

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H)

后退 搜索 收藏夹

地址 更多精彩文章请见中国证券网 http://www.cnstock.com/

转到 链接

中部商业组团:黄浦区继续提升商业能级



张大伟制图

【编者按】

东、南、西、北、中——上海的五大商业组团中，我们已经介绍了以浦东新区为主的东部商业组团，包括了卢湾区、徐汇区和闵行区的南部商业组团，由静安区、长宁区、普陀区、宝山区等构成的西部商业组团，以及杨浦区、虹口区、闸北区组成的北部商业组团。最后一期，让我们把目光投向热闹的中部商业组团。

黄浦区便是上海中部商业组团的绝对主角。地处上海城市中心的黄浦区，面积12.47平方公里，三面环水，东南两面紧邻黄浦江，北临苏州河，是上海具有鲜明个性和吸引力的核心城区，在商业发展上，更是拥有南京东路、人民广场、豫园、外滩等多个独具特色的地区。根据最新披露的“十一五”黄浦商业规划，黄浦区计划建成“一带三区”的商业和集聚区商业，即外滩沿黄浦江发展带、经典的南京路地区、传统的豫园地区和未来的世博园地区，力争在中心城区继续保持商业领先地位。

区域解码

黄浦区力保商业“领头羊”位置

□特约记者 一凡

近日有消息称，上海市中心地段的商业项目的建设速度将得到控制，日后如黄浦区的商业地产或将呈现稀缺优势。据政府公布的数据统计，黄浦区2005年社会消费品零售额完成52.608亿元，决定了其在上海商业的重要地位。而随着“十一五”商业规划的开展实施，其辖区内的南京东路商圈、人民广场商圈、豫园商圈的重要性也将越发凸显。

最新披露的“十一五”黄浦商业规划中，黄浦区计划建成“一带三区”的商业和集聚区商业，即外滩沿黄浦江发展带、经典的南京路地区、传统的豫园地区和未来的世博园地区，力争在中心城区继续保持商业领先地位，同时努力建设社区商业体系。未来黄浦区还将重点推进外滩地区商业功能建设，大力发展外滩地区的高档商业，在成功引入第五大道等高档百货的同时，还将抓紧半岛酒店建设、中央商场改造和老大楼调整，着力构筑高端商业的基本框架，计划到2010年，外滩地区基本形成具有20万平方米经营面积的国际顶级品牌集聚区。

南京东路 强化竞争力

随着淮海路、徐家汇等商圈的快速发展，南京东路商圈的竞争力一度逐年下滑，老化的传统商业结构和模式，没有生气的陈旧店面及产品品质下降，让南京东路与市场脱节。但很快，南京东路商业价值的下滑引起了相关部门的重视，重塑价值被提上议事日程，世博会的契机也给了南京东路商圈改造提供了良好的大环境。

南京东路商圈的商业改造主要依靠调整原有的产业结构来实现，逐步清除毫无特色的商家，同时吸引代表了主要产品类型的新颖独特的国内外支柱型商户；修整上海南京路区域的基础设施，通过置换、拆迁，注入最新的元素，提升整体环境，提供更为完善的公共交通、更多的停车场、出租车站点和绿地。此外，在未来3-5年内，还将新增8万平方米的商业面积，按照南京东路“大众、高端”的新定位进行招商，以引导南京东路商业定位的最终转型。

人民广场 地下商铺有看点

人民广场东起西藏路西侧人行道，西至黄陂北路东侧人行道，南起延安路北侧人行道，北至上海大剧院和人民大道200号外墙沿线范围内的公共区域。作为上海传统的核心CBD，以及轨道交通枢纽型商业中心，目前已有十多家大型商场，数十家知名企业总部和上百家物流、贸易、信息产业、网络等企业落户于此。

人民广场作为轨道交通1、2号线的枢纽，每日集散客流18.1万人次，因而地下商铺的发展十分迅速。目前共有迪美时尚街、香港名店街、华盛顿三大地下商铺。尽管宏观调控导致人民广场地区住宅租金下滑，但商铺租金继续走高。如华盛顿的对外租金为22元/平方米/月，香港名店街为36元/平方米/月。

