



Bringing You the Power of One™

武汉及杭州大型综合体项目

全程服务建议

2011年1月30号



DTZ为何而来

——打造杭州\武汉城建地标

服务项目充满信心

- 戴德梁行在全国拥有**18**家分公司、超过**2,000**名同仁，曾参与服务的综合体项目逾**5,000**万平方米，对于服务城建杭州、武汉项目我们非常有信心。

杭州 | 武汉操盘经验丰富

- 戴德梁行在**杭州**、**武汉**均设有分公司，拥有丰富的综合体操盘经验，希望借助我们本土及国际经验为项目成功开发提供专业支持。

实现项目可持续发展

- 戴德梁行将致力将项目打造成绿色环保工程,大力体现项目环保设施优势，实现项目开发目标同时,也高度负起项目可持续发展的社会责任。

出席人员均为日后操作项目的负责人

- 若戴德梁行有机会参与杭州、武汉项目服务，出席本次会议的戴德梁行同事都将是以后操作项目的负责人，他们分别来自上海、杭州、武汉、广州、深圳。

本次提案时间全程约 1 小时。

1

团队介绍

Service team

2

杭州项目理解

Hangzhou project specifics

3

武汉项目理解

Wuhan project specifics

4

项目服务内容及相关案例

Service scope and Case study

5

DTZ 全程服务案例

DTZ Case study

6

为何选择DTZ

Why DTZ



彭荫喧

DTZ 戴德梁行 华中区董事总经理

项目总协调人

HANGZHOU

WUHAN



DTZ杭州项目专案团队——核心成员



杨达

杭州分公司(总经理)

总负责

城建杭州项目专案组

杭州及华东区各团队

商铺及策划负责人



吴丽兰
高级经理



陈聪
助理经理

写字楼及策划负责人



管佳佳
助理董事

建筑顾问负责人



潘育敏
助理董事

物业管理负责人



吴颖
助理董事

DTZ武汉项目专案团队——核心成员



殷向荣

武汉及长沙分公司(总经理)
总负责/写字楼板块负责人

城建武汉项目专案组

武汉及华中区各相关团队

策划负责人



曾庆红
项目经理

商铺负责人



冯波
助理董事

建筑顾问负责人



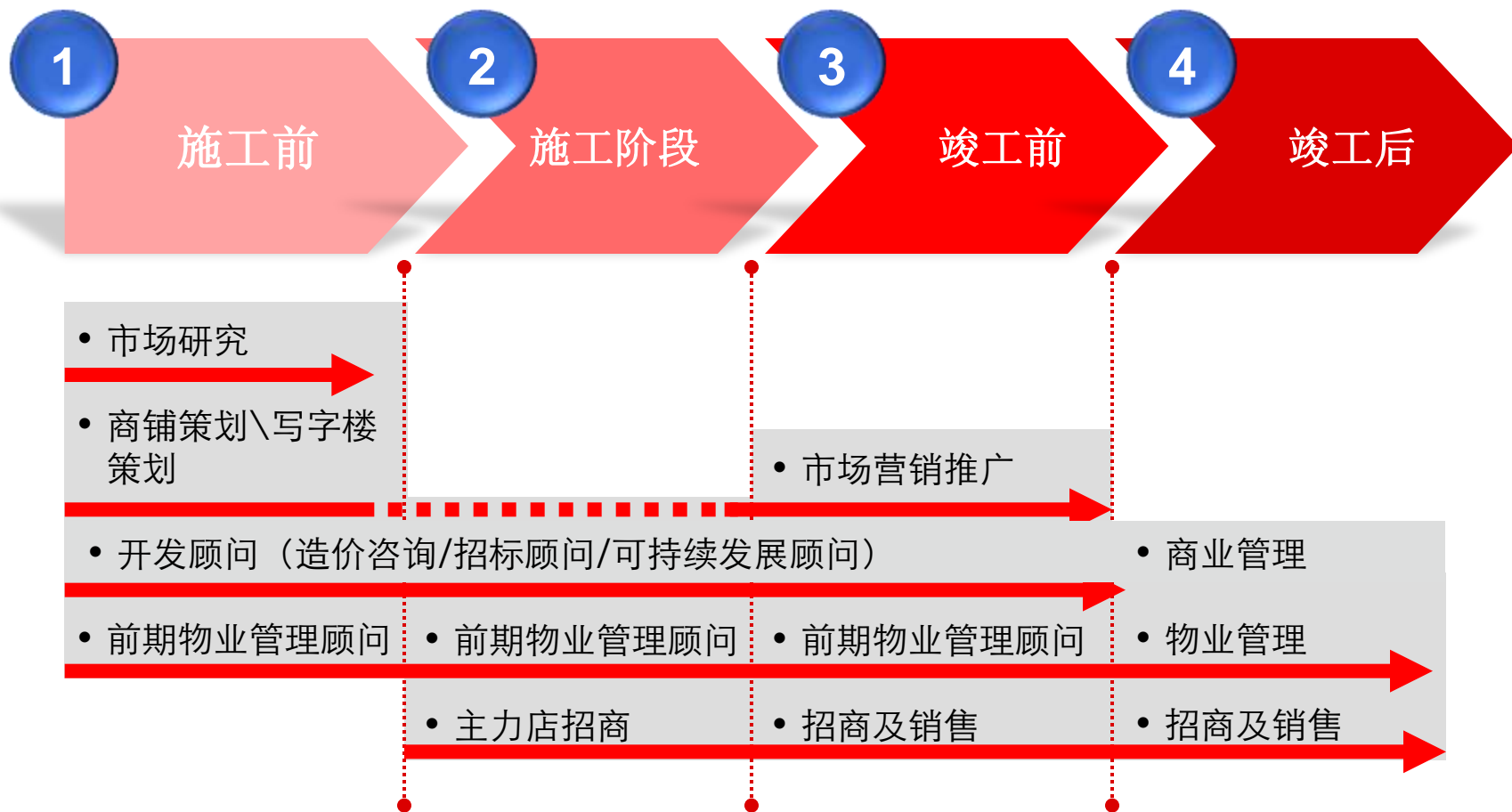
潘育敏
助理董事

物业管理负责人



王一川
董事

DTZ杭州及武汉全程服务流程



1

团队介绍

Service team

2

杭州项目理解

Hangzhou project specifics

3

武汉项目理解

Wuhan project specifics

4

项目服务内容及相关案例

Service scope and Case study

5

DTZ 全程服务案例

DTZ Case study

6

为何选择DTZ

Why DTZ



Part 1

杭州商业市场认识

杭州项目区域环境



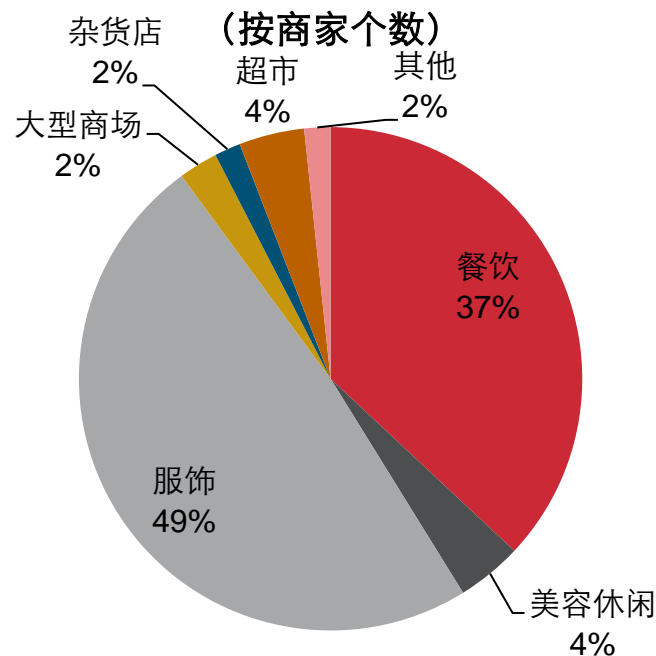
- 本项目位于临安经济开发区内，位于临安市中心区与杭州市中心区之间，距离杭州市区20公里，距离临安市中心约10公里。
- 临安经济开发区以工业、科研设施为主，聚集了一大批国内知名的装备制造企业。

临安商业市场分析

临安主城商圈分布



临安主城商业经营业态比例



资料来源：戴德梁行

临安商业发展处于初级阶段，整体定位中低档；而本项目位于临安主城之外约10公里的临安经济开发区，商业环境、人口与临安主城也存在较为明显的差距，如何立足区域定位、满足区域需求，将成为项目零售商业最大的挑战？

临安商业市场小结

1 零售发展阶段

- 消费者缺乏品牌认知度，中高档消费能力有限。
- 餐饮消费开始追求环境和享受，餐饮消费的比重提升。
- 休闲娱乐行业的需求强劲，休闲娱乐行业相对于服装“存活率”更高。

- 临安目前处于零售市场初级但逐步成长发展阶段。
- 以中小型零售物业为主，集中在传统百货、街铺，满足生活需求，缺乏品牌。

核心观点凝练

2 人均GDP与商业发展水平

- 城市的人均GDP的数值和城市化水平紧密相关，从而影响商业形态。
- 2009年临安实现人均GDP约6745美元，超过4400美元最高的基准水平，与之对应的城市综合体、Lifestyle Shopping Center、旅游地产、商务地产、物流等综合商业形态涌现。

4 消费习惯和消费业态

- 2009年临安市实现城镇居民人均可支配收入22,011元。
- 在不同收入水平与消费需求层次关系图中，临安处于由满足基本自我生存需求的消费，向自我发展和享受型为主的发展型消费过渡的阶段，与二三线城市的差距逐渐缩小。

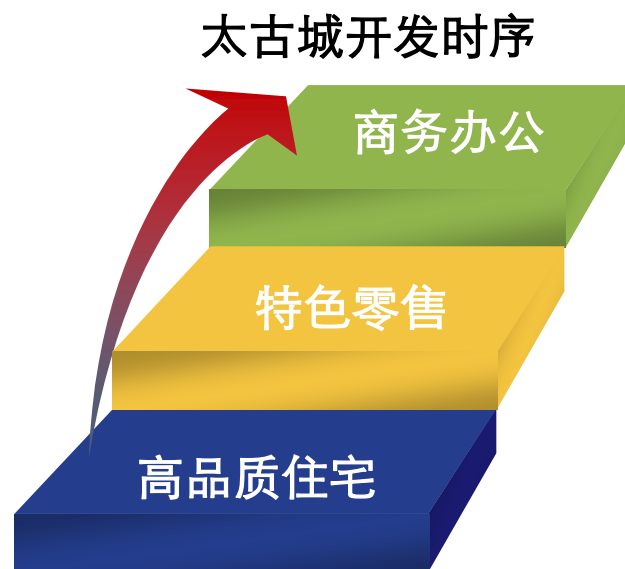
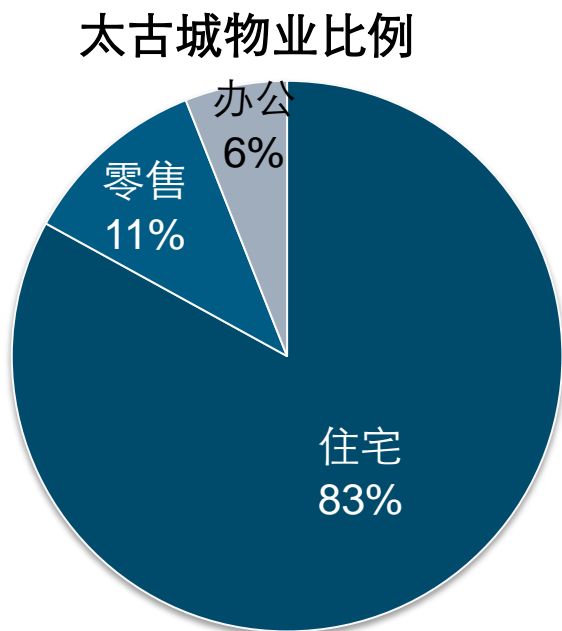
从人均可支配收入与消费者需求趋势

