



目前国内最全面、最权威、最专业的商业地产专著

中国商业地产项目(全业态) 开发运营指南

- 全面构建五大盈利前景的商业地产业态开发运营模块
- 深刻剖析三十个商业地产项目的成功经验
- 二十八张专业实用工作表格

5 专业市场开发运营指南



主编：泰盈决策资源集团

编著：喻颖正 章伟杰 林旭东

策划：泰盈决策资源房地产研究中心

出版：暨南大学出版社



泰盈 · 决策资源集团

中国房地产第一资源平台&中国地产营销第一执行力团队

ISBN 7-81079-635-6



9 787810 796354 >

ISBN 7-81079-635-6/F · 362

定价：468.00元



目前国内最全面、最权威、最专业的商业地产专著

中国商业地产项目(全业态) 开发运营指南

- 全面构建五大盈利前景的商业地产业态开发运营模块
- 深刻剖析三十个商业地产项目的成功经验
- 二十八张专业实用工作表格

5 专业市场开发运营指南



主编：泰盈决策资源集团

编著：喻颖正 章伟杰 林旭东

策划：泰盈决策资源房地产研究中心

出版：暨南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

专业市场开发运营指南：/喻颖正等编著.——广州：暨南大学出版社，2005.12

(中国商业地产项目(全业态)开发运营指南)

ISBN 7-81079-635-6

I. 专… II. 喻… III. ①城市商业-房地产-开发-中国-指南

②城市商业-房地产-经济管理-中国-指南

IV F299.233-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第122512号

版权所有，翻印必究。

《中国商业地产项目(全业态)开发运营指南》

编著：喻颖正 章伟杰 林旭东

主编：泰盈决策资源房地产研究中心

出版：暨南大学出版社

策划：泰盈决策资源房地产研究中心

经销：新华书店

印刷：佛山市顺德区帝图印刷有限公司

印张：8.75

字数：170.66千字

版次：2005年12月第1版

印数：0001-1000册

书号：ISBN 7-81079-635-6/F·362

定价：468元(共6册)

《中国商业地产项目（全业态）开发运营指南》

编辑委员会

出品：泰盈决策资源集团有限公司

编委：（以下排名不分先后）：

杨小辉	刘晓菁	薛晨辉	喻颖正	章伟杰	朱森林	林旭东
邝明明	华泳	黄启树	杜宏鹏	王咏	吴传鲲	罗德仲
史凤琴	杨业	李泽流	陈岸	谭英韬	陈奕瑛	吴斌
桑尼	赵清华	刘丽娟	阙文芳	王健	林灵娜	贺颖红
吴慧	郑丹东	张连杰	廖志广	滕国翰	章俊杰	吴瑞生
曾桂洲	林莹	何广长	王志真	冯国成	王嘉莺	张冬
刘建明	朱伟晟	肖鲲	毛羽			

策划：决策资源房地产研发中心

执行编辑：吴彦蕤 吴瑞生

编辑助理：王志真 过敏

美术编辑：宋杰

法律顾问：陈少蔚（广东力诠律师事务所）

媒介支持：《21世纪经济报道》 中国住交会主流媒体联盟

《中国房地产报》

《全球商业经典》

《中国建设报·中国楼市》

《中国地产》

《奥林匹克花园》

《南方楼市》

《房产经理人》

《重庆日报》

《鲁中晨报》

《楚天都市报》

《武汉晨报》

中国房地产决策资源网 (www.winfang.com)

中国中心商业区资讯网 (www.chinacbd.net)

中国商业地产联盟

（本书资料来源一切相关数据及最后标准，以发展商公布信息为准）

前言 | Preamble

商业地产项目所获取的利润远超过住宅市场。在当前新政策对住宅市场的重压之下，商业地产投资显然已经成为地产游资的另一出路和新的阵地。据不完全统计，仅在2005年，就有200多家房地产商进军商业地产，其中不乏万科、招商、珠江、合生等大腕级开发商。

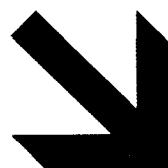
过热的投资将商业地产推向了发展的巅峰，也将发展商推向了进退维谷的两难境地。海外热钱、民间投资的汹涌淹没了投资理性，消融了投资的从容不迫，也过早地将商业地产推入同质化竞争的尴尬境地。

中国商业地产开发缺乏的不是投资热情，而是投资态度；不是多元化的概念，而是具体的执行。设想一下，如果有一本权威、全面、专业的商业地产开发书籍，那将是恩赐给所有商业地产从业人员的福祉。

