



CUSHMAN &
WAKEFIELD

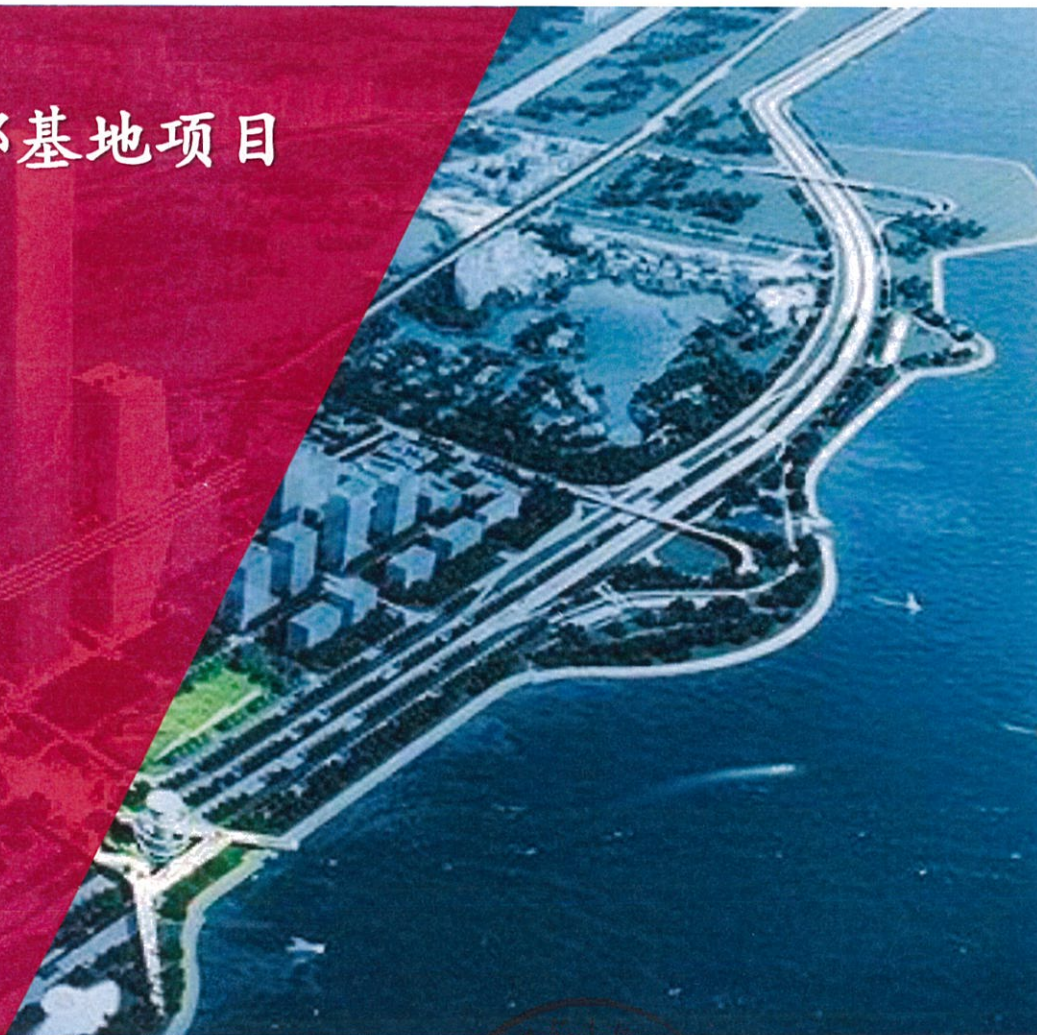
戴德梁



中兴通讯·深圳湾超级总部基地项目 开发价值研究（咨询报告）

报告编号：F/SZ/1801/2034/LY

2017.08





中兴通讯股份有限公司：

承蒙贵司委托，我司对中国广东省深圳市南山区中兴通讯·深圳湾超级总部基地项目开发价值研究。我司经过实地勘察，并查询、收集咨询所需的相关资料，遵循必要的程序与原则，选用科学合理的方法，对该项目进行分析与测算，结论如下：

该项目功能定位为中兴通讯国际科技湾，将打造成为彰显国际形象、世界一流的高端湾区商务综合体。本次咨询对象为该项目之办公部分（建筑面积121,540平方米）、酒店（含文化设施用房，建筑面积28,760平方米）及商业（建筑面积35,000平方米），咨询对象整体开发建设成本为**19.44亿元**（不含地价），办公完工后物业市场单价为**4.5万元/m²**，酒店完工后物业市场单价为**3.5万元/m²**，商业完工后物业市场单价为**10.9万元/m²**，项目总体开发价值合计**102.91亿元**。

（具体内容详见报告正文）

本次开发价值研究设定项目整体规划设计符合深圳有关部门要求，可正常办理相关用地及建设手续。我们的分析是基于委托方提供之初步规划功能指标、项目获得成本及目前深圳市房地产市场情况，结合二十余年来我们的专业实践以及对项目周围相关物业认真细致的调查研究而完成的。

由于时间与资料的限制，未必能将项目的实际情况全面地考虑在内，希望通过我们的努力，为贵公司提供有价值的建议。

深圳市戴德梁行土地房地产评估有限公司

2017年08月



录

CONTENTS

Part 1

项目发展背景

Part 2

物业市场趋势研判

Part 3

综合体开发原理与案例

Part 4

项目最佳档次定位

Part 5

项目投资与价值估算

Part 6

营业执照及资质证书

戴德梁行目前工作阶段主要观点

功能定位-中兴通讯国际科技湾
打造一个彰显国际形象、世界一流的湾区商务综合体

国际甲级写字楼	裙楼配套商业	国际五星级酒店
12万平米	2.5万平米	2.9万平米

计容积率建筑面积约17.5万平米，地下商业1.5万平米

方案类型	总投资	总价值	投入产出比（含地价）
高端	194,363万元	1,029,090万元	87.60%

Part1 项目发展背景

项目区位交通



土地编号	计价建筑面积 (m²)	计容建筑面积 (m²)	限高 (m)	配套功能	地上计容面积 (m²)	地下商业配套面积 (m²)
DU04-1	73560	63560	100	办公	25030	10000
				酒店	20000	
				商业	11000	
				文化设施用房	3180	
				物业服务用房	150	
				公交首末站	4200	
DU04-2	63270	58270	100	办公	50220	5000
				商业	5000	
				文化设施用房	2920	
				物业服务用房	130	
DU04-3	53060	53060	60	办公	46290	
				商业	4000	
				物业服务用房	110	
				文化设施用房	2660	
合计	189890	174890			174890	15000

项目四至：

位于深圳湾超级总部区域内，由滨海大道、深湾四路、白石四道、深湾支三街所围合的区域，总用地面积47730.83m²，建设用地面积43167.36m²

周边交通：

- ✓ 项目靠近滨海大道、白石路、沙河东路等城市主干道，交通便利，处于东西发展轴的中心区位
- ✓ 周边已开通3条地铁，项目西北角紧靠9号线深湾站

项目资源条件

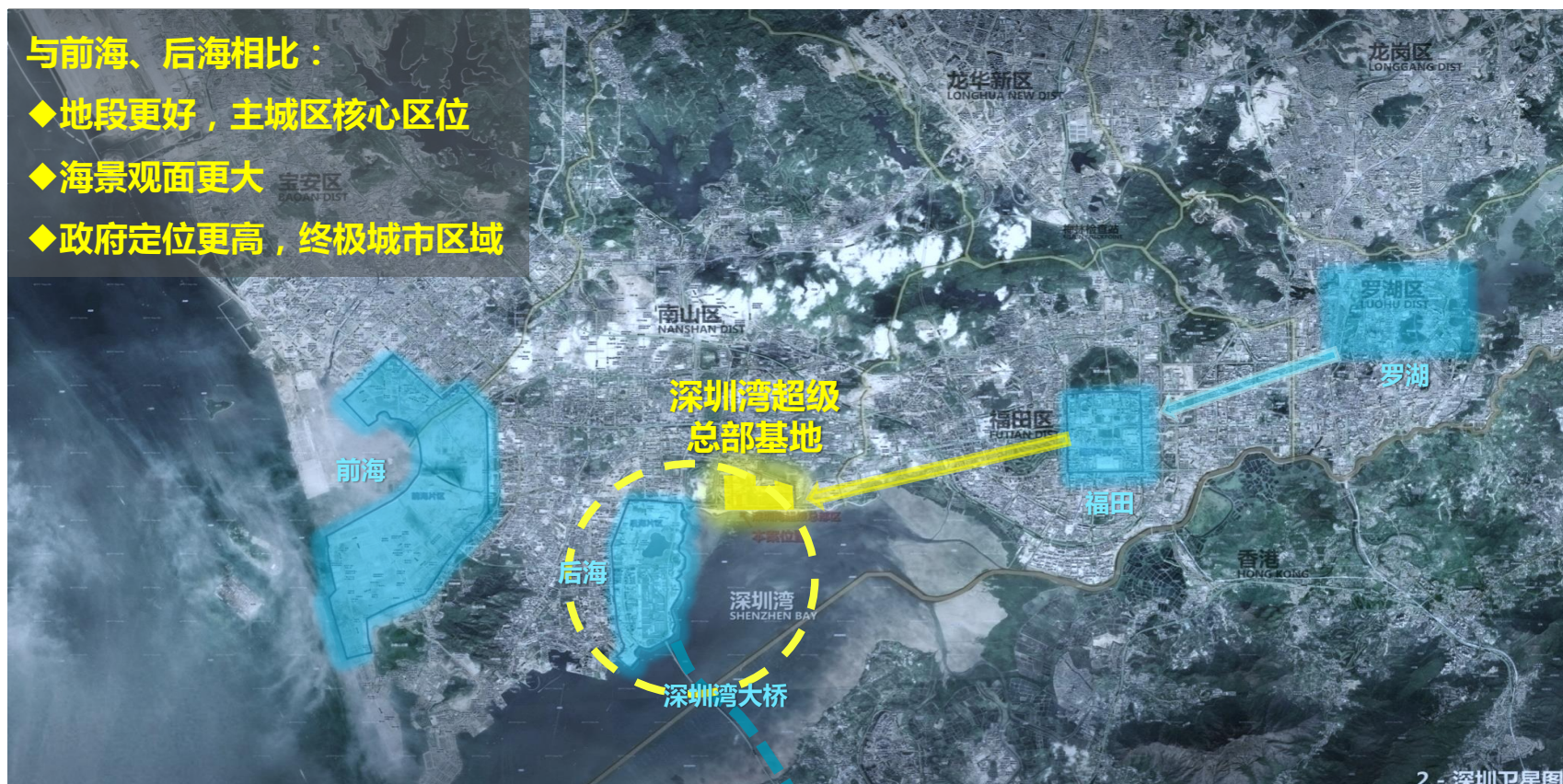


项目位于深圳最后一块集中开发的海景净地，片区成熟度极高，且紧临海岸线，景观视野极佳；周边商业、医院、公共交通等城市功能配套完善



项目发展背景

项目所在的深圳湾超级总部基地是城市在全球经济产业链条中最终级地位的典型代表，是未来深圳发展成为世界城市的一个功能中心，深圳市政府欲将深圳湾与后海共建深圳“中环”