3

DTZ认为本项目发展商业需考虑的核心问题

1.商业在整体综合性项目中的开发策略

- 本项目建筑体量约140万平方米，在和本项目类似的综合体物业开发中，**不同物业品种的开发顺序、阶段性开发体量的安排，将直接影响和决定项目开发的成败。**
- 参考案例：香港太古城



DTZ认为本项目发展商业需考虑的核心问题

2.项目发展零售商业的SWOT分析

优势

- ✓ 逾100万住宅开发所带来稳定持续的消费客源；
- ✓ 轨道交通5号线带来交通瓶颈的解决；

劣势

- ✓ 非临安主城区，片区商业氛围欠佳；
- ✓ 缺少一定收入水平、稳定的消费客源支撑；
- ✓ 商业以零星布局为主，体量有限，缺少规模聚集、特点鲜明的商业供应；

机会

- ✓ 临安经济开发区产业升级，未来制造业企、居民入驻带来的消费需求；
- ✓ 区域商业发展相对滞后；

威胁

- ✓ 临安主城和余杭区零售市场的不断成熟，势必对本项目的消费群体产生明显的分流影响。

DTZ对于项目的愿景

本项目零售商业未来定位发展方向思考

社区型、区域型“生活中心”
就近、便捷、生活、一站式消费
在满足社区型区域型生活中心应有商业元素基础上
适度增加餐饮、娱乐休闲等目的性业态比例（40%以上）

一站式购物

居家生活空间

儿童生活

休闲娱乐

美食天地

生态自然元素与商业元素的融合，打造一个**绿色商业**的理念。

依托本项目临山面水的区位优势，在后期建筑设计中考虑将山水、绿色、自然元素与商业元素完美融合，打造成在国内独树一帜，集合绿色、生态、自然与一体的商业综合体。

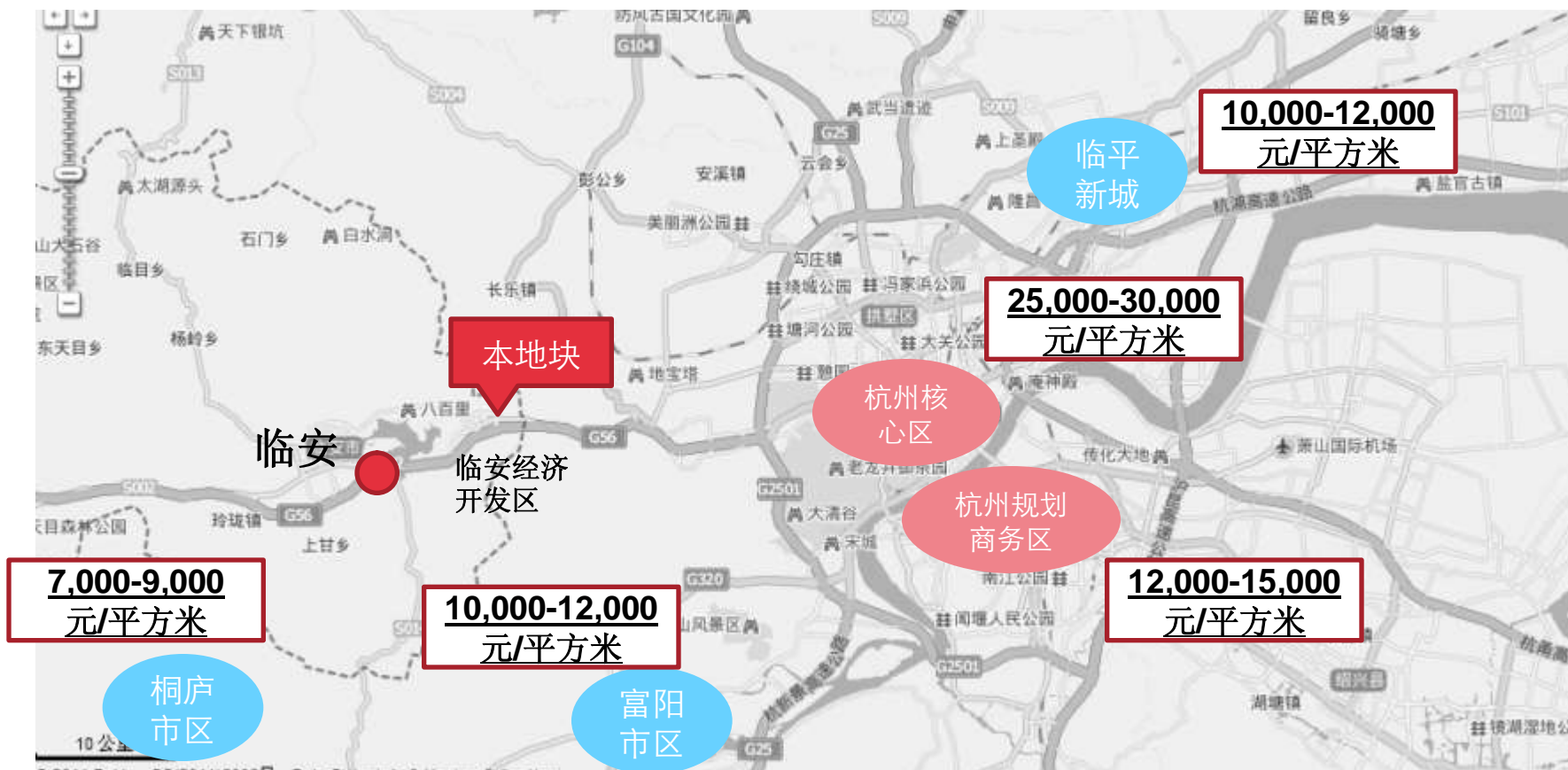




Part 2 杭州写字楼市场认识

杭州及周边区域售价情况

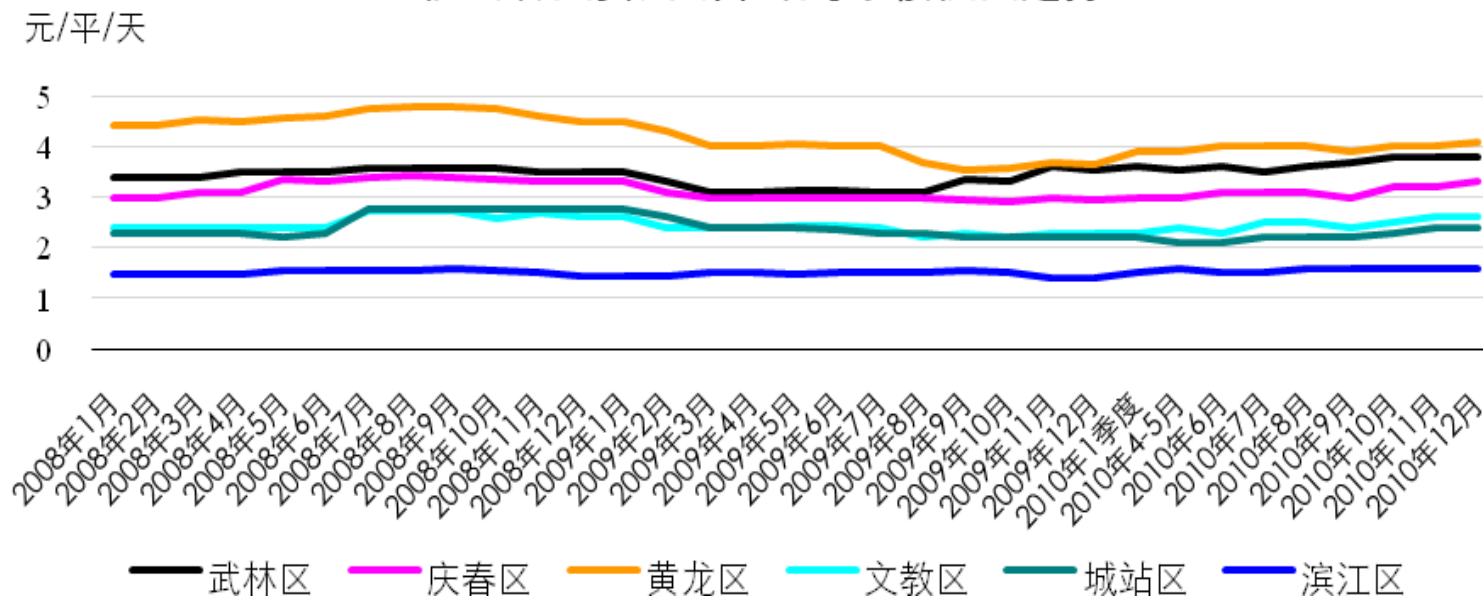
杭州各区域甲级品质写字楼价格情况



- 临安市区目前少有甲级品质写字楼，可参考性较少。
- 临平新城和富阳市区与本项目距离杭州核心区的距离相似，其成熟区域甲级品质写字楼价格在10,000-12,000平方米左右。

杭州甲级市场租金水平

杭州各主要区域甲级写字楼租金走势



- 杭州核心区以外的区域少有单一产权租赁型写字楼，可参考租金少。
- 杭州在发展中的规划商务区，如滨江区，租金仍低于1.5元/平方米/天。

目标客户定位

- 区域属性—经济开发区

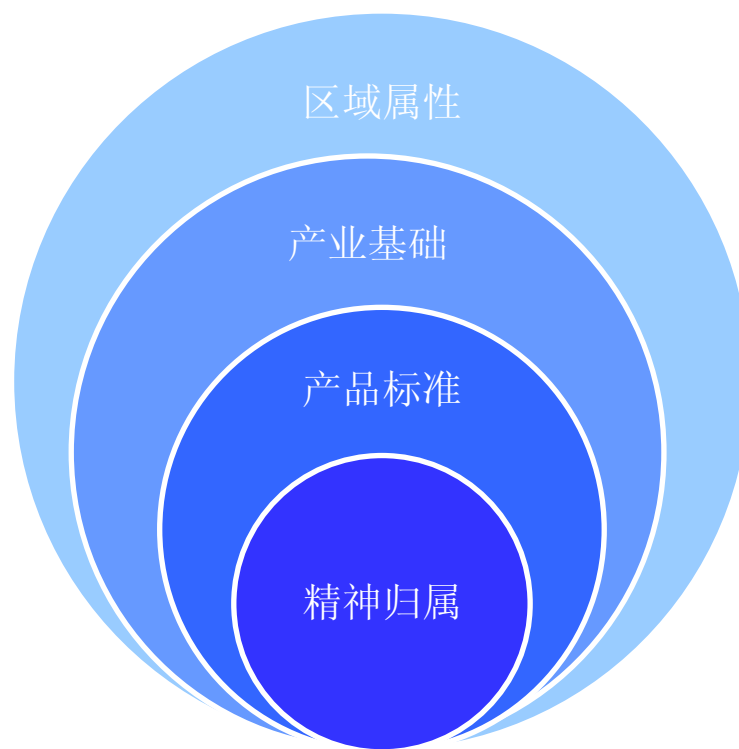
项目区域定位为经济开发区，距离杭州市中心和临安市中心都有一定距离，共享客户的可能性较少。