《中国商业地产项目（全业态）开发运营指南》便是这样一套丛书。全书共分6册，分别为《开发理论及运营模板》、《购物中心开发运营指南》、《写字楼开发运营指南》、《社区商业开发运营指南》、《专业市场开发运营指南》、《旅游地产开发运营指南》，是目前国内最实用的商业地产开发运营专业书籍。

其中，《开发理论及运营模板》详细介绍了商业地产的基本理论、运营模板及标准开发模块，并提供了商业地产开发不可或缺的10个工作表格、10个推广文件；《购物中心开发运营指南》、《写字楼开发运营指南》、《社区商业开发运营指南》、《专业市场开发运营指南》、《旅游地产开发运营指南》则分别从不同业态的市场特性出发，采用实战模拟的方式，对这几种类型的商业地产项目开发的基本理论和实操经验进行了深度解码。

尤为可贵的是，本套丛书对各个业态的标杆项目（如广州白马服装市场、广州美居中心、广州天河城、广州维多利广场、广州正佳广场、北京华贸写字楼、北京东方新天地等国内知名商业地产项目）的成功开发运营经验做了详细的解剖和论述，这些经典案例加重了本书的专业性、权威性的砝码，使得本套丛书无愧于“商业地产操盘手必备工具书”之称。



目录 Contents



《中国商业地产项目（全业态）开发运营指南》

第一册

开发理论及运营模块

核心策略解码一：商业地产开发基础知识解构 /1

- 解构 1：商业地产开发的一个中心，两个基本点 /3
- 解构 2：商业地产与住宅的开发行为比较 /11
- 解构 3：商业地产的四种盈利模式及五个利润密码 /17

核心策略解码二：商业地产开发标准模块设计 /31

- 模块 1：项目选址 /33
- 模块 2：市场调研 /37
- 模块 3：项目系统定位 /49
- 模块 4：项目设计 /59
- 模块 5：项目招商推广 /79
- 模块 6：项目运营管理 /87

核心策略解码三：商业地产开发运营技术手册 /97

- 范本 1：情迷地中海商业街调研任务设计书 /99
- 范本 2：情迷地中海商业街目标投资商户调研问卷 /105
- 范本 3：某项目开发前期商业基础调查 /106
- 范本 4：某项目商圈购买力调查问卷 /112
- 范本 5：某项目商圈购买力调查结论 /114
- 范本 6：某项目消费者意见调查问卷 /120
- 范本 7：某商业街客流量及顾客构成调查 /132
- 范本 8：商铺租赁合同 /134
- 范本 9：爱莎家居广场业户手册 /147
- 范本 10：缤纷时代广场开业庆典方案 /158
- 范本 11：星级酒店筹备开业计划 /162
- 范本 12：东方商业广场“大厅音乐会”实施流程卡 /168
- 范本 13：新富广场活动策划方案 /169
- 范本 14：某商业地产项目活动策划 DM 工作手册 /172
- 范本 15：百源步行商业城招商说明书 /176
- 范本 16：商业街招商管理制度参考样本 /181