此外，目前人民广场CBD已建成的商务楼宇约40幢，截至

2005年底，甲级写字楼租金水平已经达到1美元/平方米/天，周边众多的写字楼在0.7-0.8美元/平方米/天。写字楼的出租率在90%以上，商务区附近的停车位行情也已达1500-2000元/月。

豫园商圈 主打老城厢魅力

作为上海老城厢的核心，豫园东、北至中华路、人民路，西至河南中路，南到复兴中路，区域面积0.72平方公里。目前，这里的商铺租金均价为21-32元/平方米/天。根据建设规划，在未来5年里，豫园将划分成内圈、中圈、外圈3个区域，依托丰富的历史文化底蕴和特色旅游资源，形成上海最具传统特色的市级商业中心。

内圈东至安仁街，南至方浜中路，西至旧校场路，北至福佑路，面积0.053平方公里。改造重点是进一步调整业态结构，体现商业、文化、旅游三位一体。目前，过街楼改造及华宝楼、天裕楼外立面、灯光改造已开始施工，内圈区域的道路改造也于8月开工。

中圈东、北至人民路，南至望平街，西至河南南路，面积0.437平方公里。这里共有9个建设改造项目，其中豫园大酒店、大安商厦、城隍庙广场3个项目已建成；金陵商厦、英皇明星城、福都商厦3个项目在建；福民二期、豫泰商厦、豫诚商厦3个项目待建。该区域将增加餐饮、休闲、娱乐、展示等多种功能，形成与内圈相呼应的集聚发展优势。

外圈东至人民路，南至复兴东路，西至河南南路，北至望平街，面积0.23平方公里。这里将拾取以往散落的一些文化资源，与周边一些知名的文化景点，如藏书楼、文庙、徐光启故居以及不少传统老行业的行业公会场所等同步开发，形成一条传统文化旅游新线路。

黄浦区部分商业街区租金情报 (单位:元/平方米/天)

	10平方米	20平方米	30平方米	50平方米	70平方米	100平方米	300平方米
河南南路	3-4.5		2-4	6-7			2-5
河南中路			7-9	4-6		3-6	
复兴东路				1.5-2	2-3	4.5-5	
福佑路	8-23		2.5-4		3-4		
广东路	8-11		8-9				
广西北路	11-12		8-10				
浙江南路	7-8.5	5-6	6-7				
宁波路	12-13	9.5-10.5	9-10		6-6.5	9-9.5	
福州路			11-11.5		14.5-15.5	6.5-7.5	10-10.5
金陵东路			7-8	9-9.5	13.5-14.5	7.5-10.5	
方浜中路	17.5-18.5	25.5-26.5		7.5-8.5			
福建中路		11-16	10-11	11-12			4-4.5
董家渡路	4-5	4-4.5	3-3.5		2-2.5		

黄浦区部分商铺项目租金参考

商铺名称	地理位置	物业类型	标准层/套面积	租金报价
百米香榭	广西北路230号	商业街区	30-150平方米	4-12元/平方米/天
金陵商厦	福州路666号	4层裙房商铺	总2631平方米	5元/平方米/天
仙乐斯大厦	南京西路388号	地下1层、地上1-7层裙房商铺	45-4500平方米	12-28元/平方米/天
豫园生活广场	方浜中路三牌楼路口	地下1-3层商场	100平方米	10-30元/平方米/天
亚龙国际广场	金陵东路500号	写字楼裙楼	1500-2500平方米	15-30元/平方米/天

上海滩新昌城 “少数派”最忌定位不明

□本报记者 唐文祺

北黄浦的住宅供应早进入稀缺期，以所处的区域地段而言，偶有出现的住宅项目通常都定位为高档住宅，上海滩新昌城便是目前唯一的在售代表。从该楼盘的商业配置看，虽然拥有市中心楼盘通常具备的交通便捷、人流充足的优势，但也面临着如何在周边成熟的商业配套中找准自己位置的难题。