- 产业基础

- 主导产业：装备制造业及高新技术行

- 支撑产业：为新药类的生物制药和天然药材研制等一批高新前沿企业

- 发展趋势：依托临安市和杭州市工业基础，组建高新科技园区、机电工业园区、轻纺工业园区等专业生产基地。



写字楼目标客户定位模型

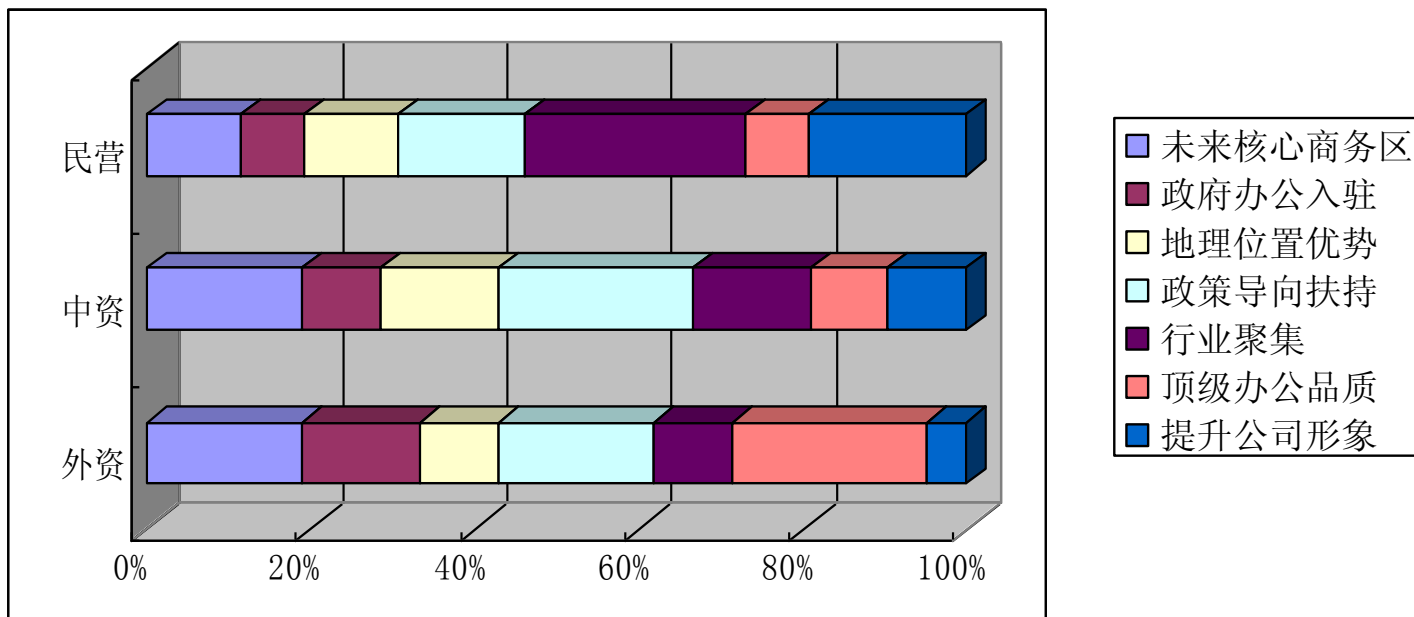
目标客户

- 以开发区生产和科研基地的入驻企业的相关企业为主
- 开发区已入驻装备制造业的区域总部、培训中心等功能分部
- 围绕这些制造业企业的上下游中小企业以及相关科研、贸易和服务型企业



目标客户关注点

制造业企业关注点分析



数据来源：DTZ2010年杭州写字楼用户关注因素调研

- 产品方面办公形象的考虑多于办公品质。



产品策略

- 制造业客户受政策导向和行业聚集度影响大。



营销策略

产品初步定位

表：杭州甲级写字楼产品标准

- 初步定位为以销售为目标的写字楼。
- 按照杭州本地的A或A-标准打造产品。

| 标准 | A+标准 | A标准 | A-标准 |
|------|--|--|--|
| 物业产权 | 单一业主产权 | 几个大业主分层持有+多个小业主持有 | 多个小业主分割持有 |
| 标准层 | 标准层面积至少达到1,500 - 2,000 平方米，无柱式设计，得房率高 | 标准层面积达1,200 - 1,500平方米，得房率高 | 标准层面积在1,000 - 1,200平方米之间 |
| 空调系统 | VAV空调或VRV空调 | 风机盘管或VRV | 独立空调系统 |
| 停车位 | 至少1车位/200平米 | 至少1车位/300平米 | 至少1车位/350平米 |
| 电梯 | 进口品牌 平均等待时间不超过40秒，每部电梯最大载重量达1,600 - 1,800千克之间，并且电梯平均服务面积不超过4,000平方米 | 合资品牌 平均等待时间在40 - 60秒，每部电梯最大载重量达1,350 - 1,600 千克，并且电梯平均服务面积不超过4,500平方米 | 合资或国内品牌 平均等待时间超过60秒，每部电梯最大载重量达1,000 - 1,350千克，并且电梯平均服务面积不超过6,000平方米 |
| 净高 | 2.7及以上 | 2.6-2.7 | 2.5-2.6 |
| 电源 | 高于80VA每平方米，双路供电并且有备用发电机 | 60-80 VA每平方米，有备用电源 | 60 VA每平方米左右 |
| 产品举例 | 世贸丽晶城 坤和中心 | 嘉华国际 公元大厦 | 聚龙大厦 瑞晶国际 |

针对目标客户的营销策略

推广渠道与区域招商相得益彰

- 区域的招商政策将较大的影响客户入驻意愿，要建议并引导招商政策具有竞争力。



甲级办公模式的引导

- 与开发区厂房办公、孵化楼办公等其他功能物业形成明显区隔
- 吸引临安部分有提升形象需求的企业



写字楼SWOT分析

优势

- ✓ 经济开发区定位带来行业聚集优势，发展潜力较大
- ✓ 大规模综合体，各业态内部互补
- ✓ 品牌开发商强势进入

劣势

- ✓ 所在区域距离杭州和临安市区都有一定距离，氛围和成熟度不足，可倚借与共享资源不多。
- ✓ 目标客户以区域客户为主，客户结构和数量都较受限制，将影响租售进度和价格。
- ✓ 目前规划写字楼为超高层，建筑成本较高，给价格造成压力。

机会

- ✓ 通过区域政策优惠和营销推广吸引优质客户入驻
- ✓ 通过产品成本的合理控制创造利润

威胁

- ✓ 大杭州范围内规划商务区和经济开发区众多，不论是区域招商还是项目招商，都将面临激烈竞争

DTZ对于本项目写字楼的愿景

打造适度前瞻的区域标杆

- 可实现的租金或售价有限
 - ✓ 区域位置和成熟度不足
 - ✓ 客户结构受区域限制大
- 适度前瞻的产品建议
 - ✓ 控制体量，写字楼高度最好不要超过100米，以有效减少建安成本
 - ✓ 规整平面空间，保证得房率
 - ✓ 初步定位为甲A标准，通过市场调研充分了解当地产品水平和客户预期，控制成本投入
- 区域标杆形象
 - ✓ 产品形象重于产品标准
 - ✓ 吸引开发区内追求形象提升的企业入驻



1

团队介绍

Service team

2

杭州项目理解

Hangzhou project specifics

3

武汉项目理解

Wuhan project specifics

4

项目服务内容及相关案例

Service scope and Case study

5

DTZ 全程服务案例

DTZ Case study

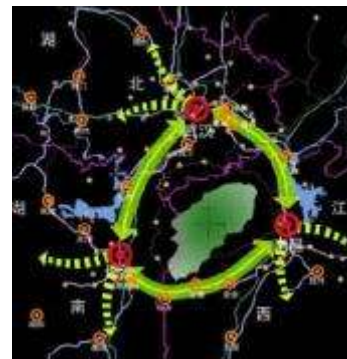
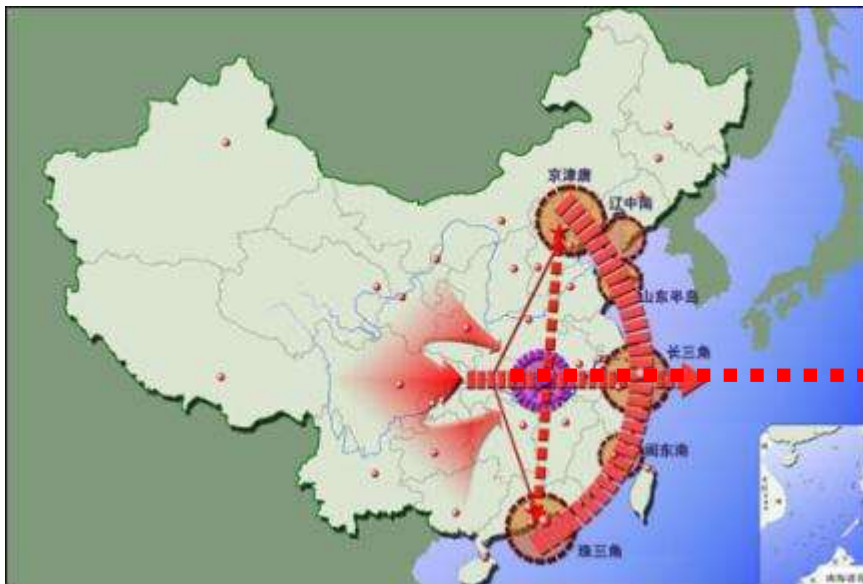
6

为何选择DTZ

Why DTZ

项目发展背景-武汉城市地位

- 武汉市被国家定位为“国家中部地区的中心城市”



辉瑞已将其全球研发基地放置在武汉，华为、中兴通讯也在武汉布局其研发基地，格力集团也正迁往武汉。

- 武汉市被湖北省定位为“1+8”城市圈的核心城市

东风集团、汉江集团、葛洲坝集团、宜化集团均已将企业总部迁移或正在迁移至武汉。



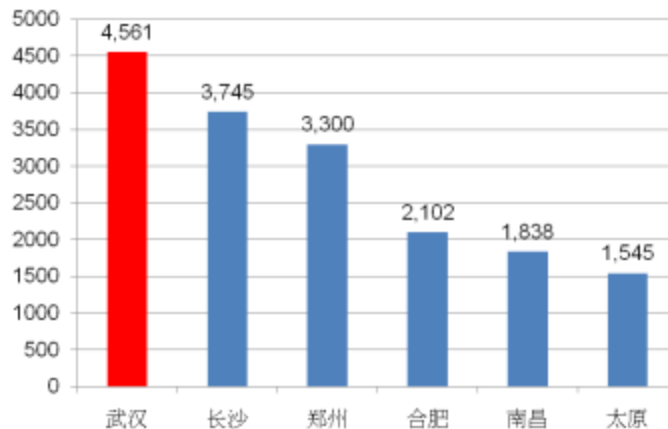
项目发展背景-武汉城市经济水平

全国经济地位

| 年份 | 武汉 | 成都 | 天津 | 青岛 | 大连 | 苏州 | 杭州 | 无锡 | 南京 | 宁波 | 佛山 |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 03年 | 1622 | 1705 | 2386 | 1869 | 1632 | 2802 | 2092 | 1901 | 1690 | 1769 | 1578 |
| 04年 | 1882 | 2031 | 2931 | 2270 | 1961 | 3450 | 2515 | 2350 | 2067 | 2158 | 1819 |
| 05年 | 2238 | 2370 | 3663 | 2695 | 2150 | 4027 | 2942 | 2805 | 2411 | 2446 | 2379 |
| 06年 | 2590 | 2883 | 4337 | 3300 | 2369 | 4820 | 3440 | 3300 | 2773 | 2864 | 2926 |
| 07年 | 3141 | 3324 | 5018 | 3786 | 3000 | 5700 | 4103 | 3858 | 3275 | 3000 | 3550 |
| 08年 | 3960 | 3901 | 6354 | 4436 | 3858 | 6701 | 4781 | 4420 | 3775 | 3964 | 4333 |
| 09年 | 4561 | 4503 | 7501 | 4890 | 4418 | 7400 | 5099 | 5000 | 4230 | 4215 | 4815 |