项目发展目标理解

**充分体现项目需要，代表
中兴通讯全球总部的形象
价值**



**塑造具备市场溢价能力
的核心竞争力**

实现土地最优最佳利用

**价值最大化，风险最小，
沉淀成为优质资产，并
具备可持续发展能力**

Part2 物业市场趋势研判

项目研究范围界定



城市发展重心向西迁移，商务市场呈现向西发展趋势

深圳市商务区自东向西分布在深南大道两侧，本项目所在的区域位于深圳湾总部，随着城市发展重心西移以及南山区商务氛围的逐渐成熟完善，本项目在市场中的发展机会日趋向好



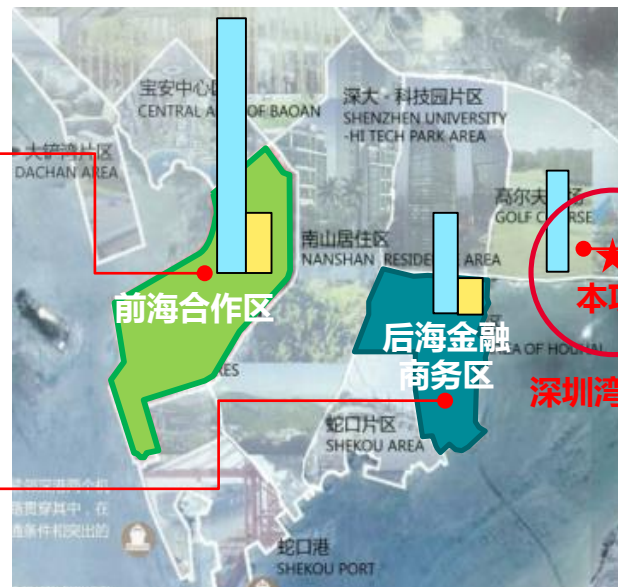
南山区甲级写字楼未来供应主要分布在前海合作区与后海金融商务区，预计未来五年将进入供应爆发期，对项目区域造成直接竞争

办公物业市场特点：

- 定位高端，珠三角“曼哈顿”
- 市场供应量：1600万平米，未来五年约340万平米
- 地价成本高，租金售价高
- 目前区域成熟度较低，基础设施、市政配套等工程“火热”建设中

办公物业市场特点：

- 定位：总部型金融商务区
- 受政策限制，租赁为主，预计租金水平较高
- 市场供应量：未来五年约120万平米
- 目前区域成熟度中等，交通路网等已成熟，配套设施等持续发展



■ 现状供应 ■ 未来供应

办公物业市场特点：

- 定位：超级经济功能区，打造超级城市形象，展现城市社会面貌与建设标准
- 区域成熟度高，交通便捷，景观视野优质，周边商业配套、市政基础设施建设完善



区域	现状供应总量（平米）	五年内新增（平米）
深圳湾超级总部基地	--	858,073（预计）
前海中心	260,232	3,423,152
后海中心	732,346	1,193,762

物业市场趋势研判 | 写字楼 | 前海市场典型项目

	体量 (万平米)	档次	高度(米)	外立面	大堂层高 (米)	标准层面积 (平米)	层高(米)	客梯数量	客梯服务面积 (平米)	空调系统	实用率
卓越前海壹号	29.5	国际超甲	一期双塔180, 三期最高312	单元式双层中空 LOW-E玻璃幕墙	15.4	1977-2269	4.3	14	4300	VAV	70-75%
华润前海中心	33.9	国际超甲	T1:300; T2:232; T3:249	Low-E双层中空玻璃	12.8	2200	4.1	20	4500	VAV	70-75%
前海时代	22.4	5A甲级	A座: 136 B座: 145	Low-E双层中空玻璃	13.8	2400	4.2	11	4500	VRV	72%
香江金融中心	5.4	5A甲级	161	LOW-E中空钢化玻璃	11.1	2000	4.5	16	3375	VRV	68%



物业市场趋势研判 | 写字楼 | 后海市场典型项目

	体量 (万平米)	档次	高度 (米)	外立面	大堂层高 (米)	标准层面积 (平米)	层高 (米)	客梯数量	客梯服务面积 (平米)	空调系统	实用率
SCC中洲大厦	A座：6.8 B座：4.4	国际超甲	A座：300； B座：157	单元式双层中空 LOW-E玻璃幕墙	12	1800-2200	4.2	28	4000	VAV	60%
卓越后海中心	8.3	国际甲级	203	中空LOW-E玻璃幕墙	20.4	2000-2900	4.2	18	4600	VRV	70%
航天科技广场	A座：8.7 B座：3.3	5A甲级	A座：238； B座：130	中空LOW-E玻璃幕墙	A座：31 B座：9	A座：2100 B座：1600	4.3	A座：20 B座：7	A座：4350 B座：4700	VRV	67-70%
深圳湾一号	8.5	国际超甲	350	双银Low-E中空夹胶 三层超白玻璃	11	2300-2600	4.5	8台双厢	双厢： 10600	VAV	70%



项目区域竞争优势

后海总部基地

➤ 区域发展方向

金融商务区，为风险投资、各类基金、证券机构、融资机构等商务性金融企业提供办公场地

➤ 项目产品档次

以国际甲级或5A甲级写字楼为主力供应产品，产品形象高端，商务感强

➤ 发展局限

区域土地供应有限，未来办公物业大部分用作企业自用，物业流转受政策限制

VS

前海中心

➤ 区域发展方向

发展高端服务业、总部经济，打造区域中心，并作为深化深港合作以及推进国际合作的核心功能区

➤ 项目产品档次

区域形象高端，定位领先，产品以国际超甲级办公产品为供应主流，强调高端商务属性

➤ 发展局限

区域目前发展尚未成熟，预计区域至发展成熟耗时漫长；
地价较高，导致未来项目租金、售价高

项目区域发展机会

- 项目区域与后海总部基地相邻，可在办公客户定位层面与后海总部基地形成差异化竞争与协同发展
- 相较于前海，项目所在区域整体已发展成熟，区位优势，交通便利，可为已在前海注册但无法立即进驻前海办公的企业提供办公空间，发展满足于这些客户的档次产品

物业市场趋势研判 | 写字楼

市场信息汇总

现状供应	- 截至2017年Q1，深圳甲级写字楼市场的总体供应量约396万平米，近60%集中于福田区，南山区甲级写字楼总体供应量约106万平米，已超越罗湖区，升至第二，与福田区差距正在缩小； - 全市销售型物业与租赁型物业存量比约6:4，其中，前海总部基地商务区受政策限制，办公物业10年内禁止对外销售，将为办公租赁市场带来激烈竞争。	市场整体以租赁型物业为主，竞争激烈； 南山区写字楼后续供应持续增加
价格特征	- 近年新增逐渐加量的过程中，甲级写字楼的市场消化能力较强，租售价格呈逐年上涨趋势；2017年Q1租售价格平均值分别为：267元/平米·月和54000元/平米，市场整体空置率约为14.5%； 南山区租金水平较罗湖和福田低，约为206元/平米·月，受前海中心及前海总部基地近期新增供应巨大影响，南山区甲级写字楼企业进驻存在空挡期，空置率出现短暂上升，达到约30%，预计随企业陆续进驻，未来将恢复到市场正常水平； 前海总部基地片区，目前租金主要集中在220-260元，预计到2017年底随入驻企业数量增加，将达到280-300元。	市场整体空置率随供应量增加而提升； 租金和售价逐年上涨，市场消化能力较强； 南山区租金水平未来存在较大发展空间
供应档次特征	- 前海定位为高端服务业、总部经济的区域中心，作为深圳的标杆区域，为匹配区域高端的国际形象，区域写字楼供应档次以国际超甲级为主； - 前海核心区定位为深圳的商务金融核心区，未来将以金融产业聚集，金融产业承租实力强，区域主流产品为满足金融企业形象的国际5A级写字楼，且写字楼供应档次持续提升。	南山区高品质写字楼供应档次逐渐升高，市场主流产品档次大多集中在5A甲级或国际超甲级
未来趋势	- 预计2017-2021年，深圳甲级写字楼将迎来爆发式增长，5年内新增供应将达到约834万平米； 南山区由于前海中心、前海总部基地、深圳湾超级总部基地等项目陆续入市将进入供应爆发期，5年内新增供应将超过500万平米。	未来五年，南山区高品质写字楼供应将迎来爆发期，市场竞争激烈

项目发展方向初判

项目所在区域定位为城市超级形象，展现城市社会面貌与建设标准的超级经济功能区，为契合区域整体形象，需高标准打造，档次上采用国际甲级或国际超甲级的办公产品

物业市场趋势研判 | 酒店

- 投资回收期：仅为行业经验值，具体回收期与酒店所处城市、区位等因素相关
- 单方投资：为建安及装修成本、不含地价

酒店档次划分	体量规模 (平米)	客房数(间)	投资回收期	单方投资 (元/平米)	代表品牌	国内一线城市发展情况 (代表项目)		
						北	上	深
顶级豪华型	3-5万	200-300间	10-20年	>40000	阿曼尼、宝格丽	好	好	无
精品豪华型	5-7万	150-300间	15-20年	>22000	悦榕庄、四季	好	好	一般
国际品牌精品型	3-5万	250-500间	8-15年	>14000	INDIGO、W Hotel	好	好	无
主题型精品酒店	1.5-2万	60-150间	5-8年	>11000	唐宫、瑜舍	好	好	无
白金五星	4-7万	350-600间	15年	11000-15000	万豪、希尔顿	好	好	一般
五星	4-6万	400间	10-15年	8000-11000	彭年酒店	好	好	一般
服务式公寓	1.5-2万	150-200间	5-8年	8000-11000	雅诗阁、奥克伍德	好	好	一般
四星级酒店	3万	300间	10-12年	8000	木棉花酒店	好	好	好