上海滩新昌城位于新昌路、新闸路口，地处黄浦区北部与闸北区交界处，是北黄浦难得的规模较大的住宅项目。地处市中心自然交通便利，东侧为地铁1号线新闸路站，西侧为成都路高架，北为苏州河。楼盘占地面积10万平方米，共分两期规划，总建筑面积达到40万平方米。目前在售的一期，总建筑面积10万余平方米，共有5栋高层，小区中心为1万平方米的集中绿化。

作为市中心规模较大的社区，开发商自然而然地分出一部分建筑面积作为配套商业使用。据了解，上海滩新昌城的商业配置总规模11000平方米，标准单元面积200-300平方米，均价在38000-40000元/平方米，业态为综合性但限制餐饮。

从其商铺的规划位置来看，山海关路、新闸路成为布局所在。开发商的最初定位是希望“内外兼顾”，也就是说，既可以满足社区内居民的需要，又可以吸引到外围路人。但问题是，前者需要突出本社区居民日常生活所需为主，后者则反而改变纯粹的商业配套服务功能，以特色表现形式来扩大辐射范围。显而易见，如果考虑全方位满足，反而会

导致定位不明。

从商铺所处位置看，山海关路面临一条宽阔的成都路高架，这对于人气凝聚是相当不利的影响因素，而新闸路上的商业氛围虽然已经成熟，但该板块的总体定位是服务于社区内居民，仍然以配套服务设施为主。因此，实际上该楼盘的商业设施应该以服务于社区内部更为有利。而以该楼盘的内需来看，虽然属于内环以内楼盘，但去化速度并不快，从居民完全入住到社区成熟，尚需要等待相当一段时间。

业内人士认为，从该楼盘的整体形势来分析，根据社区商业需求适当进行相对外向

的定位将较为合理。这种新型的配套商业更为适合于高档住宅社区，在满足于社区服务的同时，具备了一定的区域覆盖性，这对于提升整体商业氛围也有较好影响。但值得一提的是，由于该楼盘以分散销售的形式推向市场，发展商在把握整体定位的前提下，进行专业化招商和经营管理，以提升物业价值。



再加上一定的辐射效应，特别是对附近商务楼，可带来商贸流动人口，这些都为商铺奠定了良好的消费基础。不过，劣势也依然存在，每平方米35000至55000元的报价显得较高，且商铺分割的单套面积有点大，进深也较深，为经营带来一些难度，何况任何一个社区的商铺都逃不出因居民阶段性消费而经历一个动态调整期的宿命。此外，在定位方面，虽说开发商意向向高档靠拢，但由于商铺是分割出售型的，一旦出手，很难对经营管理整体把握。

【业内视点】

上海滩新昌城已开始交房，从其商铺部分来看，地段优质、交通方便的优势还是显而易见的。周边居住密度较高、人流量较大、购买力较强，

（上海信义房屋商仲部研展总监 高斌）

华旭国际大厦 “平民”的“三足鼎立”梦想



□特约记者 陈歆

人民广场商圈又有新势力崛起。被称为人民广场CBD最后一幢甲级写字楼的华旭国际大厦日前走向市场，它的加入将使来福士、世茂国际这两座近年挺立的“双峰”格局有所改变。而其在商业裙楼的设置上也颇具“野心”，届时能否真正形成可与南京西路“梅恒泰”分庭抗礼的新“三足鼎立”局面，值得关注。

华旭国际大厦位于西藏中路、九江路口，东邻中心城区最高档的中福公寓，西邻人

米，层高在5.1-5.4米，计划在明年年初出炉，只租不售。由于大厦主体目前已经封顶，明年3月左右竣工，裙房商铺也拟在明年5月开张。而根据开发商的定位，希望能引进国内外的中高档品牌入驻，使之成为上海又一集购物、休闲、娱乐于一体的时尚购物中心。