2009年中国排名
第12名

中部六省省会2009年GDP（亿元）

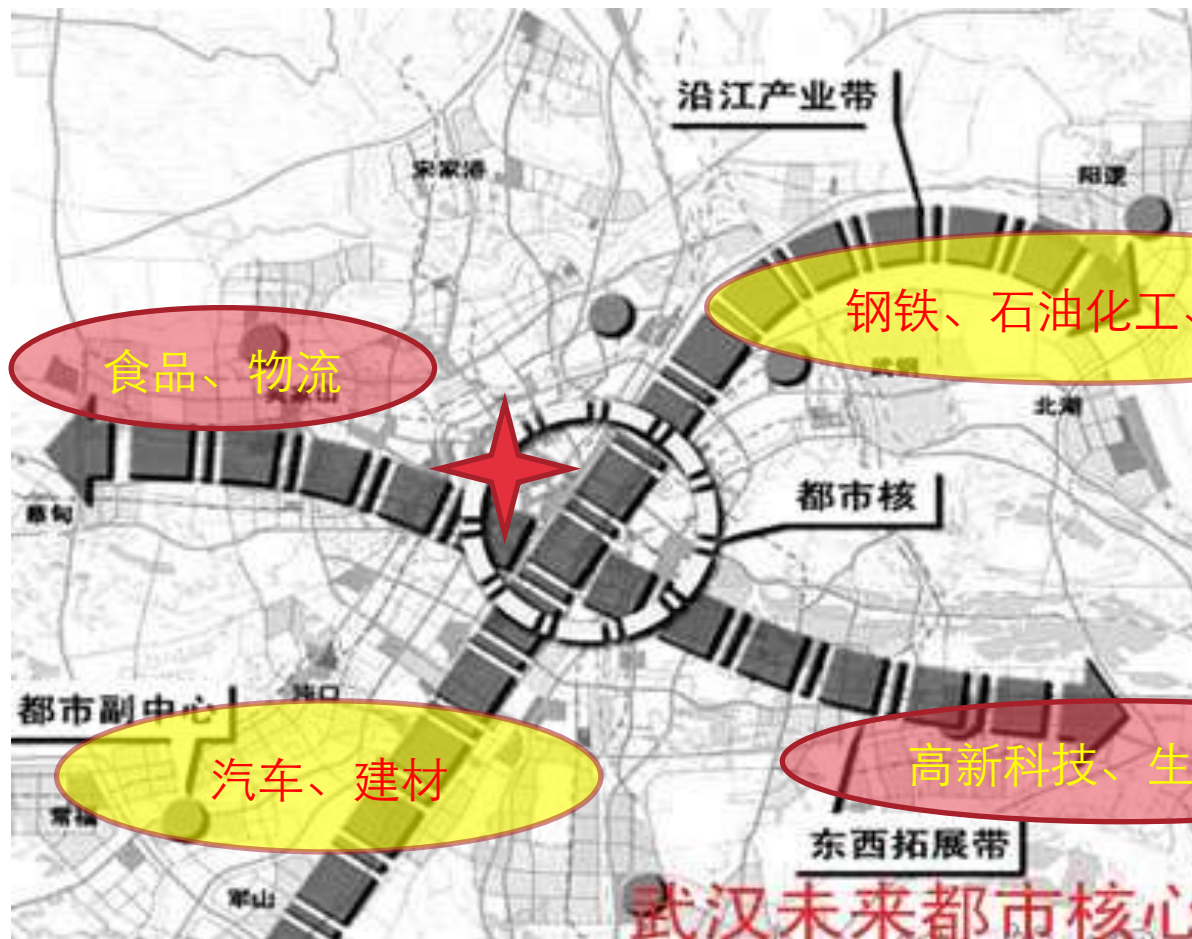


华中地区连续第一位，
企业进入华中地区的首选

项目发展背景-武汉城市规划

一核两带多中心

本项目位于武汉城市都市核心内，处于现代服务业发展区域





Part 1

武汉商业市场认识

武汉市商业发展总体概况

从商圈发展来看

DTZ观点：1、多商圈、多中心的整体格局。
2、新兴的区域型商圈进入更快速的发展阶段。

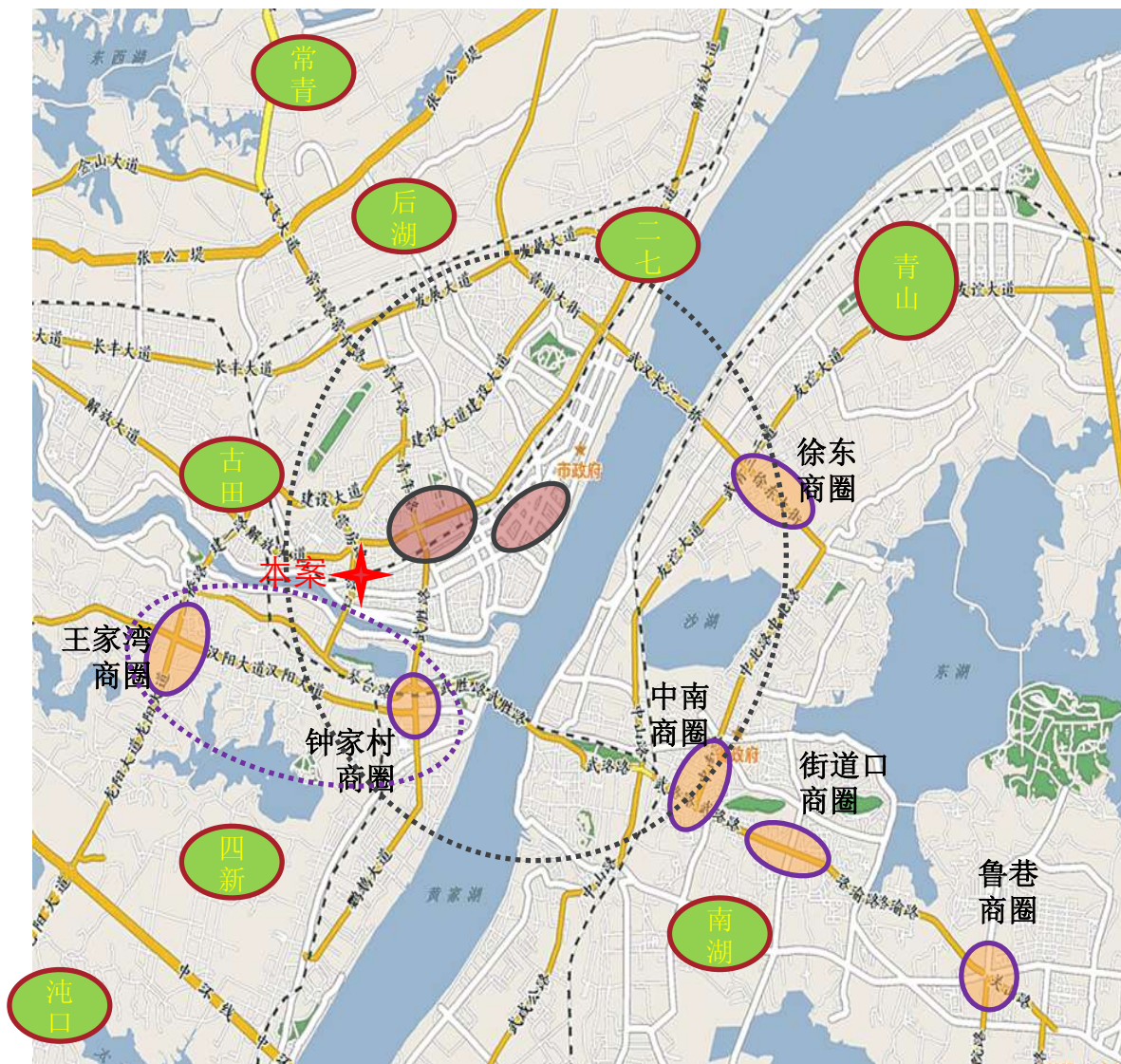
从项目发展来看

DTZ观点：主题化、体验式、一站式等主题的购物中心和特色商业街区将引领武汉市场的发展主流。

从品牌发展来看

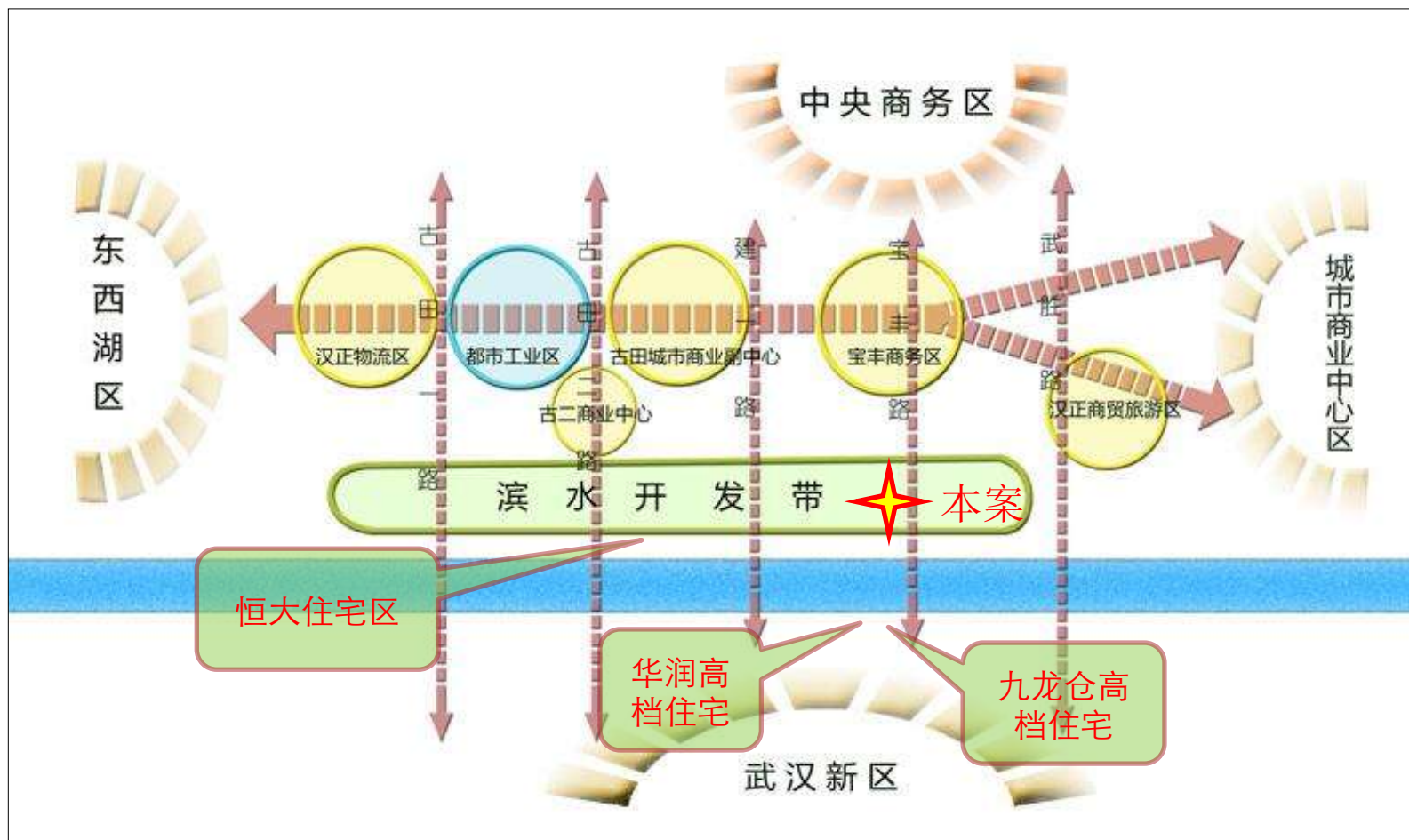
DTZ观点：众多国际国内品牌开始迅速布局武汉，目前是众多发展项目把握商机的关键时期。