北上深五星级酒店经营数据对比

城市	GDP (万亿)	五星级酒店数量 (家)	五星级酒店数量/ 千亿GDP	平均出租率	平均房价 (元)	*RevPAR (元)
北京	2.49	61	2.44	68.26%	849.13	579.62
上海	2.75	67	2.44	74.34%	1002.43	745.21
深圳	1.93	22	1.14	75.00%	758.51	568.88

1. 酒店数量：

基于“五星级酒店数量/千亿GDP”指数，北京上海的指数超越深圳一倍以上，**深圳五星级酒店数量存在巨大上升空间**；

2. 平均房价/ RevPAR：

上海五星级酒店平均房价/RevPAR最高，其次为北京，深圳最低；**深圳五星级酒店价值尚未显现**；

3. 平均出租率：

深圳五星级酒店平均出租率最高，为75%，其次为上海，北京最低；**深圳五星级酒店市场需求较大，经营状况良好**。

数据来源：GDP数据取值2016年、五星级酒店数据取值2016第四季度、迈点研究院

*RevPAR指每间客房产生的平均实际营业收入，用实际平均房价 x 入住率计算而得

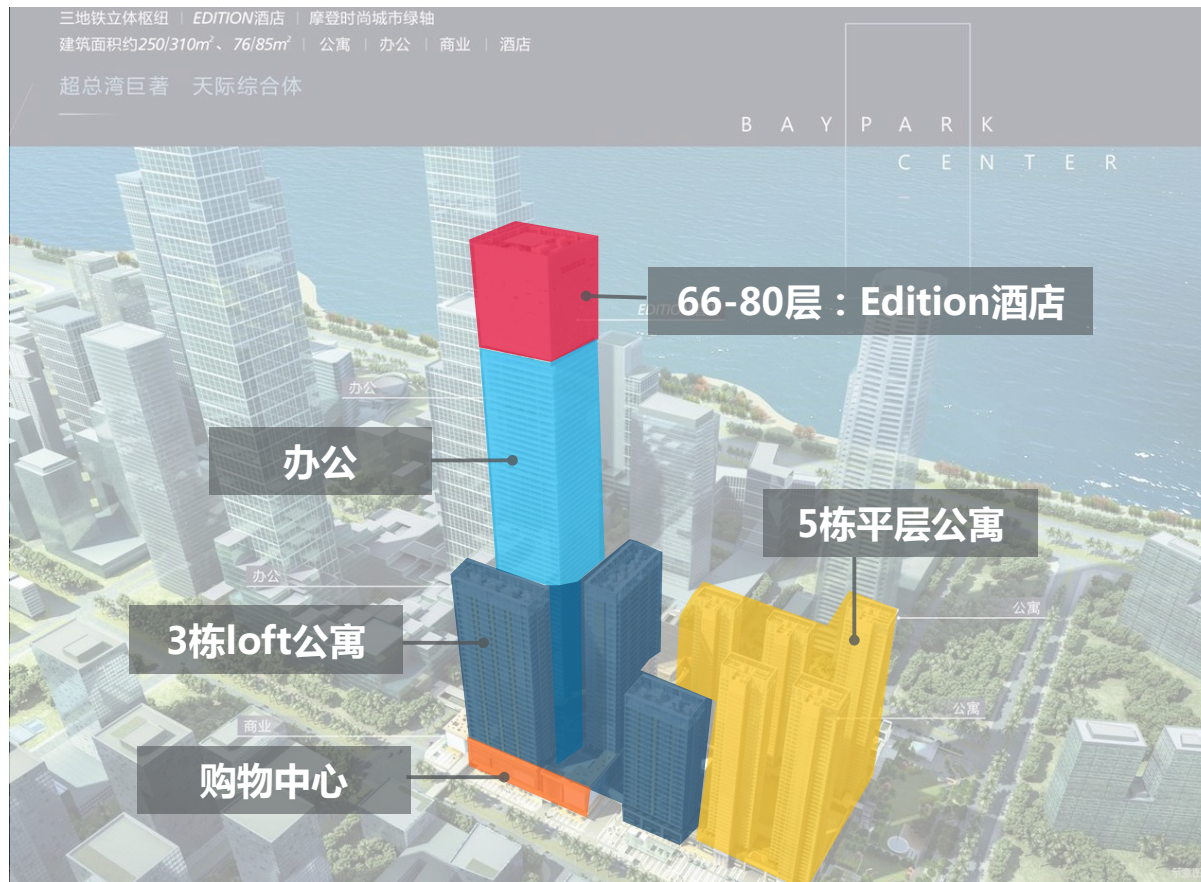
竞争性分析-五星级酒店

- 未来项目周边可甄别五星级以上酒店共5家，总供应量约为20万 m²，竞争较为激烈
- 深圳湾超级总部基地内，目前已确定引进Edition酒店及华尔道夫酒店，与本项目形成直接竞争关系



酒店名称	建筑面积 (万 m ²)	客房数量 (间)	档次	入市时间
深圳湾科技生态园-万丽酒店	4.0	319	国际五星级酒店	—
万科臻湾汇-Edition酒店	4.0	—	国际五星级酒店	2020年
华润深圳湾-安达仕酒店	—	—	超白金六星级酒店	2019年
深圳地铁-皇冠假日酒店	3.8	549	国际五星级酒店	2018年
中信金融中心-华尔道夫酒店	1.6 (指标)	—	超高端奢华酒店	—

区域竞争性分析-万科臻湾汇——Edition酒店



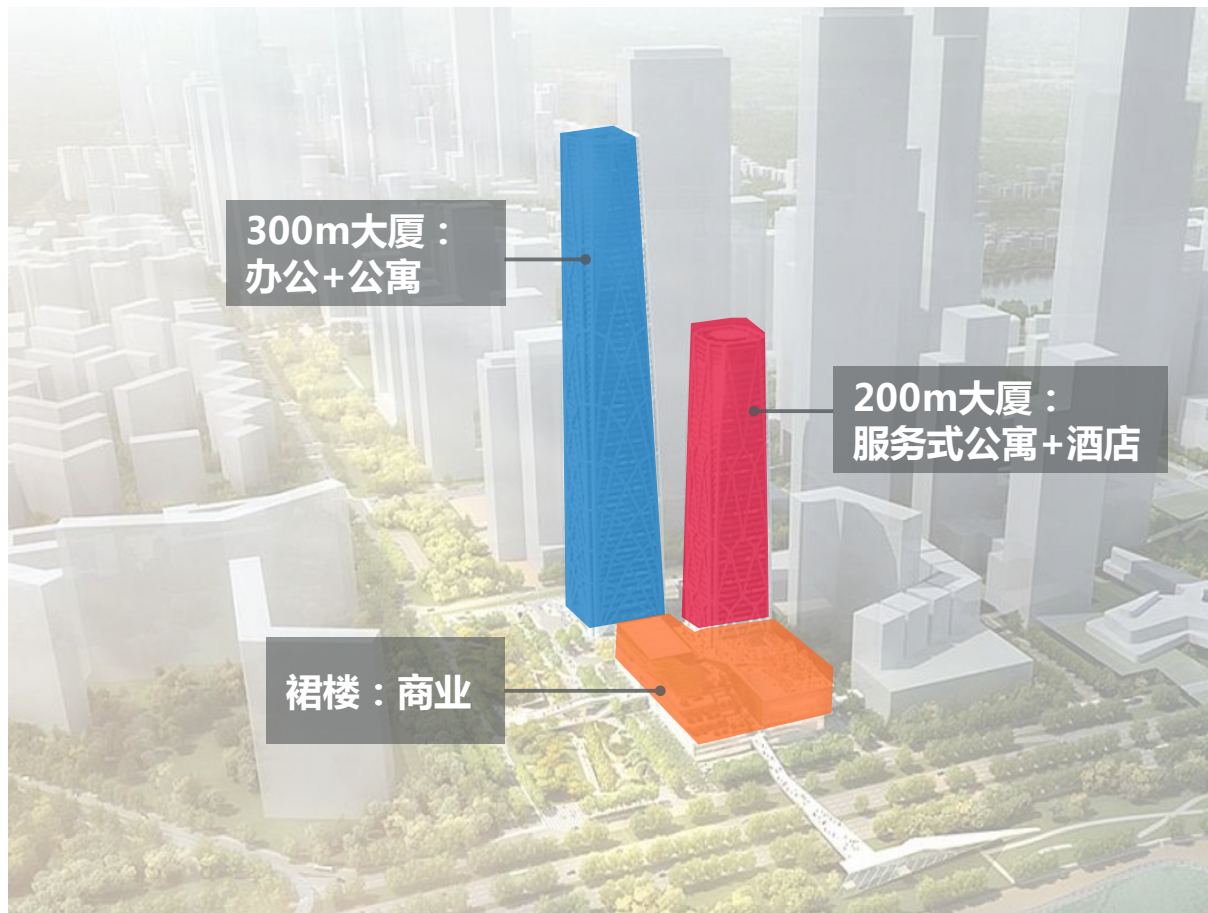
万科臻湾汇

- 占地面积：5.4万m²
- 建筑面积：68万m²
- 项目类型：城市核心滨海区域的大型高端综合体
- 物业类型：涵盖公寓、办公、商业、酒店等

Edition酒店

- 建筑面积：4万m²
- 层数：共15层，位于350m塔楼顶部
- 酒店档次：国际五星级酒店
- 配套设施：会议室、顶层餐厅酒吧、健身房、游泳池等
- 开业时间：预计2020年

区域竞争性分析-中信金融中心——华尔道夫酒店



中信金融中心

- 占地面积：3.1万m²
- 建筑面积：37万m²
- 项目类型：涵盖公寓、办公、商业、酒店等物业的超高层高端城市综合体
- 建成后将作为中信证券全球总部和里昂证券全球资本论坛会议的永久性会址