Contents

2

《中国商业地产项目（全业态）开发运营指南》

第二册

购物中心开发运营指南

第一操作环节：购物中心运营要点 /185

模块 1：确定项目所在地址 /187

模块 2：前期市场调研分析 /195

模块 3：财务经济分析 /215

模块 4：项目系统定位 /221

模块 5：项目总体规划设计 /235

模块 6：项目招商推广 /245

模块 7：项目经营管理 /253

第二操作环节：购物中心标杆项目借鉴 /261

标杆项目 1：正佳广场 /263

标杆项目 2：TH 购物广场 /301

标杆项目 3：天河城 /331

标杆项目 4：富涛名品城 /339

标杆项目 5：东方新天地 /357

标杆项目 6：维多利亚广场 /373



目录

Contents



《中国商业地产项目（全业态）开发运营指南》

第三册

写字楼开发运营指南

第一操作环节：写字楼开发要点 /387

要点 1：认识写字楼 /389

要点 2：写字楼分类 /393

要点 3：目前国内写字楼的发展趋势 /397

第二操作环节：写字楼开发运营模板 /403

模板 1：深入调研分析 /405

模板 2：写字楼的建筑和规划 /413

模板 3：写字楼的销售组织与营销推广 /419

模板 4：写字楼营销手法全攻略 /423

模板 5：写字楼的经营物业与管理 /431

第三操作环节：写字楼标杆项目借鉴 /437

标杆项目 1：住邦 2000 /439

标杆项目 2：左岸工社 /455

标杆项目 3：财富广场 /471

标杆项目 4：建新大厦 /487

标杆项目 5：华贸写字楼 /495

标杆项目 6：华远·首府 /505

Contents

4

《中国商业地产项目（全业态）开发运营指南》

第四册

社区商业开发运营指南

第一操作环节：社区商业开发运营基础知识 /513

- 模块 1：认识社区商业 /515
- 模块 2：国内社区商业开发机会分析 /523
- 模块 3：最优化社区商业规划思路 /533
- 模块 4：社区商业成功开发要点 /543

第二操作环节：如何实现社区商业配套经营利润的最大化 /545

- 模块 1：社区商业配套的经营现状 /547
- 模块 2：社区商业配套经营的赢利模式 /551
- 模块 3：社区商业的招商策略 /557
- 模块 4：社区商业的管理策略 /561

第三操作环节：社区商业标杆项目借鉴 /563

- 标杆项目 1：深圳万科城社区商业街 /565
- 标杆项目 2：上海泰晤士小镇商业街 /583
- 标杆项目 3：上海海上海创意商业街 /597
- 标杆项目 4：广州星河湾社区商业街 /609
- 标杆项目 5：广州丽江花园社区商业街 /613
- 标杆项目 6：锦·芳邻里 /619
- 标杆项目 7：康桥水岸公社 /633



目录 Contents



《中国商业地产项目（全业态）开发运营指南》

第五册

专业市场开发运营指南

专业市场标杆项目借鉴 /641

- 标杆项目 1：亿家天下·国际建汇中心 /643
- 标杆项目 2：东营海港城 /681
- 标杆项目 3：广州白马服装市场 /699
- 标杆项目 4：南昌圣饰服装专业市场 /711
- 标杆项目 5：深圳集美堂家居广场 /749
- 标杆项目 6：广州美居中心 /773

Contents

6

《中国商业地产项目（全业态）开发运营指南》

第六册

旅游地产开发运营指南

第一操作环节：解读旅游地产 /783

模块 1：认识旅游地产 /785

模块 2：旅游地产开发要点 /793

模板 3：旅游地产发展新趋势：产权酒店与分时度假 /799

第二操作环节：旅游地产主流开发模式 /813

模块 1：华侨城模式 /815

模块 2：芙蓉古城模式（地产 + 旅游同步开发）/823

模块 3：中坤模式 /833

第三操作环节：旅游地产标杆项目借鉴 /837

标杆项目 1：海南康乐园度假村 /839

标杆项目 2：天清岛度假村 /843

标杆项目 3：梅江琪林度假村 /851

标杆项目 4：周家镇枫湖旅游度假区 /865

标杆项目 5：珠海环球风情城 /891



总占地面积：43000平方米

总建筑面积：100000平方米

层数：4层

容积率：2.16

停车位：800个

销售均价：9000元/平方米

配套设施：拥有标志性银行中心、商务会所、商务公寓、休闲水吧、顶层建材生态公园等业内完美配套。

开发商：成都嘉润实业发展有限公司 成都高宝房地产开发有限公司

项目地址：成都市金牛二环路北三段

一、成都市商业地产市场研究

1、成都市商业物业开发状况分析

2004年，成都商业地产继承了2003年的发展趋势，特别是2002年、2003年开建的商业地产项目相继入市，使得2004年的商业房地产市场继续表现得波澜壮阔。截止2004年第一季度，成都纯粹用作商业营业房的面积达到了114万平方米，已经推出市场的商业面积体量为66万平方米，接近规划商业总体量的60%，但是有部分开发商为了牟取更高的利润待价而沽，或者市场竞争激烈，迫于市场压力而试探性地推出部分商业物业，因此满足销售条件的要比实际进入市场的体量大，在市场需求旺盛时，保留的供应量会释放出来，进入市场竞争；正常情况下，建设中的商业体量会在两年内得到基本释放。从总体上来看，成都商业地产在2004年呈现如下特征：

1.1 商业物业开发热点区域

1.1.1 东大街商业地产带

主要以商业住宅综合性项目为主，体量有大有小。典型项目有第三地、春熙时代，以及蓝光集团的商业项目，如郁金香花园、时代华章等，项目均为小型街铺，推广则主要以不夜城、夜生活广场、吧世界作为推广主题；