商圈发展和竞争关系



本项目未来将面临武广核心商圈及古田、钟家村、王家湾区域商圈中各项目之直面竞争。

项目区域规划



汉江两岸的开发，将导入众多中高及高端收入人群，改变硚口老城区形象，商业消费将升级换代，也带来新的消费需求

项目区位

- 城市中心功能突出，人口聚集程度高。
- 交通发达，三面均为城市主干道，同时轨道交通极其便利。



项目周边在建或规划中项目（潜在竞争对手）



- ① 人信综合体
- ② 凯德商用商业
- ③ 南国西汇广场
- ④ 和黄花楼街项目
- ⑤ 沿江一号Mall
- ⑥ 武商Mall
- ⑦ 泛海城市广场
- ⑧ 葛洲坝国际广场
- ⑨ 海天欢乐购
- ⑩ 人信汉商银座
- ⑪ 纵横集团项目
- ⑫ 太和集团项目

项目周边消费群体



从前述区域规划中可以看出，未来随着九龙仓、华润、恒大及本项目的住宅来看，区域消费群体的格局将发生较大变化，有待后期进一步消费者调研后给予结论。

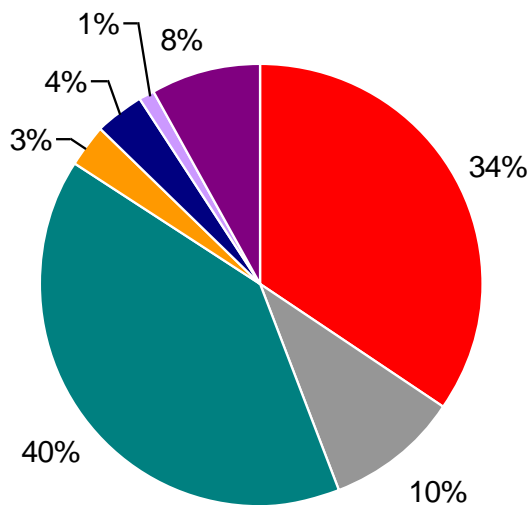
商户在此区域开店之计划



在DTZ与各商户的长期合作的基础上，初步沟通发现超市业态、餐饮及娱乐对此项目区域兴趣浓厚，后期需要进一步结合竞争关系及消费者情况进行深入沟通，发现未来支撑项目主体定位之合适商户。

DTZ对于项目的愿景

满足区域消费者生活需求为主，凸显餐饮娱乐休闲的生活型购物中心



- 购物
- 娱乐、休闲
- 餐饮
- 服饰
- 家居
- 画廊、文化
- 配套设施



迪卡侬运动专业超市
DECATHLON >



商业关键词：次中心、主力店、休闲商业、年轻与时尚、品味与环境



Part 2 武汉写字楼市场认识

武汉商务区发展现状及趋势

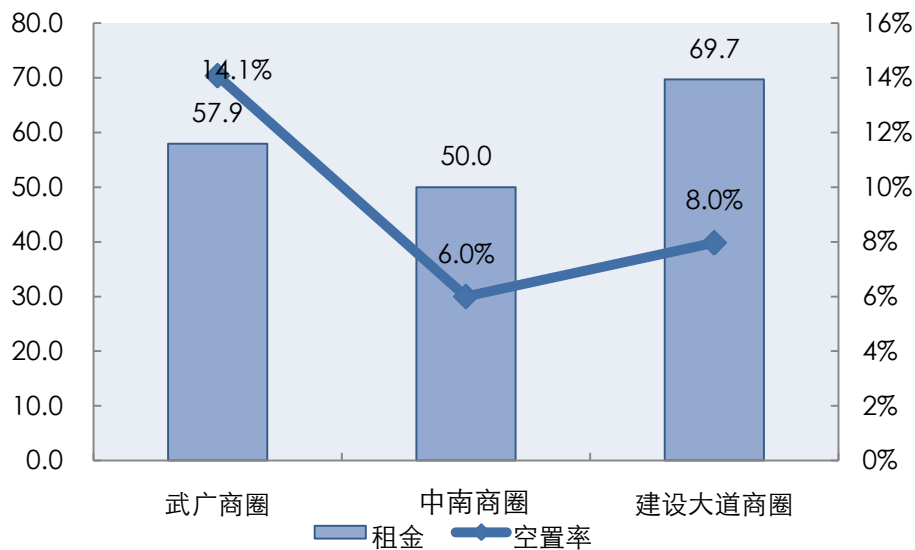
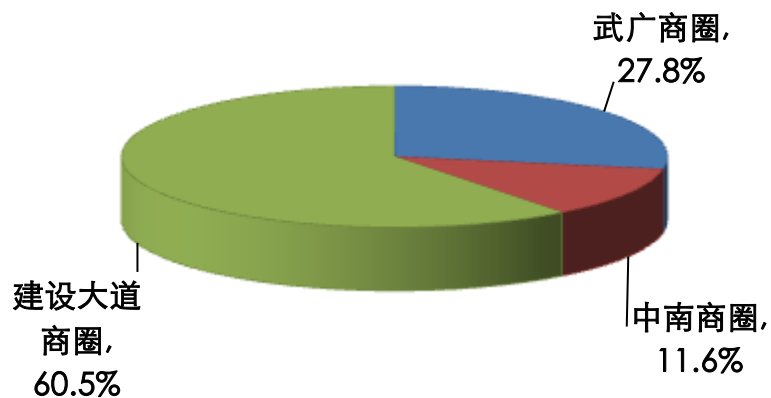
| 板块名称 | 区域代表项目 |
|-------|--------------------------|
| 王家墩 | 武汉中心、泛海城市广场、葛洲坝广场、华润综合体等 |
| 沿江商务区 | 瑞安写字楼群 |
| 滨江商务区 | 万达中心、绿地中心等 |
| 宝丰商务区 | 本案等 |



| 板块名称 | 区域代表项目 |
|-------|--|
| 建设大道 | 新世界国贸、建银大厦、招银大厦、瑞通广场、禧邦可广场、广电大厦、浦发银行大厦、广发银行大厦、武汉国际金融广场、汉江国际金融中心等 |
| 武广商务区 | 新世界中心、世贸广场、泰合广场、人信武胜路、水游城 |
| 中南中北路 | 中商广场、新时代商务中心、知音工行大厦、保利文化广场等 |
| 宝丰商务区 | 本案等 |



武汉甲级写字楼分布、租金及空置率



空置率目前平均5%，企业扩租/搬迁/新增需求受到限制

武汉甲级写字楼供应特征-外观/使用空间

外观

| | |
|-----|----------------------|
| 高度 | 90-248米之间 |
| 外立面 | 基本为玻璃幕墙和铝塑板搭配使用 |
| 临街面 | 至少一面临城市主干道，有的可三面临街 |
| 可视性 | 建设大道非常高，武广商务圈稍逊但也比较高 |

使用空间

| | |
|---------|--|
| 办公面积 | 分布在36,000-108,100平方米之间，大部分在50,000-60,000平方米之间 |
| 标准层面积 | 分布在1,164-2,300平方米之间，面积1,300平方米的占多数，新世界中心、国贸较大； |
| 办公层数 | 集中在2个区间，4栋在28层左右，4栋50层左右 |
| 净高 | 分布在2.3-2.7米区间，2.4米为主流 |
| 办公楼面得房率 | 分布在63-70%，大部分集中在65% |

外观缺乏创新产品，使用空间需要优化

武汉甲级写字楼供应特征-电梯/空调/车位

| | |
|--------|--|
| 数量 | 5-16部之间 |
| 品牌 | 均为进口品牌，以OTIS、三菱居多 |
| 承载量 | 1,650kg, 1,350kg, 1,000kg不等, 1,350kg居多 |
| 单位服务层数 | 平均为4.2层，新世界国贸最优，招银大厦最次 |
| 单位服务面积 | 平均为6,700平方米/台，世贸大厦最优，招银大厦最次 |

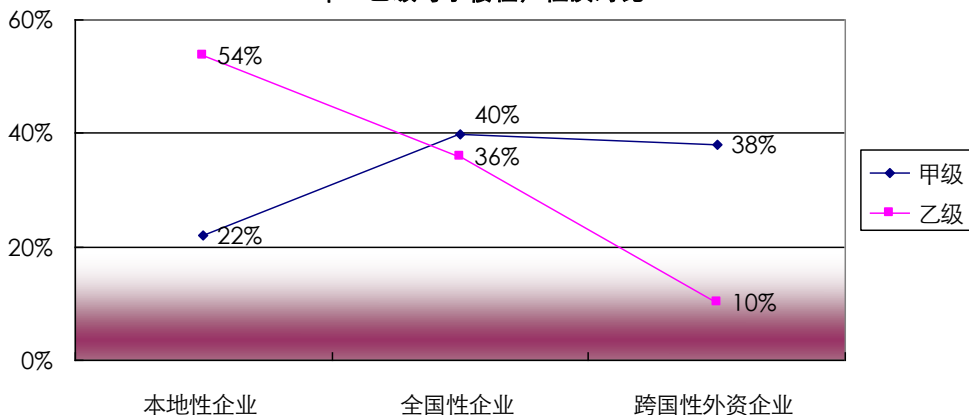
| | |
|------|----------------------------------|
| 空调形式 | 均为传统中央空调 |
| 开放时间 | 一般为周一-周五8:00-18:00，新世界国贸及中心优势最突出 |
| 品牌 | 均为进口品牌，特灵，约克，麦克维尔 |

| | |
|---------|----------------------------------|
| 车位形式 | 多数为副楼立体车库，其他为地下车库 |
| 数量 | 建银非常少，其余分布在150至600个之间 |
| 车位办公面积比 | 平均为1:300，建银大厦极低，其余分布在1:92至1:400 |
| 车位建筑面积比 | 平均为1:480，建银大厦极低，其余分布在1:172至1:805 |

