

# 商业地产仍有潜力可控

## 房地产周评

理发师陈志南跟朋友合伙在北京三里屯SOHO开理发店已经七八年了。身处三里屯这个著名的潮流之地,他不仅是时尚潮流的追随者和创造者,也亲历了这个大型商业综合体租金的起落。他周围的店铺以小面积为主,经营种类繁多,除了理发店,还有美甲店、修眉店、宠物店、服装店、奶茶店、小型超市等。理发店周边的租客已经换过很多,时常有空置店铺。对陈志南来说,房租是最主要的支出,再加上人工、水电等费用,成本不低。

在电商冲击下,一边是租金带来的高成本,再加上疫情影响,不难想象实体店经营者们的压力。位于北京宣武门的一家百货商场几年前曾繁盛一时,名牌店铺和专柜林立,如今已经冷冷清清。

仍有不少实体商业人气很旺。特别是到了节假日,地下停车库一位难求。尽管外卖让在家吃饭越来越便利,每到饭点,在餐厅外面等位的食客仍然排队。互联网技术给实体商业带来的当然不完全是冲击,还有各种自主操作的便利和趣味。有了互联网,人们能在家中享受各种便捷,但实体商业带来的体验不可或缺,这成就了大型商业综合体的繁荣。

商业地产的发展在不同城市差异十分明显,须根据一地人口数量和消费能力因城施策。一旦脱离实际盲目上马,供给过剩,也会造成大量空置以及资源浪费。

租金涨跌在一定程度上反映商业地产的景气程度,从数据上看,购物中心的景气度好于商业街。根据中国房地产指数系统商铺租金指数对全国重点城市主要商业街和典型购物中心商铺租赁样本的调查数据,2021年下半年,我国主要商业街商铺租金水平整体继续下跌,且跌幅较上半年有所扩大;重点商圈(购物中心)商铺租金水平整体继续回升,涨幅与上半年基本持平。

一二线城市众多购物中心新开业和奢侈品商场的开业,都彰显了商业地产的发展潜力。有关数据显示,2021年我国个人奢侈品市场实现36%增长,总额逾4700亿元人民币。知名奢侈品商店SKP分别于2021年5月宣布落户武汉以及12月在杭州举行开工仪式。从长远看,促进消费、扩大内需是我国推动经济高质量发展的长期战略,商业地产将蕴含巨大发展空间。2021

年,商务部提出,用5年至10年时间,培育建设若干具有全球影响力、竞争力、美誉度的国际消费中心城市。

对于很多大城市而言,新增商业地产项目有限的背景下,以存量改造为主要内容的城市更新也将助商业地产发展一臂之力。北京市提出鼓励传统商圈围绕产业结构调整、商业业态优化、空间品质提升、营销模式创新、区域品牌塑造、管理服务精细、开放水平提高等进行全方位改造升级,到2025年,完成22个商圈改造升级。

如果大型城市商业综合体更体现大而全,深入社区的小便利店则可以做到小而美。不难发现,有不少知名连锁品牌开始加快社区便利店的布局。未来,在社区生活便利化程度日益提升的大趋势下,不仅是便利店,洗衣、养老、托幼等商户对于小区周边店铺的租赁需求也可能随之增多。

值得注意的是,同商品住房市场的发

展一样,商业地产的发展在不同城市差异也十分明显,须根据一地人口数量和消费能力因城施策。商业地产的发展固然会对城市综合发展特别是在带动消费中发挥重要作用,而一旦脱离实际盲目上马,供给过剩,也会造成大量空置以及资源浪费。

对于大型商业综合体而言,消费需求的多样化和商业供给端的同质化,给商业地产转型升级带来了较大的压力,大型商业综合体应将消费需求掌握得更加透彻,寻求差异化发展路径。关于临街小商铺和门面房,常常有人发问,某一座城市的商铺还能买吗?商铺有强烈的投资属性,不要说在同一座城市,就是同一条街或同一个商圈,不同位置、不同朝向的商铺,在租金、人气等方面的表现都有可能完全不同。如今大家常说,一铺养三代的时代已经过去。对于仍然希望通过买商铺实现资产保值增值的投资者而言,恐怕不少人还是会送上那句老话——投资有风险,入手须谨慎。



2月5日,满载着日用百货等出口商品的“义新欧”中欧班列从义乌西站启程,驶向西班牙马德里。

龚献明摄(中经视觉)

2月2日农历大年初二,凌晨4时04分,编组50辆、满载825吨武汉及湖北地区企业生产的电子产品、汽车零部件、防疫物资等货物的X8015次列车从中国铁路武汉局集团有限公司汉西车务段吴家山站安全开出,经汉丹线、焦柳线运行,由阿拉山口出境,驶往德国杜伊斯堡。这是农历壬寅虎年武汉开出的首趟中欧班列。

“2月9日至2月15日元宵节期间,已有3趟中欧班列纳入开行计划,大批国产电子产品、汽车配件、民生产品及防疫物资将搭乘中欧班列前往波兰、德国等欧洲国家,满足当地市场需求。”吴家山站站站长胡义强介绍。