1.1.2 城北区域

这是本项目的竞争区域，以专业性市场开发为主，兼有住宅及其它物业。典型项目有金荷花、大正鞋城、荷花池东区市场、荷花金池等现量项目，以及一些拟建项目，如西南精品饰材城二期、东方家园、禾嘉项目等，项目均为上万平方米独立或产权式商铺，推广则主要以区域和行业物业的升级换代及各种业态的整合规划作为推广主题；

1.1.3 城中心区域

主要以写字楼、商住办公、小户型住宅、商业卖场等开发为主。代表项目有熊猫城、时代广场等。

1.2 商业物业开发整体特征

2003年，被称为成都的“商业地产年”，2004年继续凯歌高奏。商业地产项目的开发出现专业化、市场细分化、商圈区域化的特征。

1.2.1 细分市场化

从成都2003年商业地产的开发现状来看，项目的功能作用呈现细分趋势，2004年的商业地产开发更体现了这一趋势，一方面是由于市场专业化发展的促使，另一方面是由于成都消费者消费心理和习惯的促使。如川大旁的凯悦新城、财大旁的金沙时代，交大旁的太阳门等是其中的代表性项目。

1.2.2 专业市场化

专业化表现为商业地产的经营产品类属，专业化的商业地产开发，可以最大限度地满足经营者的业态需求，订制式的开发适合商家和产品的市场。如红牌楼汽车专业市场、家电专业市场（大发）、电脑数码专业市场（@世界、成都数码广场等）、手机通讯产品市场（主要集中于太升路）、服装市场（新开发的产品主要为金荷花）、鞋类市场（大正西部鞋都）、建材市场（富森·美家居、新世纪装饰广场）等。

1.2.3 商圈区域化

成都商业地产开发呈现不同类型商业地产分区域发展的趋势，也因此形成了不同的商业圈和消费圈。不同的商圈满足消费者的不同需求。也形成了成都商业地产在各大商圈内的激烈竞争，如盐市口——春熙路传统商圈（代表物业：北京华联、现代之窗和成都国际商城）、骡马市CBD商圈（代表物业：新城市广场、泊金时代）、荷花池商圈（代表物业：金荷花、大正鞋都）、高笋塘建材商圈（代表物业：富森·美家居）、红牌楼汽车市场商圈（代表物业：三九汽配）等。