华尔道夫酒店

- 建筑面积：1.6万m²（指标）
- 层数：位于200m大厦顶部，层数待定
- 酒店档次：白金五星级奢华酒店
- 开业时间：待定

五星级酒店

现状供应	- 全市目前共有五星级以上酒店22家，主要集中于罗湖与福田； - 南山区高星级酒店主要分布在华侨城、商业文化中心、蛇口三个片区，本项目处在五星级酒店聚集的华侨城片区（威尼斯皇冠假日、洲际、威斯汀、蓝汐等），市场竞争较为激烈，走差异化路线存在市场空间。	片区高星级酒店聚集，竞争激烈
价格特征	2016年第四季度，深圳五星级酒店价格水平为758元/晚，低于北京、上海同类酒店水平，酒店价值尚未显现；平均入驻率约为75%，高于北京、上海水平，经营状况良好； - 得益于片区较为丰富的自然及商务资源，南山高星级酒店经营水平在全市处于上游水平，5星级酒店房价约1300-1600元左右，RevPAR（平均每间房收益指标）领先全市水平。	南山房间价格居深圳上游，整体经营状况佳
客群特征	深圳高星级酒店以商务客为主要客户来源，其中南山区五星级酒店商务散客占比近7成，其余为少量会议团队及旅游散客。	商务客为主
未来趋势	- 未来高端酒店仍是政府层面鼓励建设的项目，但发展过程中将籍市场以及规划双重力量，实现酒店供需的合理性，避免入住率以及房价过低局面出现； - 深圳高星级酒店供应竞争较大，但持续走强的城市商务竞争力，仍提供较好市场前景，提前布局、占据市场是必然选择，收益则体现于中长期。从区位、市场前景等条件分析，本项目具备高端酒店打造的条件。	未来竞争较大，但仍存长线价值

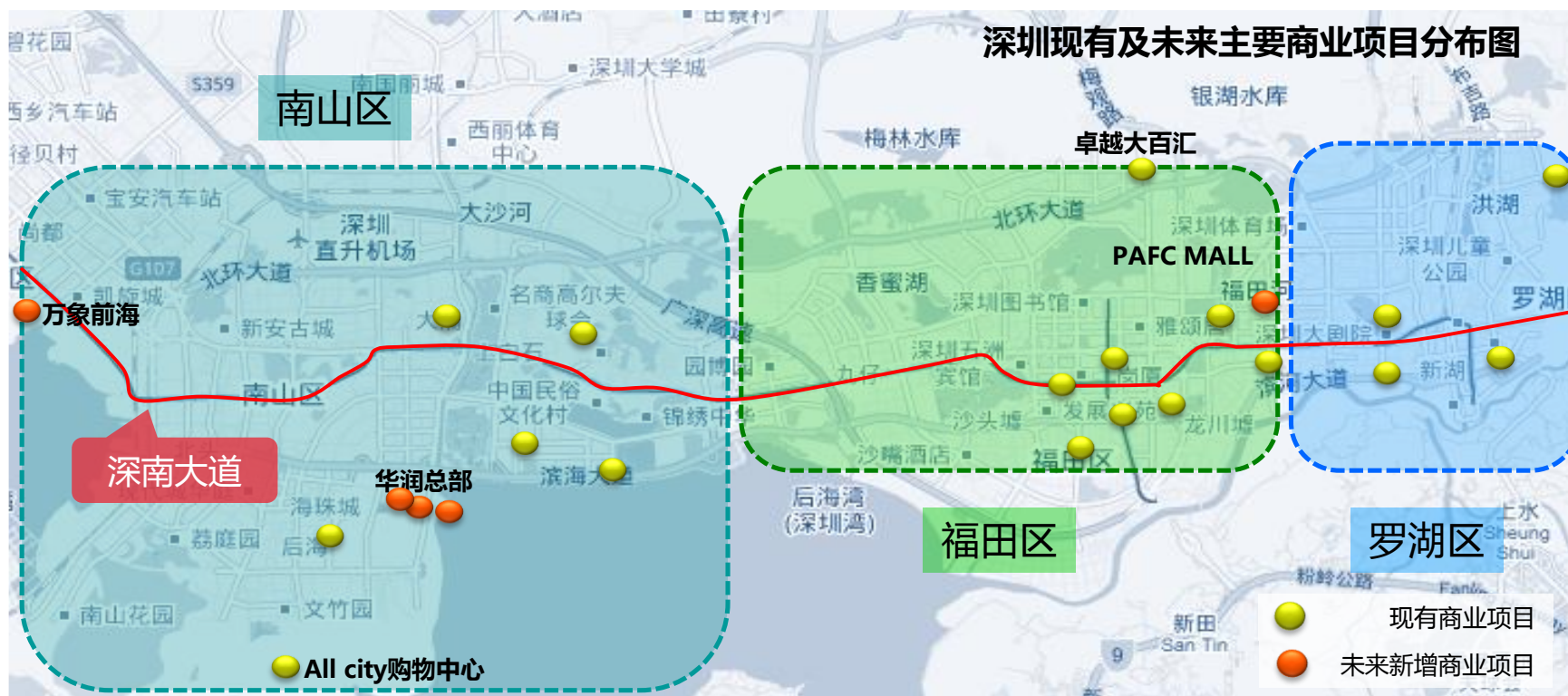
项目发展方向初判

五星级酒店

1. 五星级酒店不仅可作为满足商务功能的必要配套，同时也对项目**整体商务形象、档次提升效应明显**；
2. 与北京上海相比，深圳高端酒店市场发展**具备较大发展空间**；
3. 五星级酒店市场未来竞争较大，但持续走强的城市商务竞争力，为项目发展五星级酒店提供优质的市场前景，**收益体现于中长期**；
4. 项目**区位优质且景观视野极佳**，依托滨海商务区形象，**具备发展高端商务酒店的先决条件**。

➤ **项目可根据整体档次定位，配置精品五星级酒店，助力项目商务形象与档次的展示。**

现有及未来主要项目分布



数据来源：戴德梁行数据库

- 商业项目分布状况：**
- 1、深圳现有主要购物中心沿着深南大道两侧由东向西呈带状分布；
 - 2、未来新增商业项目主要集中于福田和南山。

物业市场趋势研判 | 商业

相较于发展较早的罗湖、福田商圈，南山商圈整体起步较晚，租金水平发展空间较大

商圈	现有商业定位	目标消费客群	典型商业	租金水平（按实用面积，元/m ² /月）
罗湖金三角商圈	传统的商业旺区，主要为中低端零售、专业批发市场、步行街	深圳追求性价比和淘货乐趣的年轻客群	华润1234Space、太阳百货、柠檬街商城、东门美食街、东门茂业、白马服装批发城	华润1234 Space：300（一层平均） 太阳百货：660-790（扣点折算平均租金）
	深圳高端一站式消费购物中心聚集地	深圳高端目的性消费客群，周边商务办公、居住人群、国内外游客	万象城、KKMALL、地王购物中心、金光华广场、国贸天虹	万象城：1200-2200（整体平均） KK MALL: 900-1800（整体范围） 金光华：1700（一层平均）
华强北商圈	深圳主力商圈之一，电子专业市场为主，辅以百货零售	中等工薪人士，年轻白领，国内外游客	赛格广场、华强北九方、华强北茂业、女人世界、曼哈商业广场	华强北九方：300（整体平均）
福田中心区商圈	深圳最核心的CBD商务区，以商务配套商业、大型购物中心为主	周边写字楼商务人士、高端居住人群，深圳市中高端消费客群	怡景中心城、皇庭广场、星河COCO PARK、城建购物公园、卓越INTOWN	怡景中心城：900（一层平均） 皇庭广场：650（一层平均） 星河COCO PARK：1450（一层平均）
华侨城商圈	依托旅游发展起来的商圈，集购物、休闲、旅游度假于一体	深圳市及周边休闲人群，国内外游客	益田假日广场、欢乐海岸、铜锣湾百货、沃尔玛	欢乐海岸购物中心：250（整体平均） 欢乐海岸商业餐饮：300-400（整体平均） 欢乐海岸Ole超市：55 益田假日广场：700-1000（一层范围）
南山后海商圈	南山区的核心商务区和购物中心集中地	南山区中高收入家庭、周边写字楼办公人群	海岸城广场、保利文化广场、天利名城、南山茂业百货、海雅百货、宝能all-city	海岸城：1000-1600（整体范围） 保利文化广场：300（一层平均）；250（二层平均）
蛇口商圈	依托蛇口豪宅区、外国人聚集区发展起来的休闲娱乐商业	周边高端居住客群、外国消费客群，深圳市休闲客群	海上世界广场、南海意库	海上世界：230（初期整体合同平均租金）
宝安中心区商圈	宝安区域商业中心	区域内办公、居住人群为主	海雅缤纷城、合正汇一城	海雅缤纷城：600-800（一层平均）

南山区未来主要的商业项目供应以集中式商业项目为主，规模多为8万平米的以上中大规模，档次偏向中高及高档，另，区域以集中式商业为主，商业价值不能最大化。

南山现有主要商业项目

项目名称	益田假日广场	京基百纳广场	欢乐海岸	海岸城	宝能太古城	来福士广场	花园城
区位	南山华侨城	南山后海	南山华侨城	南山后海	南山后海	南山后海	南山后海
商业 体量	10万m ²	12万m ²	31万m ²	12万m ²	11万m ²	8.8万 m ²	9万 m ²
档次	中高	中	中高	中	中	中高	中高
出租率	93%	90%	95%	95%	90%	85%	92%

南山未来主要商业供应

项目名称	万科臻湾汇	华润总部	万象前海
区位	南山深圳湾总部基地	南山后海	南山前海
商业体量	10万m ²	8万m ²	8万m ²
预计开业额时间	2017年下半年	2018年后	2018
档次	中高档	高档	高档