硬件配置落后，无法满足现代企业需求

区域甲级写字楼需求特征

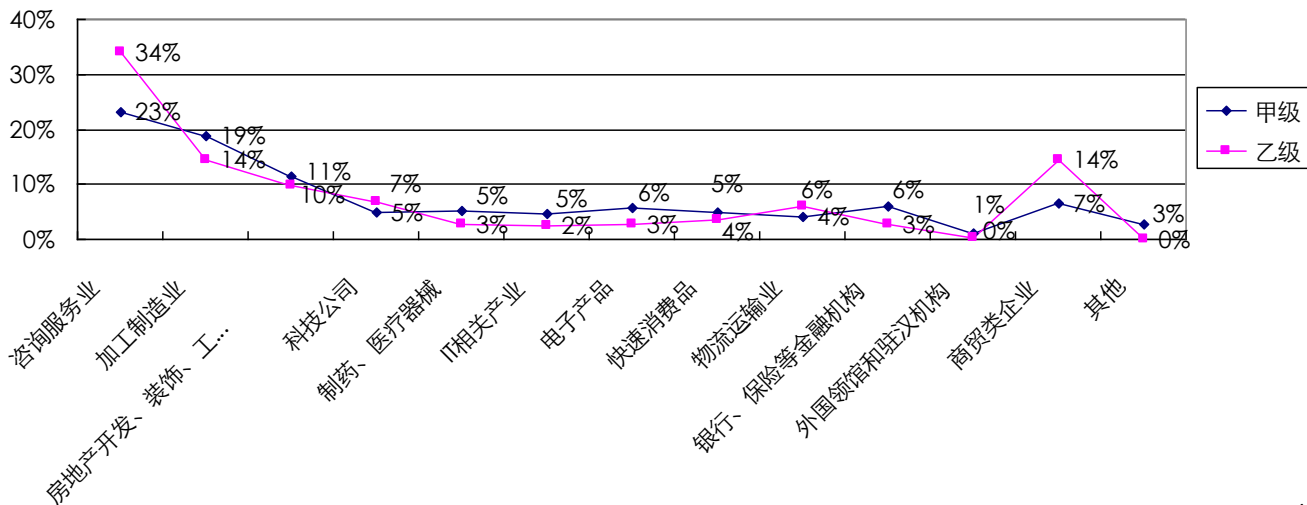
甲、乙级写字楼租户性质对比



甲级楼以外资及全国性企业为主，但也有22%左右的本地企业

金融、咨询服务、加工制造、房地产、商贸行业将成为未来争夺的重点资源

甲、乙级写字楼各行业租户行业对比

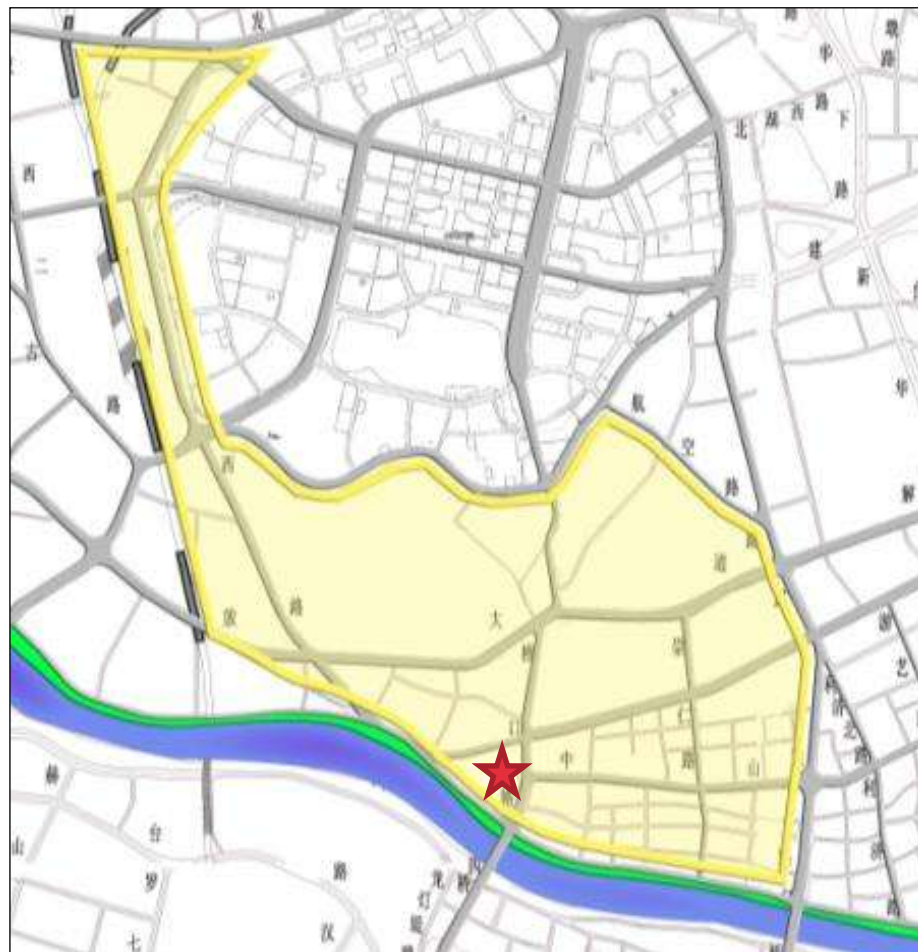


硃口区政府对项目所在区域之规划方向

宝丰商务区

- 功能定位：现代服务业和总部集聚区域。
- 主导产业：金融中介、文化教育。

硃口区需要在区域商务宣传与推广上再加大力度，在政策上给予相应支持



项目周边潜在竞争



- ① 人信综合体
- ② 武汉中心
- ③ K11
- ④ 泛海城市广场
- ⑤ 长江航运中心
- ⑥ 水游城
- ⑦ 和黄花楼街项目
- ⑧ 葛洲坝国际广场

项目发展甲级写字楼SWOT分析

区位优势明显

轻轨站点，可达性极强

滨江标志性建筑，无可比拟之自然环境

区域商务规划前景看好

政府支持

业权统一，保证品质

土地成本具备比较优势

优势

区域启动项目，商务氛围需要培育

租户基础相对较弱

周边交通拥堵

项目周边环境有待改善

劣势

城市地位提升吸引众多国内外企业进驻

硚口区目前甲级写字楼发展滞后，急需发展

周边医疗/文化产业氛围浓厚

写字楼客户对产品硬件表现出极大提升愿望

□经济的发展，众多企业开始急速扩张

硚口区正面临经济结构转型的黄金时期

机会

未来项目竞争激烈

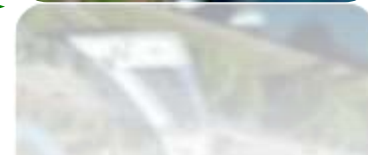
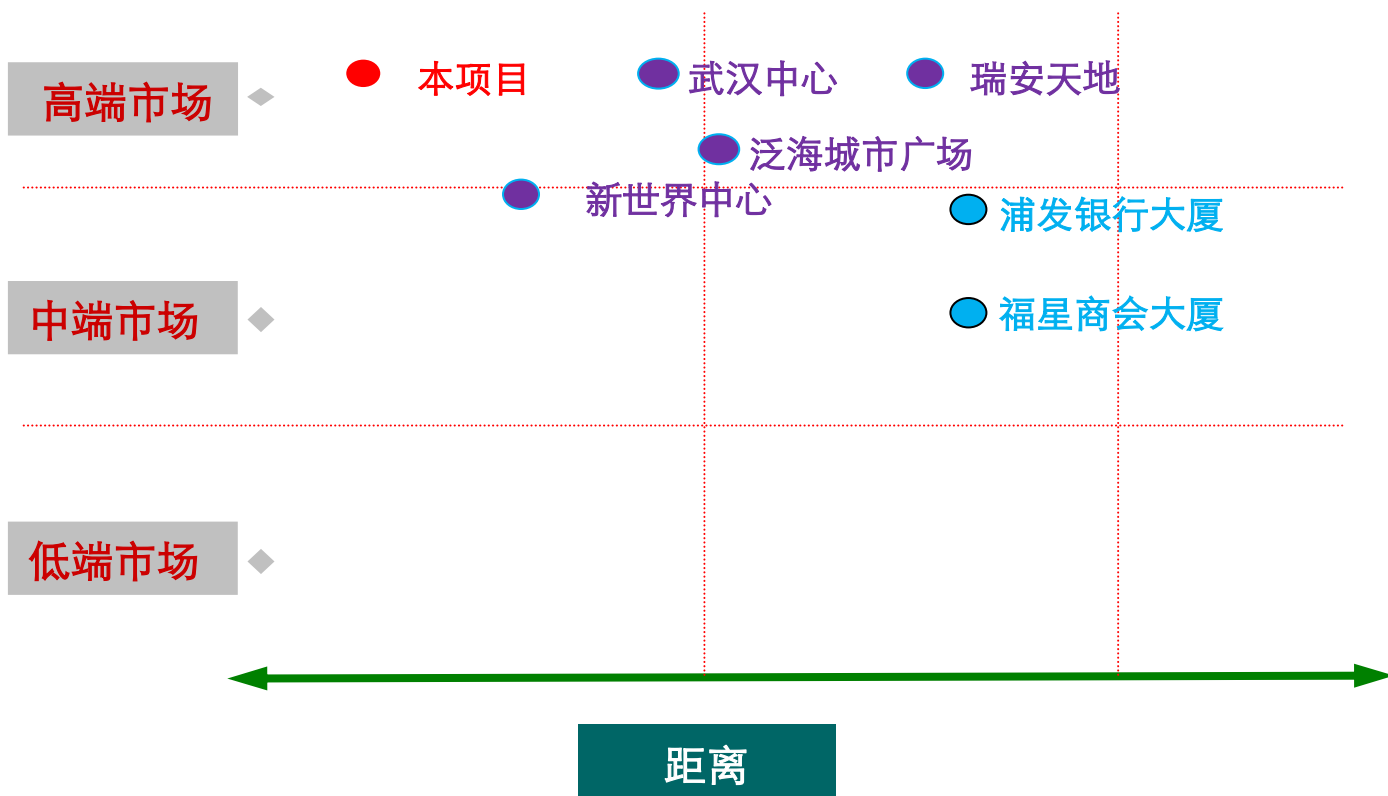
地标建筑不断涌现

