与住宅地产开发流程的差异表现在以下几个方面。

① 商业地产项目的选址过程更严谨。

② 商业地产的调研比住宅复杂。

③ 商业地产开发定位比住宅开发定位系统化。

④ 商铺定位首先要界定最终用途。商业最终用途的形式及其组合较多，如全部长期持有、分散出售、整体运营最终整体出售、部分出售部分持有等，用途不同，产品形态也不同，因此需要首先界定。

⑤ 商业的可持续经营至关重要，是定位的立论基础。无论销售与否，判别定位是否得当的最重要标准是可否可持续经营。

⑥ 商业定位的结果是界定效益最大化的业态组合。

⑦ 与住宅相比，商业定位更接近于定制生产。同业态商家对于商铺的需求除面积、位置不同外，其他要求基本相同。理想的定位方法是，方案落地前，至少主力店已有较为明确的意向。

⑧ 商业定位不是一次性工作，商业定位需要后期运营才能保证真正落地，再好的商业定位，2~3 年，最长 5 年即必须进行调整，以适应新的市场环境。

⑨ 规划设计决定商业地产项目的存亡。商业业态组合纷繁复杂，规划设计如何满足商家要求，确保商家利益最大化，进而确保开发项目。大型商业地立项目业态和功能均较住宅物业复杂，各种人流、物流、水平及垂直交通、消防疏散的组织相当烦琐；在满足功能要求的前提下，如何满足未来大量商家的需求（特别是可视性和可达性）以获得最大的商业利益，进而为开发商获得最大的出租和出售回报，是规划设计至关重要的问题。

⑩ 招商前置。各种业态对商铺的要求具有不可替代性，商业地产的规划设计必须在招商的基础上进行并伴随着整个招商过程，才能避免因规划设计不当带来的投资损失。

⑪ 商业地产设计比住宅地产的设计复杂。商业地产设计要结合项目业态，如在大型商业的建筑设计中，主力超市百货对建筑的面积、柱网、层高、扶梯的位置等都有不同的要求；大型娱乐设施对功能布局、内部人流路线更有特殊的要求；而餐饮需要有排污配套等。