区域竞争性分析



南山深圳湾超级总部基地竞争项目

竞争项目概况

- 万科臻湾汇项目购物中心：10万平米
- 中信金融中心商业项目：4.4万平米
- 欢乐海岸：31万平米

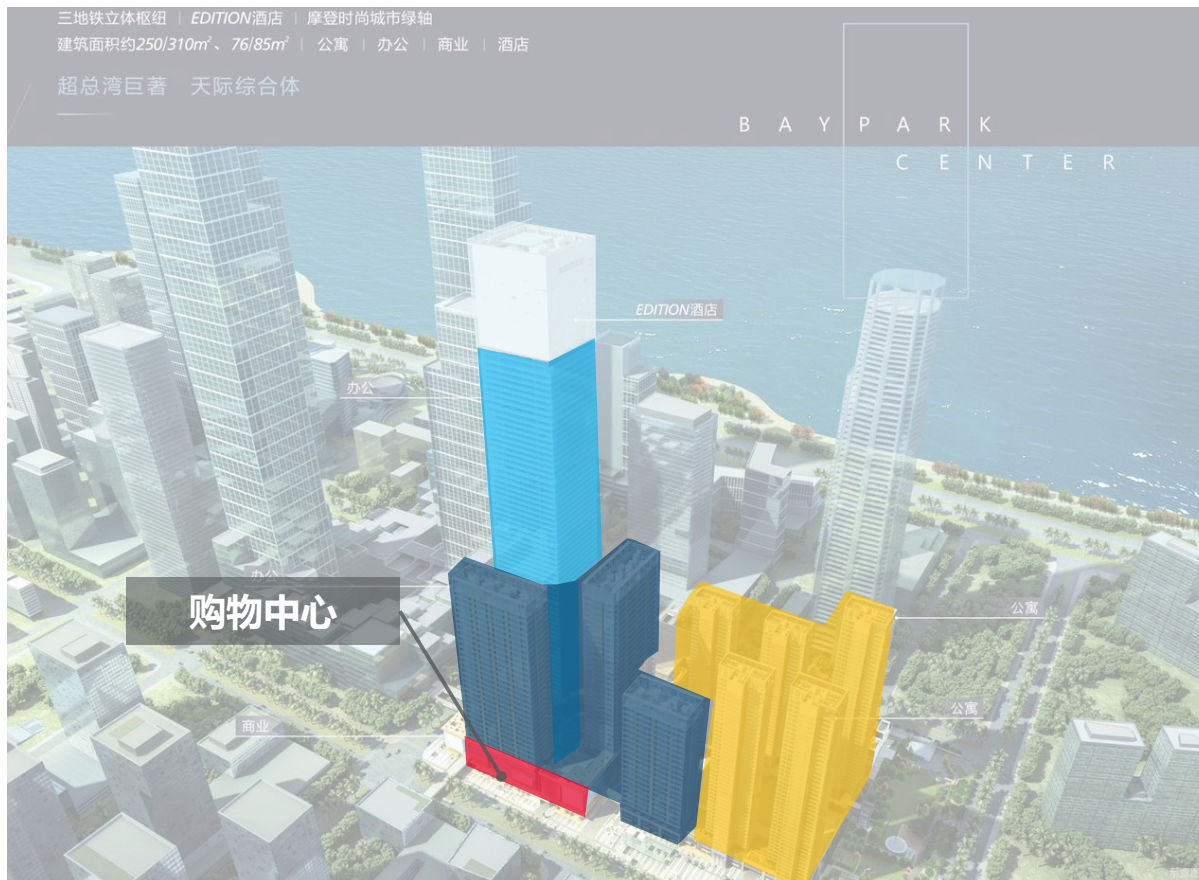
后海商圈竞争项目

竞争项目概况

- 海岸城：12万平米
- 来福士广场：8.8万平米
- 宝能太古城：11万平米
- 花园城：9万平米

- 周边竞争商圈商业供应大多为集中式商业，集中式商业市场饱和度高
- 区域内部可预见的未来供应来自万科臻湾汇项目和中信金融中心项目，商业体量较大预计仍将以集中式商业为主

区域竞争性分析-万科臻湾汇——购物中心

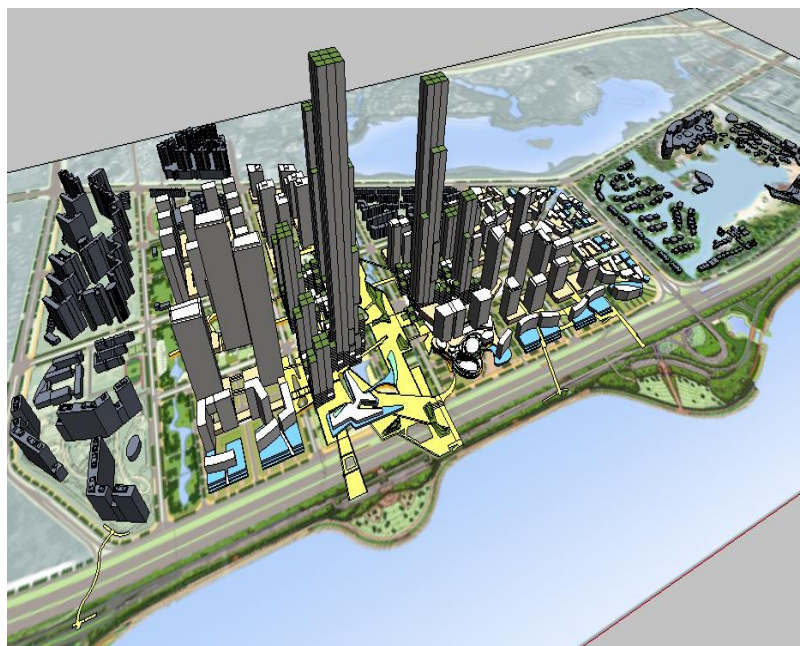


万科臻湾汇购物中心

- **规模**：10万m²
- **定位**：商业分为大型购物中心式商业及小型街区式商业
- **类型**：拟引进的商业类型为餐饮、娱乐、休闲、零售、银行等，具体需视招商情况而定。

区域竞争性分析-中信金融中心

项目位于深圳南山区深圳湾滨海地区之一——
深圳湾超级总部基地，占地约50770平米，总
建筑面积约261000平米



项目名称		规划指标
用地面积(m²)		50,770 (19,306公共空间及绿地)
总规定建筑面积(m²)		261,000
容积率		8.06
总计容积率面积(m²)		261,000
地下不计容积率面积(m²)		189,600
计容面积明细		规划指标
自持与可售物业(m²)	办公(m²)	182,700
	酒店(m²)	16,000
	公寓(m²)	20,000
	商业(m²)	22,300 (地上)
地下其他商业面积(m²)		20,000 (地下)
不计容面积明细		规划指标
架空层、避难层(m²)		15,000
停车位(个)		>1500
地下车库及其他建筑面积(m²)		167,600
地上及地下项目总建筑面积(m²)		465,600

戴德梁行认为本项目可从两个维度对前海综合总部区发展方向进行研判

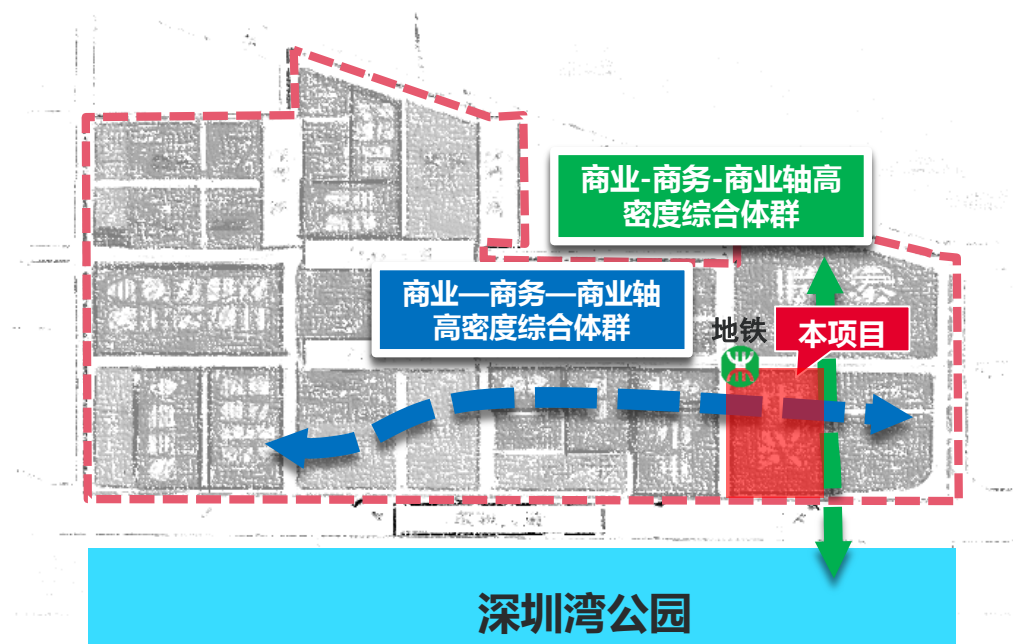
高端商务驿站

一：

依托**周边综合体群**，打造**高端商务餐饮及**
配套，以**服务周边办公人群**为主

二：

依托**地铁客流与自然生态景观**，打造**高**
端生活休闲餐饮类配套，服务**地铁客群和**
周边居住人群



案例借鉴—福田嘉里建设广场二期



深圳福田嘉里建设广场（二期）

- 概况：嘉里建设广场位于深圳最繁盛的福田中心商业区，交通便捷，区位优势
- 办公：7.9万m²
- 商业：1万m²
- 定位：超高档

借鉴：裙楼商业并没有给项目影响项目办公物业的商务氛围和属性，转变成成为项目优质的功能型配套，为项目办公物业提供多元、便利的服务

方案比较

	项目体量	市场竞争	运营收益	形象塑造	资产价值
集中式商业	对建筑规模有一定要求，建筑面积不少于5万平米	集中式商业供应已饱和，未来将面临激烈竞争	高区的商业面积价值折损较大	形象档次高	资产价值高，但前期投入大
商务配套	规模体量较小，几千平米至几万平米以内	竞争压力较小，客户以项目内部商务人群为主	商业价值较为平均，不会有较大折损	配合以周边商务办公物业外立面，形象档次较高	资产价值较高

	项目体量	竞争压力	运营收益	形象塑造	资产价值
方案1： 集中式商业	★	★	★★	★★★	★★★
推荐方案					
方案2： 商务配套	★★★	★★★	★★★	★★	★