行政区/商务区对商务资源的竞争激烈

威胁

DTZ对于项目的愿景

客户群/功能布局/产品规划及配套有待详细市场研究后给予建议，初步建议发展甲级写字楼之档次如下：



1

团队介绍

Service team

2

杭州项目理解

Hangzhou project specifics

3

武汉项目理解

Wuhan project specifics

4

项目服务内容及相关案例

Service scope and Case study

5

DTZ 全程服务案例

DTZ Case study

6

为何选择DTZ

Why DTZ

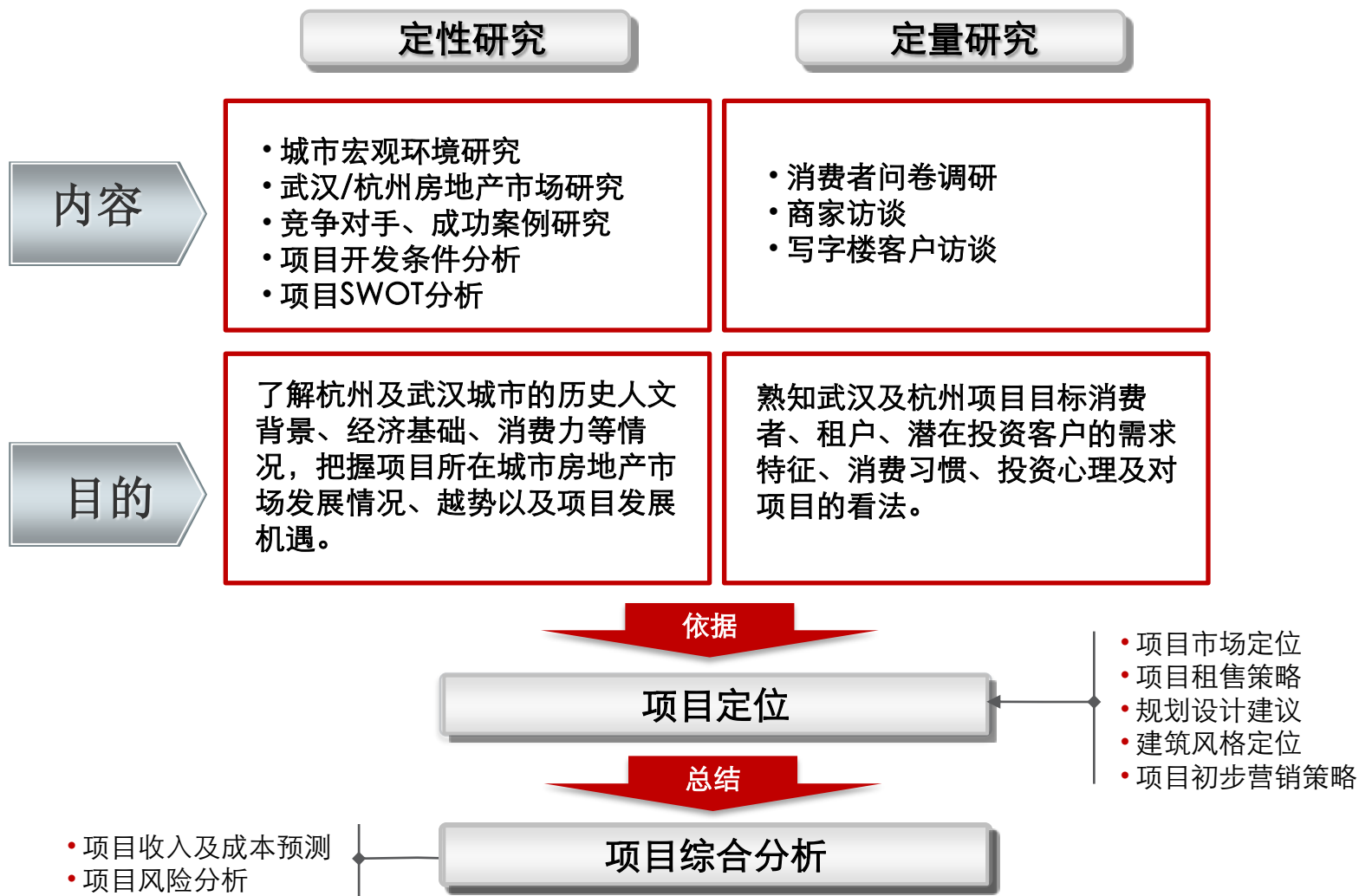


Part 1

项目发展策划



项目发展策划思路



杭州坤和建设集团有限公司

杭州坤和中心

项目背景

项目位于杭州市中心商圈武林广场西北侧

项目总建筑面积 11.4万平方米，其中商业面积3万平方米

服务时间：2008年

挑战

如何在杭州竞争激烈的核心商圈内寻找自身发展空间？

如何突破华贸鞋城的专业市场形象？

如何把握与写字楼之间的功能关系？

DTZ戴德梁行方案

通过前期商户访谈，了解相关客户的入驻意向，以明确未来项目发展的可行性。

寻找华贸鞋城搬迁的可能性。

依据商业不同区域特点，形成办公配套与对外商业相结合的发展特点。



成果

制定了延续市中心高端零售的发展战略要点，通过架设外部天桥，增加区外中高端消费者到达本项目的便利性。

积极促成其与杭州最大的百货公司杭州大厦的合作，原华茂鞋城整体成为杭州大厦C座。

与德国建筑设计公司GMP共同完成对项目建筑平面的优化，改善商业与写字楼之间的关系。

福星惠誉有限公司

武汉福星惠誉水岸国际

项目背景

项目位于武昌区和平大道与友谊大道包夹处

项目总建筑面积35万平方米，其中商业10万平方米，住宅13万平方米，公寓酒店12万平方米。

服务时间：2010-2011年

挑战

如何快速变现？

项目商业基础落后，但规划前景很好，怎样平衡变现与持有的关系？

相当比例的公建指标，如何消化高层空间？

DTZ戴德梁行方案

分析武汉市经济发展状况、城市结构、人口状况、发展规划，把握武汉市宏观经济总体发展趋势

重点调查研究南昌市商业、写字楼、酒店、会议物业发展状况，研究武汉市高端潜在客户需求状况

评价不同方案下物业的经济效益，提出项目的发展策略建议



成果

将项目打造成为武汉的LOFT艺术基地及城市减压中心，立足周边高档住宅区及高校，以休闲娱乐、餐饮为主打，同时配以特色零售、艺术书店等专业店，强调为忙碌生活的人们提供一个身心放松的场所

新世界中国地产 广州东塔

项目背景

- 项目位于广州市珠江新城金融及商务核心区中轴线旁，仅紧广州西塔
- 中轴线集运系统
- 项目地上总建面积35万平方米
- 服务时间：2008年

挑战

- 在金融危机背景下广州商业地产发展趋势如何？
- 区域商业综合体的集中入市，项目如何在激烈竞争中突围？
- 是否应该拿地？

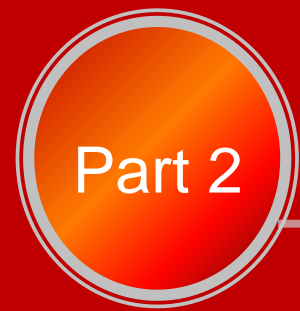
DTZ戴德梁行建议

- 为委托方深入了解广州商业、写字楼、酒店式公寓市场提供了深入的市场信息，为最终成功拿地提供支持
- 通过消费调研和商家访谈,使委托方深入了解广州消费者消费需求,租户需求
- 将其定位广州高端综合体提供专业意见



成果

- 对未来3-5年广州房地产发展趋势进行预测
- 结合东塔的地标背景，建议其以超前规划占领市场制高点
- 建议委托方在价值低谷入市，以获得较大升值空间



Part 2

项目开发顾问

项目开发顾问-工作开展思路

可持续发展
顾问服务

分析项目投资及
成本

提供招标顾问
建议

评审设计方案

优化设计方案，
审核初步成本
估算

扩大初步设计、
协助报建报批、
合约咨询顾问

所提供的工作内容

- 造价咨询顾问
- 招标顾问服务



项目开发顾问-可持续发展服务内容

戴德梁行能做什么：

用我们经验丰富的团队，来评估优化项目的可持续发展战略。

筹建期的可持续性评估

基于：

- 创新的节水策略
- 能源利用率和可再生能源
- 可持续材料的使用和减少废物
- 室内空气质量

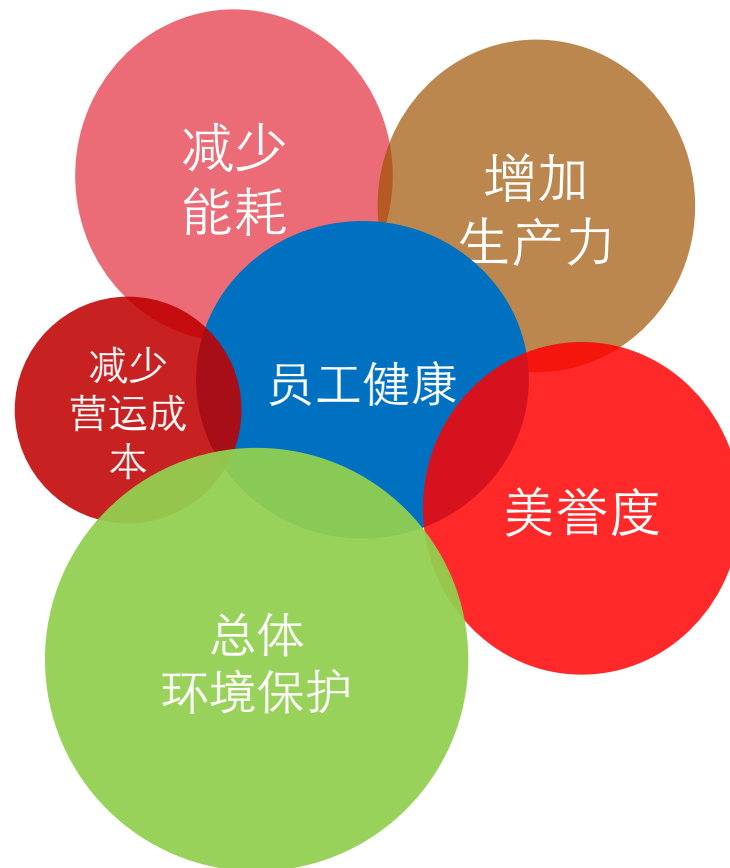
施工管理

确保可持续建筑方案的正确施工方案包括

- 妥善处理建筑废料
- 入住前的室内空气质量管理
- 管理获批的材料和报批

物业管理

- 保证在整个建筑使用期中可持续性使用



可持续发展建设是从项目启动到项目运营的管理过程。

项目开发顾问-服务团队



项目开发顾问-案例介绍

长沙泊富国际综合项目

服务内容：建筑设计顾问及市场定位

用途：写字楼、商铺

总建筑面积：400,000平方米

项目时间：2009-2010

项目简介：

- 长沙最高的办公楼（218米）
- 长沙首个高档的购物商场
- 与城市地铁系统相连的双层大厅有着巨大的商业潜力

挑战：

- 从销售和物业管理的两方面合理协调自用的单元和待出售的单元
- 使顶级的奢侈品牌适应一个陌生的城市
- 把客户的企业文化与开发的项目融为一体

戴德梁行解决方案：

- 成立一个由商业开发专家和其他技术专家组成的团队
- 直接与固定承租方的代表洽谈
- 全面了解客户把企业文化与开发项目融为一体的需求，以及与客户讨论修改的方案。



项目开发顾问-案例介绍

香港国际广场项目

服务内容：项目管理

用途：商业楼宇

总建筑面积：57,000平方米

项目时间：2004-2009

项目简介：

- 前身是位于香港中央商务区的凯悦酒店，由酒店改建成57,000平方米的商业零售中心。

挑战：

- 首次在亚洲进行大规模的改建项目
- 施工的工地面积有限
- 控制好噪音和粉尘

戴德梁行解决方案：

- 用创新的设计和施工方法克服挑战
- 内部用户的有效流动.
- 成为亚洲建设策略的榜样



项目开发顾问-案例介绍

济南市沃尔沃技术研发中心项目

服务内容：项目管理

用途：研发中心

总建面积：37,000平方米

项目时间：2011~2012

项目简介:

- 国际先进的工业机械制造研发中心。
- 37,000 平方米建成研发中心,办公楼和检测机构。

挑战:

- 建设费用紧张和严格的时间表
- 项目建在济南市经济区商业中心
- 达到LEED 金奖标准

戴德梁行解决方案:

- 提前进行前期调研,和LEED认证工作,协助客户最大化地利用土地。
- 个性化的外观设计确保建筑的用途。同时融入周边的商业环境。
- 制定设计,采购, 工程管理的方案, 从工程开始到结束协助客户有效地控制成本和工程进度, 并可不经常性地亲临现场。
- 专家全天候的服务确保技术的持续,并有效确保工程达标。