总投资额超过5亿元人民币的华旭国际大厦，已成为人民广场商圈内与来福士、世茂国际齐名的又一重要项目，甚至三者已被业内拿来与南京西路“梅恒泰”的“三足鼎立”相提并论。而事实上，华旭国际大厦也正处于“野心”中。

开发商方面认为，由于地处人民广场核心区域，首先在交通上，40多条公交线路、轨道交通1号、2号和8号线（在建）三线会聚，丝毫不输南京西路的“梅恒泰”。其次，人民广场日均人流量在80万人次以上，节假日更可达到100万人次，旺盛的人流量也显示出商业发展的动力。加上来福士、世茂国际的支持，华旭国际大厦似乎可以搭乘顺风车，吸引到中高档品牌的消费人群驻足。

此外，记者还从开发商处获悉，华旭国际大厦商业裙房的建筑面积为6000平方

但也有业内人士指出，相对于大名鼎鼎、奢侈品牌云集的“梅恒泰”的顶级定位，华旭国际大厦及周边商业项目，更适宜剑走偏锋，与“梅恒泰”形成错位竞争，即与其同前者力拼，还不如瞄准中高档定位，以高性价比来吸引人群。

【业内视点】

从规模上讲，华旭国际大厦的体量并不大，开发商称，该项目的商铺分割面积不会太大，业态综合配餐餐饮，租金价位则基本与周围持平。当然，著名商圈中心位置的地段优势不可小视，因为黄浦区正在规划打造一个南京东路-西藏路-人民广场超大规模商圈，规模效应显示出其中蕴含的商机。但也需要关注的是，未来该地区总建筑面积超过60万平方米的商业设施群也将引发不小的业态竞争，既然只租不售，开发商对该项目长期、稳定经营的能力便显得至关重要，目前必须客观分析因素、交通项目一个明确的策划定位。

（美地行上海咨询有限公司总经理 刘群）

■律师坐堂

租赁商铺要会保护独家经营权

□王展 沈献磊

俗话说，同行是冤家，在商铺经营中，商家也往往不愿意同其他同行离得太近。如今在租赁商铺时，一些商家常常通过对“独家经营权”的约定，来实现自己在一定范围内的独家经营。但独家经营权如果约定不明确，纠纷在所难免，下面这个案例就是提醒商家在租赁商铺时要懂得保护自己的独家经营权。

【案例】甲乙双方就某大厦内某商铺签订了租赁合同，约定乙方租用商铺经营装饰装

业务。由于乙方不希望有其它装饰公司在该商铺所属的大厦里做同样的业务，所以在合同中与甲方约定：乙方入驻大厦后，甲方保证大厦中将不再有其它装饰公司从事装饰装潢业务。但乙方入住不久，就发现在大厦中出现了一家所谓“家居公司”，推出了“整体家居解决方案”业务，但据查证该公司实质也是在从事家庭装饰业务。

但当乙方想跟据合同约定要求甲方承担违约责任的时候，却发现乙方处于一种极为不利的境地。首先，“家居公司”并不能等同于“装饰公

司”，那家公司从事装饰业务是否意味着甲方对有关条款的违反较难认定；其次，“整体家居解决方案”并不能等同于装饰业务，甲乙双方也没有在合同中明确装饰业务做明确的界定；最后，甲方违约并不等同于乙方可以解约，双方没有在合同中明确甲方的违约责任。

【点评】该如何在合同中正确约定独家经营权条款？笔者认为，要保证商铺租赁中独家经营权的实现，相关条款应包括下列内容：一是明确独家经营权的含义。比如在上述案例

中，应明确任何其它公司或自然人都不得在大厦内从事装饰业务，以免去对“家居公司”束手无策的尴尬境地；而且，对装饰业务也要予以明确的定义，以免有人以所谓“整体家居解决方案”打擦边球。二是明确违约责任。如解除合同、继续履行、把竞争对手赶出去、要求赔偿或要求出租方支付一定数额违约金。如果承租方签约时还是没有把握，不妨先咨询专业人士，把合同签约把关，以避免不必要的损失。

（作者为上海联义律师事务所律师）