Part3 综合体开发原理与案例

综合体互动原理与案例 | 物业功能

酒店

◆ 项目标志性物业之一，可定义项目整体档次

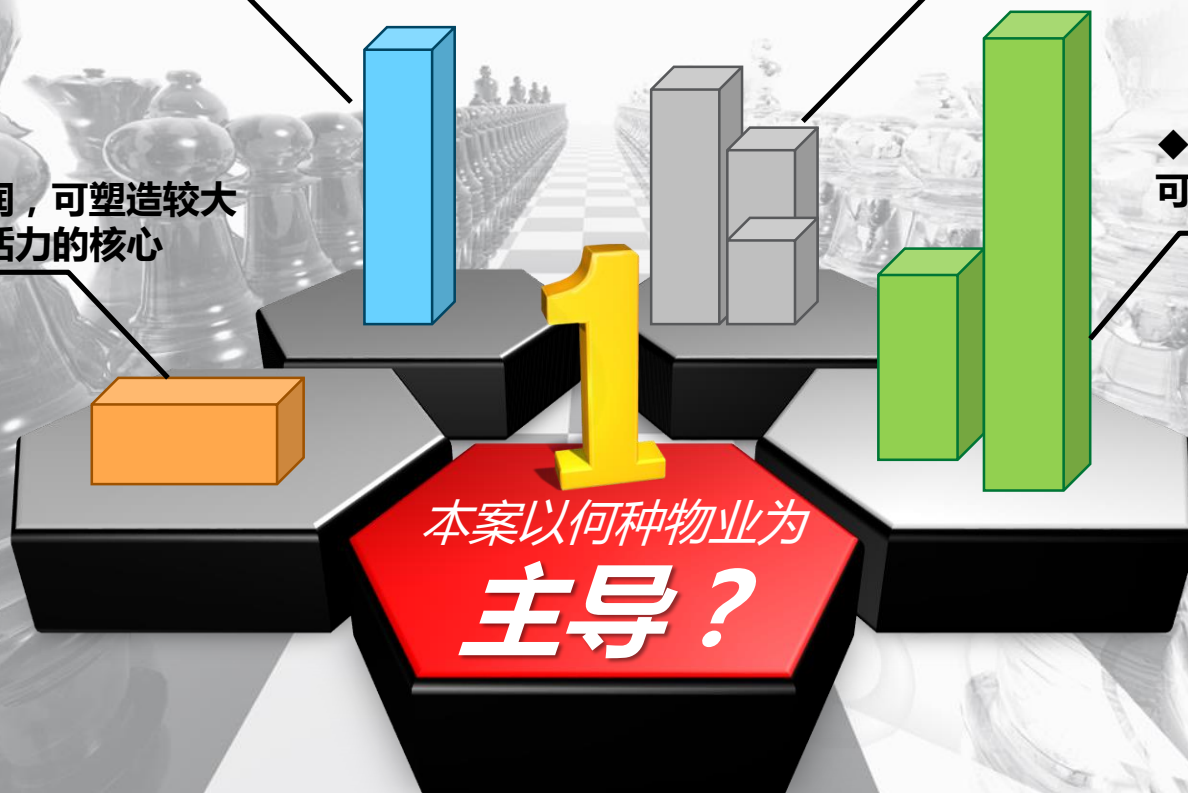
商业

◆ 可实现较高利润，可塑造较大差异化，是项目活力的核心

公寓/住宅

写字楼

◆ 价值标杆，可树立项目高端形象



综合体互动原理与案例 | 物业功能

通过对2003年以来中国的100个综合体进行研究发现，65%的综合体同时具有写字楼、商业、酒店、公寓/住宅四种物业类型，主要有以下四种功能模式

	四种物业均衡发展	以写字楼为核心	以商业为核心	以酒店为核心
物业组合	$C=O+A+H+S$	$C=O(\text{主})+A(\text{次})+H\&S$	$C=S(\text{主})+A\&H\&O$	$C=H(\text{主})+A(\text{次})+O\&S$
代表案例	香港太古广场	北京国贸中心	深圳华润中心	上海商城
O : H : S : A (建筑面积配比)	27%:25%:23%:25%	39%:33%:13%:15%	10%:17%:48% :25%	10%:50%:10%:30%

注：C = 综合体，O = 写字楼，H = 酒店，S = 商业，A = 公寓

模式一

均衡发展：写字楼、酒店、商业、公寓四种物业均衡发展

四种物业均衡发展的类型对市场环境、项目地块条件和开发商操作经验的要求均较高，要求写字楼、酒店、商业、公寓均具备大的市场空间，地块条件适合发展以上各种类型物业、开发具备开发多种物业的实力与经验，最基本的条件是，项目具备较大的开发规模，使各种物业类型均具备一定的规模



借鉴 关键 因素

外因

- 优越的地理位置——CBD/城市中心
- 便利的交通条件——主干道沿线/地铁口
- 较大的规模——建筑面积20万 m²以上

内因

- 强制性的视觉冲击——超高层或建筑群
- 高水准的规划设计——各功能共融或不互扰
- 功能化体系——五星级酒店、甲级写字楼、高档购物中心、顶级酒店式公寓
- 开发商强劲的实力和丰富的经验
- 专业的管理团队——物业管理/经营管理

均衡发展的综合体案例研究——香港太古广场

- ◆ 整体定位：CBD区域的高档综合体
- ◆ 功能组合：甲级写字楼+顶级购物中心+五星级酒店+高档公寓



定位依据

外因

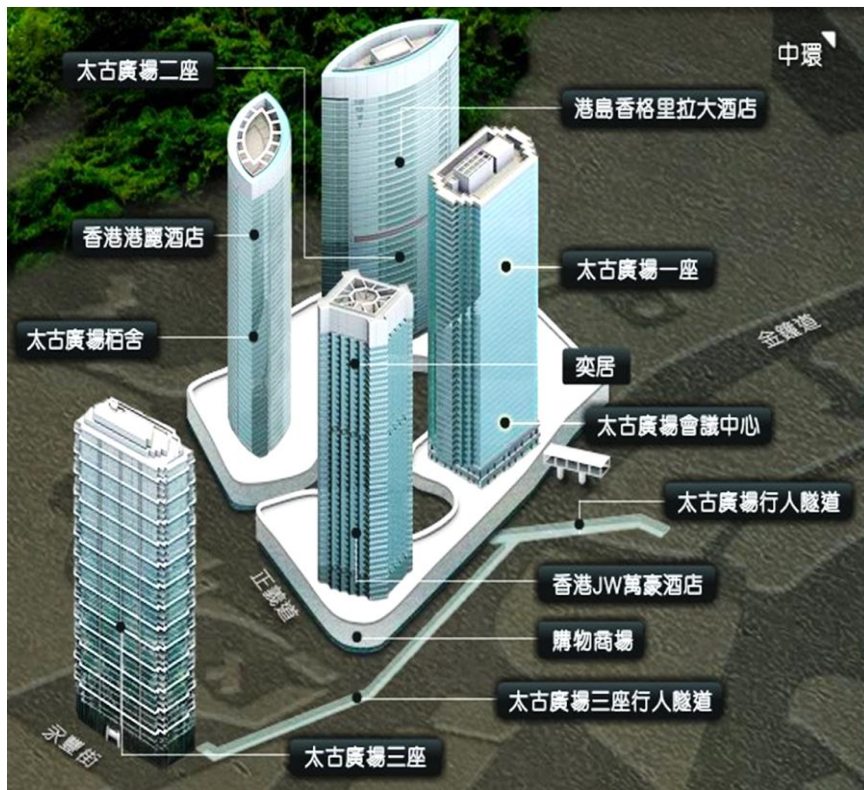
- 项目处于港岛CBD，商业核心区域内，地铁站上盖物业，周边商务、商业、居住条件十分成熟；
- 项目整体规模较大（总建面50万平米）

内因

- 开发商实力雄厚（太古集团），具备打造均衡发展的综合体物业的基本条件

均衡发展的综合体案例研究——香港太古广场

项目概况：总建筑面积约50万平米，包含三座甲级写字楼、会议中心、酒店式公寓、三座五星级酒店、太古广场购物中心



商业—太古广场为中环地区的时尚品牌与活力中心

- ❑太古购物广场汇集国际名流
- ❑会议展览中心使Tri—Me成为香港时尚发布场
- ❑金钟电影院引领港岛娱乐文化
- ❑高档餐饮品牌店以及融入商场各角落的咖啡休闲吧。

酒店—通过国际五星级酒店及国际品牌商场建构综合体价值标杆

- ❑多家五星级商务酒店+高级酒店式公寓使Tri—Me成为夜间中环的活力中心
- ❑各功能空间相互连通/延展了共享空间
- ❑统一管理 with 相互服务达成了最大化的资源共享

酒店式公寓—星级物管+多产品组合

- ❑提供24小时房间餐饮服务/洗衣服/中央冷气调节
- ❑可使用港丽酒店的游泳池/健体中心及商务中心海景
- ❑套房面积定位56平米/110平米/245平米
- ❑高层单位面海景的酒店式公寓适当加大公寓面积（315平米）

模式二

写字楼：以写字楼为核心的开发模式

- 此类型项目要求项目区域具备发展商务区的市场条件，已形成产业集群，或可通过引入核心客户带来相簇群，或者是未来城市核心商务区
- 另外，此类项目一般因市场条件、地块条件或开发商资金实力等原因，具有不适合发展大型商业的局限性



借鉴 关键 因素

外因

- **客户（产业）支撑**——已形成产业聚集/引入核心客户带来相关聚集/未来商务核心区

内因

- **强制性的视觉冲击**——超高层或建筑群
- **写字楼大堂的昭示性**
- **功能化体系**——写字楼带动其他功能定位其他功能的规模与档次
- **完善的配套**——商场、公寓

以写字楼为核心的综合体案例研究——北京国贸中心

- ◆ 整体定位：地标性建筑+全球最大的国际贸易中心
- ◆ 功能组合：高档写字楼+超五星级酒店+国际精品商场+豪华酒店式公寓



总建筑面积110万㎡，开发共分3期，其中包括国贸中心1、2座和3座写字楼部分及国贸东西楼（写字楼）；国贸南、北公寓（酒店式公寓）、国贸商城、国贸展览大厅、中国大饭店和国贸饭店

定位依据

外因

- 项目位于北京核心CBD地区，由于项目占地地块狭窄，面积较小，容积率较高，难以用各物业均衡发展模式进行开

内因

- 将写字楼打造成北京市地标标志性建筑，有利于在商务气氛浓厚的CBD地区树立品牌，从而推动公寓与商业部分的运作

以写字楼为核心的综合体案例研究——北京国贸中心

- ◆ **关键驱动因素**：以最顶级的写字楼的标杆作用来推动商业的运作，和公寓酒店及会展的发展。与同时其他物业与写字楼相互作用，达到项目效益最大化



写字楼：树立标杆形象

- 依托交通优势，与地铁对接，以吸引更多的客流；
- 根据项目区位优势的国际商务氛围，打造顶级的商务办公物业，成为区域及北京市的形象标杆。



公寓：吸引各大跨国公司和高级管理人员和驻京外交使节

- 建筑品质一流，结合高标准的服务水平，成为吸引国际化客户的重要亮点；
- 公寓户型丰富，单元面积从70-407平米，满足不同人士需求。



商业：高端精品购物

- 依托于高品质写字楼，及项目成熟的商务商业氛围，吸引优质品牌进驻，迅速发展成为区域商业的标志和领袖；
- 填补市场空白，在北京率先引入品牌专卖店零售经营模式。

模式三



商业：以商业为核心的开发模式

- 此类项目一般地处交通枢纽或城市核心区，人流量大，具备开发商业项目的基本区位条件
- 地块周边商业氛围浓厚，或周边存在大型商业发展市场空缺，具备开发大型商业项目的基本市场条件
- 同时，开发商具备较强的大型商业操作经验和资源，或具备较强的资源整合能力