1.3 商业物业模式变革

目前，成都的商业地产开发模式，已经摆脱了传统的单一模式，多元化、综合化、复

杂化成为特征。临街商铺、社区商业、商业步行街、购物中心、专业市场等各种商业形态的物业纷纷涌现，开发商与投资者共同把这个市场推向了高潮。

1.3.1 “复合化” 商铺

综合了购物、餐饮、娱乐、健身等各种功能，体量巨大，规划先进，可以满足人们种种需求的商业物业。

主要特征:购物+餐饮+娱乐+健身+办公+居住+剧场+会议等。

1.3.2 “一站式” 商铺

满足人们追求“时尚”、“便捷”、“休闲”的购物追求。商业物业可以尽可能地满足人们一站式购物的要求。

主要特征:大型购物中心，总建筑面积在10万平方米以上，各种业态齐全，消费环境舒适，货物品种充足，人气旺盛。

1.3.3 “地域化” 商铺

注重商业物业的地方情调和风格，成为开发商新的开发思路，政府在城市规划中也异常重视对地域情调的保护和开发。

主要特征:商业物业与片区历史文化、风情结合，业态形式较为单一，满足区域消费者的消费习惯。

1.3.4 “享乐化” 商铺

购物中心的园林化，给人们提供舒适开放的休闲交往空间，延长顾客滞留时间，形成“商业聚集效应”。

主要特征:建筑配套了休闲广场、建筑小品、雕刻、喷泉、休闲椅等。

1.3.5 “个性化” 商铺

塑造购物中心的独特个性，树立主题，形成独具特色的商业空间。以及各类专业商城，市场定位独特，商业个性突出。

主要特征:商业定位清晰，个性突出，业态单一但专业，满足消费者特定消费需求。

1.3.6 “招租化” 商铺

商业地产开发与经营相联系结合，确保行业的投资信心。商业地产开发只租不售的项目大量出现，招租化倾向明显。

主要特征:招租经营，只租不售。

2、成都市商业物业销售现状分析

2.1 售价现状

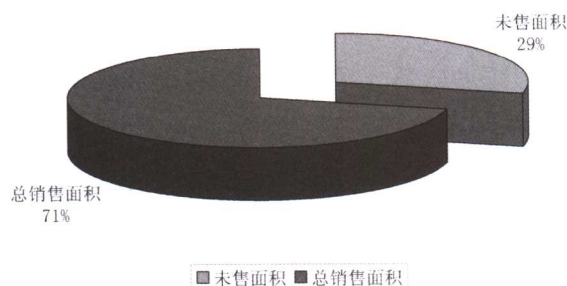
2003年成都市市区商业用房市场供应面积已达96.06万平方米，交易均价为6869元/平方米，比住宅销售均价（2923元/平方米）高出3946元/平方米（数据由成都房地产交易中心提供）。2004年成都商业地产的价格呈现上扬之势，其中写字楼、一般性临街商铺、产权式商铺等价格都有攀升的趋向。从目前市场表现来看，蓝光金荷花以40000多元/平方米的单价创了成都二环区域商业地产售价之最。

2.2 销售现状

据成都市房产管理局数据显示，2003年上半年全市（含郊区、市、县）商业营业房竣工面积11.6万平方米；商业营业房竣工价值1.91亿元。据成都市房产管理局数据显示，2003年上半年全市（除崇州外）商业营业用房销售面积为59.94万平方米，销售金额为29.53亿元。

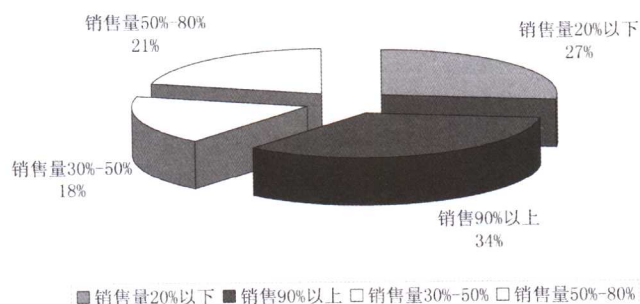
目前成都商业建筑总面积66万平方米，总销售体量46.9万平方米，整体销售率71.09%，相当部分的销售周期超过了一年（见下图）。

2003-2004年上半年商业物业总体销售情况表



市场上在售（租）、整体销售率超过90%的楼盘数量最多，比例为37.25%，有接近20%的楼盘销售率低于30%（见下图）。

2004年成都商业销售情况表



2004年成都市的商业物业在下半年有很多项目的上市冲击，因此，成都市商业地产将在2004年下半年出现“井喷”，也就说明，商业地产的销售状况将渐渐低落。

3、成都市专业性商业物业市场现状

3.1 成都市专业性商业物业开发现状分析

根据以上的分析，成都商业物业的开发呈现出越来越专业性的开发特性，使得成都的专业性市场成为市场的“新宠”，越来越受到投资者的偏爱。

3.1.1 热点区域

从成都目前的商业专业市场开发来看，其区位逐渐向二环以外转移。二环到三环之间是大型商业专业性市场的热点区域。

3.1.2 物业类型

3.1.2.1 专业汽配市场

原东大街汽配市场被拆迁后，主要转移集中于红牌楼一域，形成了新的汽配商圈，该区域集中了大量规模较大的专业性卖场、临街商铺等汽配门市（店）。

3.1.2.2 专业汽车市场

也主要集中于红牌楼、南二环路一带，同时汽车专卖店的形式也遍布蓉城，形成了多种形式共同发展的情况。

3.1.2.3 家具装饰市场

专门的、集中的家具市场主要集中于红牌楼，以太平园家具市场、八一家具城为主要的代表，集中销售各类、各档次家具、装饰用品。

3.1.2.4 生产资料市场

主要集中于西门一环路一带，其中以府河市场为最集中的区域，随着发展，专业性的生产资料市场将更新换代，新的专业生资市场将取代老市场，形成自己的市场商圈。

3.1.2.5 建材物料市场

主要集中于北门一带，其中以高笋塘、五块石等为重点区域，随着发展，其它区域的建材专门市场也有长足发展，如红牌楼区域、郊县二级市场的建材市场等。

3.1.2.6 专业电器市场

主要是由专业性的卖场形态和综合百货业态的组成，单一的专业家电市场有苏宁、国美、灿坤等连锁式市场，大发家电市场、五块石小家电批发市场属于批发性的家电集散地。

3.1.2.7 花卉作物市场