数据显示,截至2022年1月29日,中欧班列累计开行突破5万列、运送货物超455万标箱、货值达2400亿美元,通达欧洲23个国家180个城市,为推动共建“一带一路”高质量发展作出积极贡献。

据国铁集团相关负责人介绍,经过多年市场培育,中欧班列已实现常态化开行、规模化运营,特别是2016年中欧班列统一品牌以来,国铁集团通过不断完善班列运行保障机制、提高口岸站运输能力、加强班列集结中心建设等途径,推动了班列开行数量逐年递增、货物品类不断丰富、运输货值成倍增长。

数据显示,2016年至2021年,中欧班列年开行数量由1702列增长到15183列,年均增长55%;运输货物品类从最初的IT产品,扩大到汽车配件及整车、化工、机电、粮食、木材等5万余种;年运输货值由80亿美元提升至749亿美元,增长了9倍,在中欧贸易总额中的占比从1.5%提高到8%。

在数量翻倍增长的同时,中欧班列运行品质也在稳步提升。中欧班列综合重箱率由2016年的77.2%提升至2021年的98.1%。通过加强回程货源开发,班列往返开行数量更加均衡,回程班列与去程班列的比例由2016年的50.6%提升至2021年的81.5%;研发投入95306数字口岸系统,通关效率明显提升;在满洲里、霍尔果斯口岸站常态化组织“三列并两列”集并运输,推动协调解决宽轨段运输组织等问题,全程运行时间从24天压缩至最短12天,班列运输效率大幅提高,与其他物流方式相比,极大节省了全程物流费用,促进了社会物流成本降低。

“中欧班列的快速发展,有力带动了我国内陆城市的对外开放,一些不靠海不沿边的城市依托中欧班列,逐步发展为对外开放新高地。”该负责人举例说,中欧班列极大促进了重庆IT、汽车、跨境电商电子商务产业发展和转口贸易的快速增长,为成都进出口商品交易中心、郑州现代化国际物流中心建设提供了有力支撑,助推义乌实现了从“全球最大的小商品批发市场”向“全球小商品贸易中心”成功转型升级。

中欧班列在源源不断为沿线国家运去中国优质商品的同时,还催生了许多新的物流、工业、商贸中心、产业园区,为当地民众提供成千上万的就业机会。德国杜伊斯堡港因中欧班列的开通吸引了上百家物流企业落户,创造了2万多个就业机会。中欧班列的开通还让波兰马拉舍维奇口岸站业务量成倍增长,极大地促进了当地经济社会发展。

该负责人表示,随着我国经济持续稳中向好和中欧贸易不断发展增长,未来中欧班列运输需求将保持高位运行。国铁集团将继续发挥行业和专业优势,不断创新提高运行服务品质,持续加强班列品牌建设,为保障国际产业链供应链稳定、推动共建“一带一路”高质量发展作出新的贡献。

本版编辑 周雷 吉亚娇 美编 夏祎

## 2022年交易量预计突破1900万辆——

# 二手车将成消费新蓝海

本报记者 刘瑾

## 产业聚焦

进入2022年,二手车行业再迎重大利好。1月21日,国家发展改革委等七部门印发《促进绿色消费实施方案》(下称《方案》)。《方案》中要求,积极发展二手车经销业务,推动落实全面取消二手车限迁政策,进一步扩大二手车流通。

“随着各项利好政策的落地和实施,特别是减税、限制政策等‘堵点’问题逐渐松绑,二手车市场有望成为中国汽车消费的新蓝海。”中国汽车流通协会秘书长罗磊预计,2022年我国二手车交易量将突破1900万辆,并会向2000万辆发起冲击。

## 市场环境持续改善

公安部发布数据显示,截至2021年底,我国机动车保有量达3.95亿辆,其中汽车3.02亿辆。在全球经济放缓、汽车行业增长缓慢的大背景下,如何盘活巨大的汽车存量市场,成为摆在多方面前的一道必答题,而拉动二手车市场消费,无疑是解决这一问题最佳答案。

近年来,二手车行业交易规模不断增长。2021年,我国二手车交易1758.5万辆,同比增长22.6%。但与发达国家汽车市场中二手车交易量是新车交易量的2倍左右相比,我国二手车市场还有很大发展空间。

限迁问题一直是导致二手车市场流通活力有限的堵点问题。所谓限迁,是指一些地方对于外省或者外市的二手机动车,采取限制环保标准、限制年份等措施,以避免外地车辆大量流入本地市场。自2016年以来,国家三令五申不得设置二手车迁入门槛。2021年,取消限迁、异地转籍电子化、减轻销售增值税……多部门出台的流通便利政策,让二手车行业“春风不断”。

此次《方案》提出全面取消二手车限迁政策,更被业内视为推动二手车发展的“强心剂”。商务部市场运行和消费促进司副司长王斌表示,“盘活二手车交易,不仅能带动新车消费,而且能促进车辆梯次利用,提高资源利用效率”。