外因

- **地理位置**——城市核心区
- **交通可达性**——主干道沿线/地铁口
- **市场空间**——人流量大、商业气氛浓厚/区域功能缺乏、需求旺盛

内因

- **明确定位**——大规模/综合性/娱乐性/观光性/顶级等
- **独具特色**——建筑形式/业态/服务等
- **功能化体系**——商业为主，其他功能为辅助
- **一流合作团队**——规划设计、经营管理

借鉴
关键
因素

以商业为核心的综合体案例研究——深圳华润中心

- ◆ 整体定位：超大规模以商业为核心的综合体物业
- ◆ 功能组合：顶级购物中心+甲级写字楼+五星级酒店+公寓



定位依据

外因

- 所处地理位置优越，交通可达性佳；所在区域成熟后发展受限，需新亮点来激发活力；区域内缺乏一个大型商业来统领区域的商业形象

内因

- 华润有一流的精英团队，同时具备超强的实力与品牌号召力；
- 万象城集购物、休闲、娱乐等为一体，项目整体的立意较高，满足深圳人价值观

以商业为核心的综合体案例研究——深圳华润中心

- **关键驱动因素：**以商业为核心，打造中国最具示范效应的综合体物业，以完善、高端的商业配套推动写字楼、酒店、公寓的运作

商业

- 万象城——近20万平米购物中心，规模大，业态丰富，包罗万象；
- 高端品牌零售与特色风味餐饮交相辉映，娱乐休闲与文化风情异彩纷呈，成为城市标杆；
- 依托其地标型的商业及高端品牌，提升项目整体形象和气质。

酒店

- 君悦酒店——“世界最佳商务酒店品牌”的君悦品牌；
- 内设400间豪华客房及套房；超过5000m²的会议宴会设施；
- Hyatt Pure Spa 水疗、室外恒温泳池、健身中心等设施，提供舒适的休闲享受。

写字楼

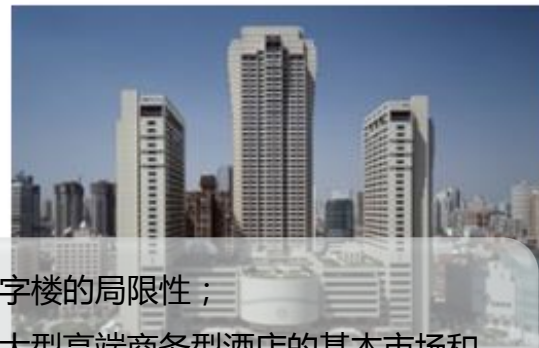
- 华润大厦——5A甲级写字楼，融合智能化与科技化的完美体现，内部设有大面积的公共休闲空间及楼宇内立体绿化；
- 特别设置的高级行政人员卫生间，满足高级行政人员的私密性要求。

公寓

- 幸福里——以居住为主导功能并拥有顶级商业配套的城市资源；
- 户型面积从95-500m²不等，满足不同人群需求；
- 顶层复式拥有深圳海拔最高的私家天际泳池。



模式四



酒店：以酒店为核心的开发模式

- 此类项目一般因具有市场或地段条件不具备开发大型商业或大体量、高标准写字楼的局限性；
- 同时项目不远离城市核心区，交通便利，周边具备一定的商务氛围，具备开发大型高端商务型酒店的基本市场和区位条件

借鉴 关键 因素

外因

- **地理位置**——不远离城市核心区
- **交通可达性**——主干道沿线/地铁口
- **客户支持**——商务客户
- **定位差异化**——通过提供顶级服务而非直接竞争建立其核心地位

内因

- **功能化体系**——五星级酒店带动公寓、写字楼并定位其规模与档次
次开发商有足够的经济实力
- **配套设施**——顶级商场

以酒店为核心的综合体案例研究——上海商城

- ◆ 整体定位：上海顶级国际化综合体 “City Within a City”
- ◆ 功能组合：五星级酒店+豪华公寓+写字楼+商业



总建筑面积18.5万平米，由五星级酒店、豪华公寓、国际水准的办公大楼、25000平米世界知名品牌的购物商城及其他相关设施组成

定位依据

外因

- 区域已形成酒店经济和会展经济的氛围；
- 项目处于CBD边缘，五星级酒店、顶级商场及高档娱乐中心，使综合体形成地标和中心文化；
- 区域具有较大的发展潜力

内因

- 定位准确，波特曼酒店带动其它功能；
- 酒店及公寓客户，为国际一线品牌专卖店带来持续客源；
- 娱乐时尚、高档餐饮及会展功能使其成为活力中心

以酒店为核心的综合体案例研究——上海商城

- **关键驱动因素：**以酒店为核心，通过娱乐时尚、高档餐饮及会展功能使其成为活力中心，之后带动其他功能，酒店入住客群消费力高，为项目购物商场带来持续生意

五星级酒店

- Portman Ritz-Carlton
- 酒店拥有564间客房，位于主楼14到45层
- 酒店内有上海最大的、最高档国际化健康中心，并与公寓共享

豪华公寓

- 共472间豪华服务式公寓
- 公寓只租不卖，租金较办公楼略高
- 面积从47到267平方米，以中大面积为主

写字楼+商场

- 酒店：公寓：写字楼：商业 约为45%：30%：15%：10%
- 国际水准的办公大楼
- 25000平方米世界知名品牌的购物商场



城市综合体功能模式 — 研究启示

四种物业均衡发展 以写字楼为核心 以商业为核心 以酒店为核心

物业组合

适用情况

O + A + H + S

- 优越的地理位置
- 便利的交通
- 较大的开发规模
- 开发商的实力与经验

O(主) + A(次) + H&S

- 成熟的商务条件，已形成的产业族群
- 由于限制条件，不适宜做大型商业

S(主) + A & H&O

- 位于交通枢纽
- CBD区域价值挖掘提升
- 商业的市场号召力和人群捕获力
- 商业运营管理能力强

H(主) + A(次) + O&S

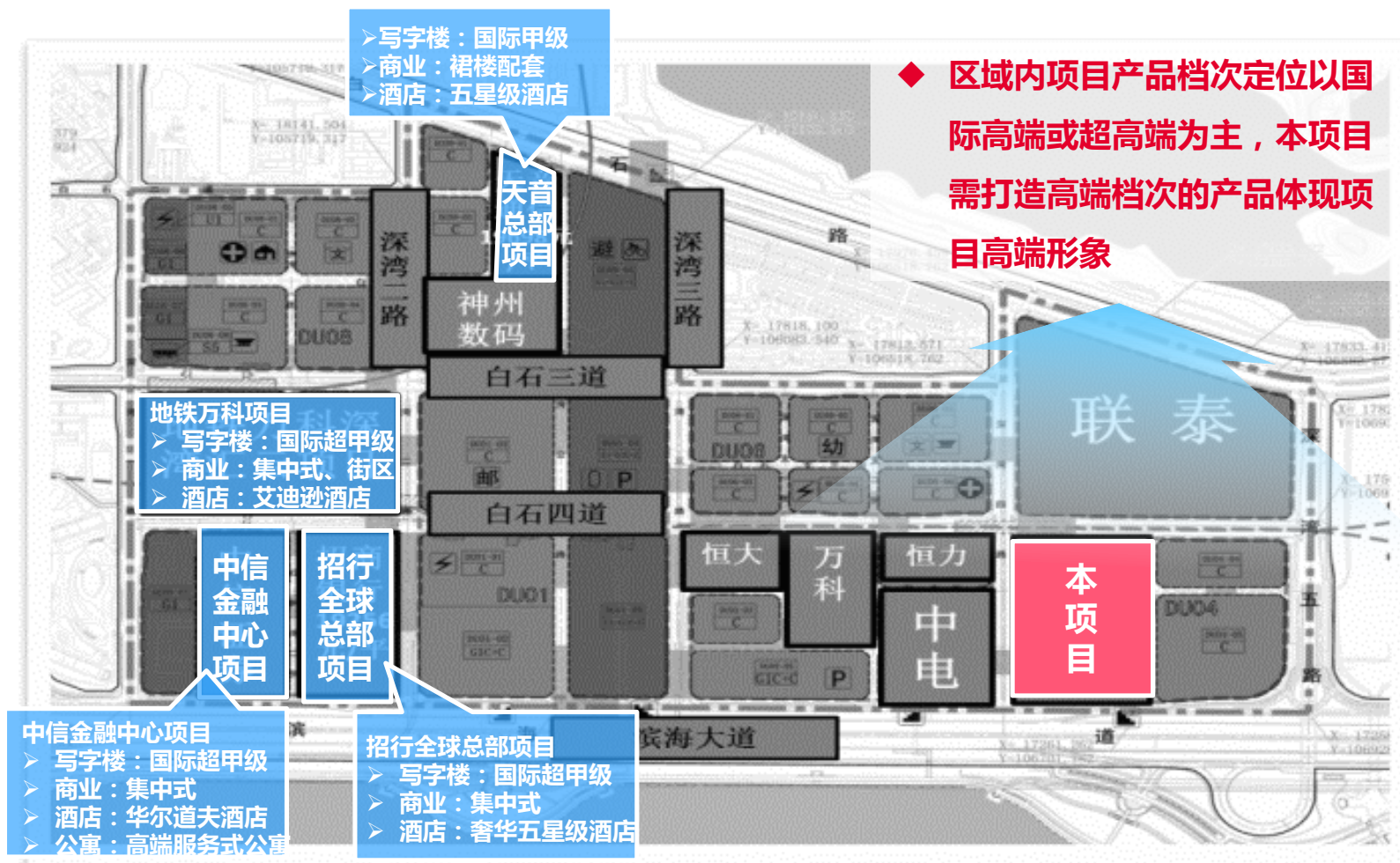
- 不远离市中心
- 与商务区交通便利
- 由于限制条件，不适宜开发写字楼和商业

研究启示：

- ① 本项目位于城市成熟核心区域，交通便利，景观自然条件优越，总体量17.5万平米（计容面积），从项目开发运营角度来看，本案可发展成为**深圳具有标杆效应的综合体物业**
- ② 本项目从政府规划要求层面来看，商业体量较小，无法发展地标型的购物中心，且周边存在欢乐海岸、臻湾汇等大规模集中式商业的激烈竞争，**建议本项目发展以酒店为核心带动的城市综合体，依托区域优越的景观资源，通过高端的国际品牌酒店配套带动写字楼和商业的运作**

Part4 项目最佳档次定位

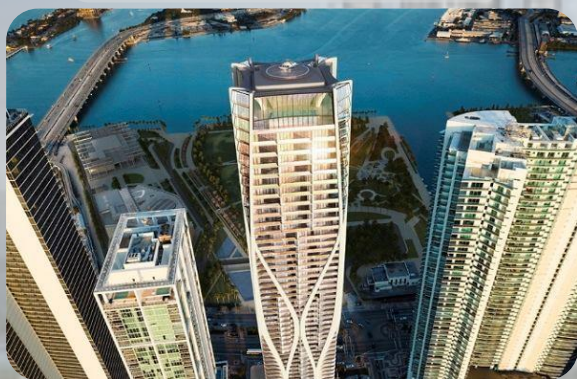
项目最佳档次定位 | 周边项目档次分析



项目最佳档次定位 | 高端

中兴通讯·国际科技湾

国际甲级写字楼



精品五星级酒店



特色商务配套商业



项目最佳档次定位 | 写字楼



分项	国际甲级写字楼	单位	初步建议
主要建筑指标	大堂面积	m²	800-1000
	标准层面积	m²	T1 : 3000 ; T2 : 2200、 T3 : 2500
	单元面积	m²	T1 : 500、 1000、 1500、 2000、 3000
		m²	T2 : 400、 800、 1000、 2200
		m²	T3 : 500、 1000、 1500、 2500
	标准层高	m	T1 : 3.75 ; T2、 T3 : 3.9
	走道宽度	m	2.0
	大堂高度	m	T1 : 7.5 , T2、 T3 : 10
	实用率	%	75-80
配套设备设施	电梯服务面积	m²	4600
	电梯控制	--	群控电梯
	电梯轿厢	--	全彩液晶显示屏，容纳16人
	空调系统	--	VAV中央空调
	智能化	--	--
	幕墙系统	--	双层Low-e玻璃幕墙
	洗手间设置	--	分楼层布置
功能配套	地下车位	个	T1 : 268 ; T2 : 276 ; T3 : 635
建造成本	单方造价	元/m²	8000-9000

项目最佳档次定位 | 写字楼

写字楼案例

嘉里建设广场二期

嘉里建设广场二期项目基本信息

写字楼标准	国际甲级
占地面积	7,900.8m ²
总建筑面积	89,000m ² 其中： -办公面积：79,000m ² -商业面积：10,000m ²
建筑层数	地上41层，地下3层
建筑高度	200米
实用率	75-80%
标准层面积	2000m ²
客梯数量	18台
大堂高度	20米
标准层高	4.35m（净高3.0m）
幕墙系统	双Low-e真空玻璃
OA网络地板	150mm
地下车位	320个
单位造价成本	10000-12000元/平米



项目最佳档次定位 | 酒店

建筑面积：2-3万m²

客房数量：250-350间

配套设施：主题餐厅、游泳池、健身中心、会议室、水疗中心、商务中心等

价格定位：1100-1400元/间/晚

引进品牌建议：

洲际：英迪格酒店 

品牌特色：针对寻求个性与真实体验的高端客户，为他们提供融合当地历史、文化和自然元素的下榻体验

客户定位：高端商务客群，城市休闲客群

喜达屋：W酒店



品牌特色：以现代奢华时尚的“Lifestyle”为定位，通过激发灵感、创造潮流、大胆创新的前卫设计，营造富于动感的都市生活体验

客户定位：高端商务客群，城市休闲客群

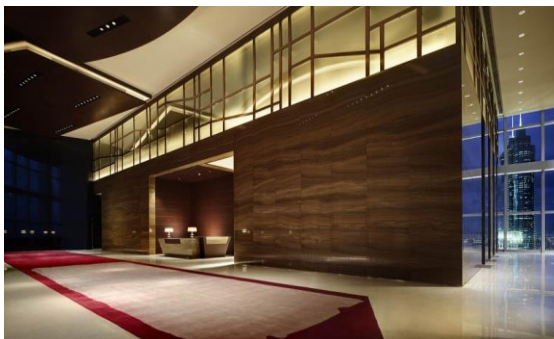
项目	凯宾斯基	威斯汀酒店	君悦酒店
所在地	南山	南山	罗湖
客房数	390间	353间	491间
建筑面积 (万m ²)	5.0	2.3	4.6
标间房价 (元/晚)	1052	1141	1395



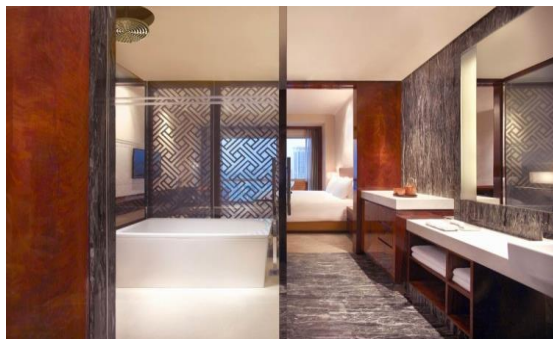
案例借鉴：深圳君悦酒店

深圳君悦酒店定位为白金级五星级酒店，总投资近8亿元，是目前深圳商务接待能力最强的酒店之一。总客房数494间（含51套酒店式公寓），同时设有会议厅、西餐厅、顶楼酒廊、水疗中心、健身房等配套设施。

（单位成本造价：约15000元/平米）



空中大堂



客房



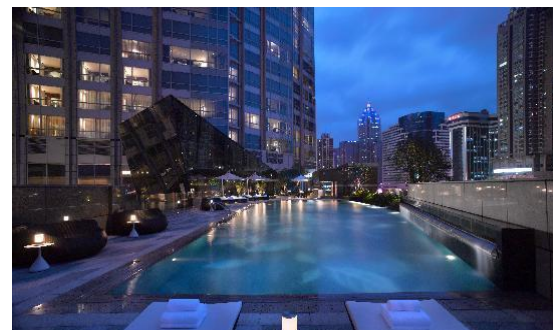
西餐厅



顶楼酒廊



水疗中心



游泳池

HIGH-END COMMERCIAL CENTRE

高端、时尚、商务

——深圳最具商务氛围的商业配套



业态细分	单店面积需求	商家数量	总面积需求
高端商务餐饮	2000-4000平米	约3-5家	约16000平米
高端零售	800-1000平米	约10家	约10000平米
精品超市	2500-5000平米	1家	约5000平米
银行	800-1200平米	2家	2000平米
高端健身中心	2000平米	1家	2000平米

Part5 项目投资与价值估算

项目投资与价值估算 | 投资估算

项目	办公	酒店 (五星级酒店+文化设施用房)	T1、T2 裙楼商业	T3、T4地铁 上盖商业	物业服务用房	公交首末站
建筑面积 (平方米)	121,540	28,760	0	35,000	390	4,200
成本单价 (元/平方米)	9,322	17,996	0	7,623	5,689	5,723
小计 (万元)	113,300	51,756	0	26,681	222	2,404
总计 (万元)	194,363					
成本均价 (元/平方米)	10,236					

项目投资与价值估算 | 价值估算

项目	办公 (五星级酒店+文化设施用房)	酒店 (五星级酒店+文化设施用房)	T1、T2 裙楼商业	T3、T4地铁 上盖商业	物业服务用房	公交首末站
建筑面积 (平方米)	121,540	28,760	0	35,000	390	4,200
评估单价 (元/平方米)	45,000	35,000	0	109,000	-	-
小计 (万元)	546,930	100,660	0	381,500	-	-
总计 (万元)	1,029,090					
均价 (元/平方米)	55,536					

项目投资与价值估算 | 小结

方案类型

投资估算

高端

194,363万元

方案类型

价值估算

高端

1,029,090万元

Part6 营业执照及资质证书



营业执照

统一社会信用代码 91440300748859253X

名称 深圳市戴德梁行土地房地产评估有限公司
主体类型 有限责任公司
住所 深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场第二座第18层03B、04室
法定代表人 程家龙
成立日期 2003年04月07日

重要提示

1. 商事主体的经营范围由章程确定。经营范围中属于法律、法规规定应当经批准的项目，取得许可审批文件后方可开展相关经营活动。
2. 商事主体经营范围和许可审批项目等有关事项及年报信息和其他信用信息，请登录深圳市市场和品质监督管理委员会商事主体信用信息公示平台（网址<http://www.szcredit.com.cn>）或扫描执照的二维码查询。
3. 商事主体应于每年1月1日-6月30日向商事登记机关提交上一年度的年度报告。商事主体应当按照《企业信息公示暂行条例》等规定向社会公示商事主体信息。



登记机关

2016年07月20日



中华人民共和国国家工商行政管理总局监制

中华人民共和国
房地产估价机构备案证书

REGISTRATION CERTIFICATE FOR REAL ESTATE APPRAISAL COMPANY
IN THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

机构名称: 深圳市戴德梁行土地房地产评估有限公司

法定代表人: 程家龙
(执行事务合伙人)

住所: 深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场2座18楼03B、04室

统一社会信用代码: 91440300748859253X

备案等级: 壹级

证书编号: 粤房估备字壹0200022

有效期限: 2020年12月11日止

发证机关(公章) 2017年12月12日

中华人民共和国住房和城乡建设部制

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》、《中华人民共和国资产评估法》等法规，该机构符合房地产估价机构备案条件，本机关依法予以备案。

发证机关（公章）



2017年12月15日

机 构 名 称	深圳市戴德梁行土地房地产评估有限
法 定 代 表 人 (执行事务合伙人)	公司 程家龙
住 所	深圳市福田区中心四路1号嘉里建设 广场2座18楼03B、04室
邮 政 编 码	518048
联 系 电 话	0755-21518003
统一社会信用代码	91440300748859253X
组 织 形 式	有限责任公司
成 立 日 期	1993年04月07日
注 册 资 本 (出资数额)	300万元
备 案 等 级	壹 级
证 书 编 号	粤房估备字壹 0200022-1/1
有 效 期 限	2020年12月11日止



土地评估中介机构 注册证书

机构名称： 深圳市戴德梁行土地房地产评估有限公司
法定代表人： 程家龙
工商注册号： （统一社会信用代码）91440300748859253X
机构地址： 深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场2座18楼03B、04室
执业范围： 全国范围内从事土地评估业务
有效期限： 2021年6月30日
注册号： A201144014

注册单位：

2016 年 7 月 17 日



本证书需与在线打印的土地评估中介机构年度考评合格证明同时使用。

中国土地估价师与土地登记代理人协会制

谢谢!

深圳市戴德梁行土地房地产评估有限公司

中国深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场2座18层

Tel: +86 755 2151 8000

Fax: +86 755 8246 0001