随着限迁政策逐渐松绑,二手车消费潜力将进一步被释放。中国汽车流通协会会长沈进军在日前召开的2021中国汽车流通行业发展论坛上透露,目前,有关部门正在研究制定优化二手车转移登记,规范二手车销售管理,大力发展二手车经销业务,全面打通二手车市场的堵点和痛点,相关政策一旦出台,将为二手车市场的发展注入新活力,二手车流通将会和新车流通一样便捷,能为新车消费创造更大的市场空间,推动整个汽车市场可持续发展。

政策推动和市场红利,使得更多商家看好二手车市场。2021年底,一辆商用车宣布开展二手车零售业务,线下门店内车辆可租可卖。天眼查数据显示,我国现有超60万家车商经营范围含二手车,且状态为在业、存续、迁入、迁出的二手车相关企业中,22%的企业成立时间在1年以内,超半



在山西太原的一家汽车门店,消费者在选购二手车。(资料图片)

数的相关企业成立时间在1年到5年之间。现在,一些做得较好的汽车品牌店内新车与二手车展位比已经可以达到2:1。奥迪、一汽大众、林肯、吉利等品牌已经陆续建立独立的二手车展厅,后续还将有更多品牌跟进。

## 线上销售渐成气候

受新冠肺炎疫情影响,二手车线下门店的生意经营难度普遍加大。然而,在北京昌平做二手车业务的“90后”亢岳,凭借着线上引流,线下门店的成交量不降反增。这位在微博拥有181.7万粉丝的博主透露,晚上拍好视频发到网上,马上就有客户来谈价格,敲定价格后,第二天就可以叫物流来运车发货。

正如亢岳一样,由于客户消费习惯的变化,二手车行业车商们都在积极求变。不仅中小型企业二手车商深度探索线上推广和交易,就连二手车电商平台如瓜子二手车也开始全面线上的转型。

2021年,瓜子二手车自营的瓜子严选与超过6000家人驻车商共同完成电商模式切换。瓜子二手车全国城市门店调整为城市仓,线下销售服务人员全部转至线上。

在车好多集团首席执行官、瓜子二手车创始人杨浩涌看来,我国二手车行业正迎来赢得消费者信任的历史机遇期,二手车行业将由基于交易的传统模式向基于综合服务的现代模式演进。二手车新电商模式实现了更多、更好的车源供给,更高的周转效率以及更全面的用户保障。

从国际市场来看,二手车电商化趋势也愈发明显。欧美等发达二手车市场已完成电商化改造,电商购车体验受到用户广泛认可。2020年新冠肺炎疫情以来,电商化线上购车模式越来越成为欧美二手车市场主流。

行业升级与模式迭代的本质,是提升行业效率,创造用户价值。积极为用户提

供极致体验的电商模式,有望成为二手车行业的流行模式。

## 新能源车尚待“启动”

2021年,从汽车全流通链条来看,二手车市场增长明显好于新车市场,但新能源车市场成了例外。二手车市场甚至流传一段顺口溜,“电动新车是个宝,二手车没人要,电池太差很头痛,要换就要掏钞票”。

即使在北京最知名的旧机动车交易市场——花乡二手车市场,也很难看到新能源车的身影,仅有的寥寥几辆,价格也“惨不忍睹”。当记者问起为什么不收新能源车时,二手车商肖龙连连摇头,“别提了,之前收了一辆特斯拉,两个月都没卖出去,后来亏了好几万才甩出去”。

“买二手新能源车不踏实,新车更有吸引力。”消费者王先生告诉记者,前几年生产的新能源汽车续航里程短、安全性低,使用后动力电池的衰减比较明显,而现在新能源车品种多、续航长、质量更有保障。

车商不碰、消费者不认新能源车二手车的症结,主要在动力电池上。有业内人士告诉记者,新能源车市场不成熟、不规范,是新能源车二手车保值率低的主要原因之一。要解决这个问题,一方面需要车企提高动力电池的技术性能,实现更长时间使用及更小衰减幅度,同时也需要建立完善的技术标准及评估体系,这是推动新能源车二手车市场走向活跃的重要着力点。

目前,国内新能源车企也在为解决二手车的保值问题做出探索和努力,如蔚来汽车发布了二手车业务体系;上汽集团成立了二手车认证中心,为车主提供二手车保值回购业务,同时甄选新能源车进行销售。不过,这些新模式的落实效果还有待观察。

纵然现在新能源车二手车着实有点“冷”,但放眼未来,这个领域有广阔的发展

2021年  
我国二手车交易  
1758.5万辆

同比增长  
22.6%

二手车交易量占  
新车销售量的比例  
创历史新高

预计2022年二手车交易量  
将突破 1900万辆

前景。沈进军认为,综合来看,传统的燃油车产销已经基本见顶,未来下行可能已是趋势,而新能源汽车将保持高速增长,逐步抢滩燃油车市场。

中国电动汽车百人会常务副秘书长刘小诗也分析认为,随着电动汽车增加,电动汽车二手交易量也会大幅增加,2025年预计将达到20万辆甚至更高。

二手车市场持续激发居民消费潜力的作用已毋庸置疑。2021年,我国全年二手车交易量占新车销售量的比例达到0.67,创历史新高。新的一年,二手车行业各主体将如何通过提升管理能力、运营能力、服务能力来分享市场增长红利,值得期待。