项目开发顾问-相关经验案例简介



五矿营口产业园企业服务中心
及五星级酒店



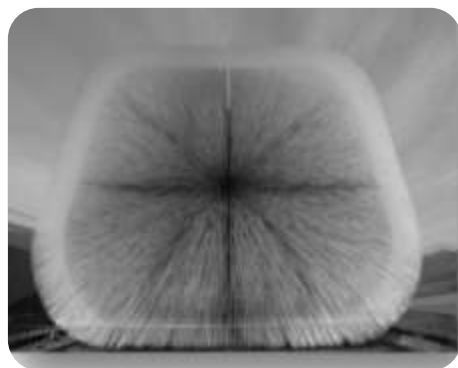
上海意大利中心- 铜仁路88号



上海北外滩办公楼综合项目



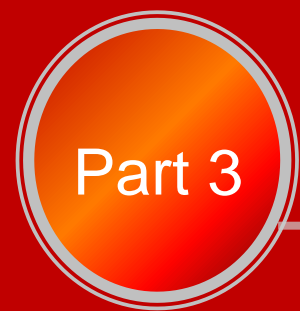
渣打营中心（天津）



上海2010年世博会英国馆



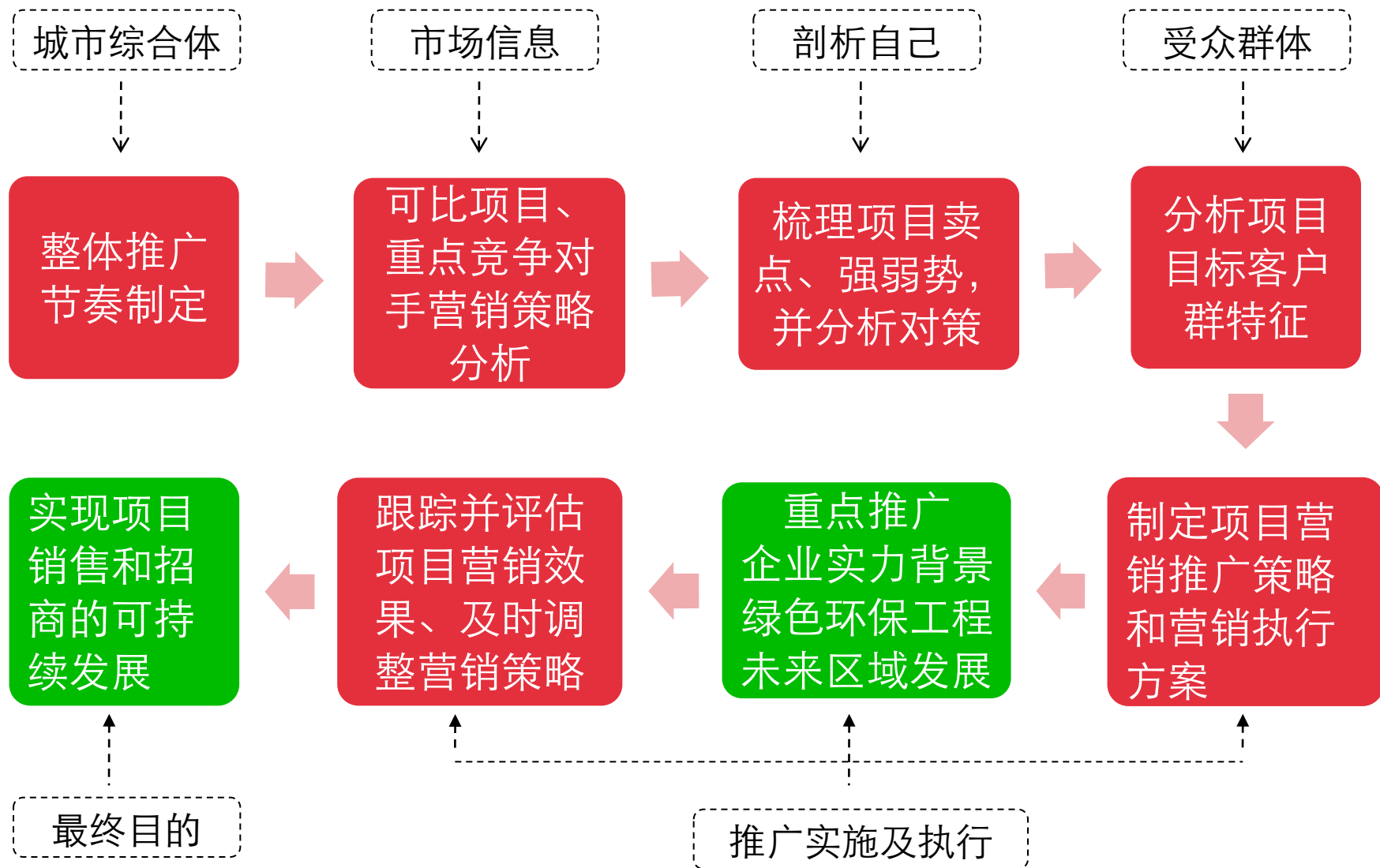
上海新天地济南路8号巴卡拉公寓



Part 3

项目营销推广策划

项目营销推广策划——服务思路



上海多媒体产业园发展有限公司

上海多媒体生活广场

项目背景

- 项目位于上海中山公园城市次中心商圈，地处上海长宁路、汇川路交界处
- 地铁2号线中山公园站直达
- 项目总商业面积6万平方米
- 服务时间：2010-2011年

挑战

- 如何形成与中山公园商圈内龙之梦购物中心、巴黎春天百货的差异，形成自身特色？
- 如何调整原有地面商业广场、地下1层的建筑方案，增强商业氛围？

DTZ戴德梁行方案

- 针对中山公园区域年轻办公白领聚集、项目自身办公产业人口特点与“多媒体”产业特征，确立项目以年轻白领消费客群的生活方式中心为主题
- 增加地面户外商业空间、调整项目主要出入口设置、增加LED电子广告等手段增强项目整体商业氛围
- 针对地下1层层高不足的问题，设立1F+B1的旗舰店格局，并提出公共空间的内装调整建议



成果

- 小南国、好乐迪KTV等主力商户先期入驻
- MUJI无印良品、基本生活、DBHK、YAMADA日本山田电机等特色主力商户持续谈判中

上海地产集团

美丽上海

项目背景

- 上海地产集团，国有多元化投资集团，上海主要的土地储备集团
- 项目位于上海浦东三林徐浦大桥旁，距离上海世博园区约15分钟车程
- 项目总建筑面积18万平方米，其中商业面积 8万平方米
- 服务时间：2009年

挑战

- 如何突破地理位置劣势，打造高端商业项目？
- 设立何种功能以充分利用景观和建筑特色？
- 如何利用原有厂房，体现文化元素？

DTZ戴德梁行方案

- 90幢古民居建筑，展现浓郁的中国古建筑风情，吸引高端游客，确立“旅游+商业”的发展策略
- 针对项目独特的滨江自然条件和建筑特色建议引进高级度假酒店和特色高档商业会所
- 利用原有厂房的特点建议引入国际品牌Fashion Show



成果

- 项目引进高级度假酒店（Banyan Tree），涵盖新、旧两个酒店概念
- 推荐国际品牌Fashion Show相关客户资源，如DIOR Show等

南京高科置业有限公司

东城汇项目

项目背景

- 南京高科置业有限公司前身为成立于2002年5月的南京仙林房地产开发有限公司，是由上市公司南京新港高科技股份有限公司、南京仙林新市区开发有限公司、栖霞区国有资产投资中心共同出资成立的国有性质房地产开发企业，注册资本15亿元，一级资质房地产开发企业，业务范围涵盖地产开发、商业运营和物业管理等

服务时间：2009年-2011年

挑战

- 项目位于南京城东仙林板块，板块内商业氛围欠佳，设立何种业态以充分利用项目潜在消费人流？
- 如果设计相关租售方案和策略？

DTZ戴德梁行方案

- 本案定位于以目的性业态作为亮点、便捷性业态作为学区和社区配套的中高休闲商业项目
- 项目强调家庭型消费，一家人享受精致生活体验，主题化消费乐趣



成果

- 作为项目前期商业顾问和后期销售租赁代理，为业主提供优质的商业地产服务
- 目前项目处于销售代理阶段，经过我行半年时间的前期市场推广和营销，积累了大量潜在客户，预计项目在2011年3-4月份开盘



Part 4

项目租售代理执行
及营销顾问



项目租售代理执行及营销顾问——服务思路

独家代理/首席代理/一般代理

主力店招商

- 主力店名单研拟
- 联络拜访主力店，进行初步洽商
- 带看地块及说明
- 设店位置及图面检讨沟通
- 租售条件谈判协商
- 协助制定主力店相关租售文本
- 协助完成承租意向书之签订
- 协助签订正式租赁合同

项目全面招商

- 订立明确的招商目标、策略、时间表
- 招商说明资料制作
- 协助举办招商说明会
- 联络拜访目标零售商，进行初步洽商
- 带看现场及说明
- 设店位置及租赁、买卖条件之谈判协商
- 协助制定专门店之相关租赁文本
- 协助完成承租意向书之签订
- 协助签订正式租赁、买卖合同
- 与商场设计师检验各商店之相关需求

深国投商用置业有限公司

杭州新一城

项目背景

- 项目位于杭州市西部城区，天目山路以西，五常大道以南，杭州生态新城西溪核心地理位置。
- 项目总商业面积15万平方米，包含2万平方米的山姆会员店
- 服务时间：2009年

挑战

- 如何判断山姆会员店对其他商业的带动作用？
- 商业基础落后，但规划前景很好，怎样平衡变现与持有的关系？
- 相当比例的公建指标，如何消化高层空间？

DTZ戴德梁行方案

- 针对性访谈，了解山姆会员店的经营模式，并与周边人口、交通条件进行比对分析
- 选取上海青浦奥特莱斯内的品牌折扣店经营商，进行深入访谈，了解其对杭州、特别是本项目折扣店定位的意见及建议
- 深入了解周边城市潜在品牌折扣店的发展进程



成果

- 完成针对Zegna、Emporio Armani、Burberry、Ferregamo、Columbia、DKNY、Givenchy、Coach、Mother Care、Tommy & Hilfiger、Ralph Lauren等50个品牌的商户访谈服务，了解其经营计划及相关需求
- 在百联下沙奥特莱斯确定开业的前提下，结合商户访谈结果，建议业主调整经营策略，通过引入电影院、儿童类业态将项目打造为区域家庭购物中心

新世界中国地产 武汉K11·新食艺

地盘位置：航空路与解放大道交汇处，武广商圈

商业面积：20,000平方米

开业时间：2010年5月

服务内容：独家市场顾问与商业策划

联合独家租赁代理

成交租户：琥珀、面包新语、满记甜品、

麦咖啡、Costa等



宁波东部新城开发投资有限公司 宁波国际金融中心

项目背景

- 项目位于宁波市东部新城中心商务区核心区域
- 项目总建筑面积36万平方米，（地上24.5万平方米，地下11.5万平方米），其中商业面积近4万平方米（扣除银行营业厅面积）
- 服务时间：2009年至今

挑战

- 如何在新兴城市商务中心吸引商业人流？
- 如何整合商业资源，以实现商业定位，并与宁波市内原有的商业形成明显差异？

DTZ戴德梁行方案

- 针对区域内商务办公人群聚集、住宅人口相对滞后的特点，确立以中高端商务餐饮、特色餐饮以及其他配套商业服务的定位方向
- 针对宁波市场缺乏知名高端连锁餐饮品牌的特点，制定发展上海知名商户、结合本地优质商户的招商策略



成果

- 作为项目独家招商代理，充分结合本地与上海的招商资源，为项目引入利苑、小南国、鼎泰丰、PIZZA DINO等高档餐饮旗舰店

南京新城市商用置业有限公司

南京新虹桥中心

项目背景

- 南京新城市商用置业有限公司为南京本土最大的商业开发运营管理公司
- 项目位于南京市鼓楼区中山北路与和会街的交汇处，距离南京核心商圈湖南路商圈仅1公里
- 项目总建筑面积30万平方米，其中商业面积近8万平方米
- 服务时间：2009年至今

挑战

- 如何形成与湖南路核心商圈的差异？
- 如何充分利用项目原有景观，突出项目特色？

DTZ戴德梁行方案

- 针对项目周边大学集中的特点，将该区域定位为以年轻人为主要消费对象的活力购物中心，引入特色年轻商业业态
- 充分利用项目内的景观公园，以退台绿化式设计，增加项目绿色开放空间和城市峡谷景观，打造城市花园式购物空间，突出项目整体的景观特色，打造具有活力的购物公园



成果

- 成功引入CJGV影院、IMAX影院
- 结合“集成概念店”的定位主题，为业主陆续推荐IT、NOVO、SEPHORA、大食代、日本五番街、冠军溜冰场等知名品牌



Part 5

项目物业管理策划
与执行



专业优势



物业管理服务案例

香港

项目名称：渣打银行

建筑面积：28,500平方米

服务内容：全权物业管理

物业类型：办公楼



香港

项目名称：香港国际广场

建筑面积：57,000平方米

服务内容：商业资产管理

物业类型：商业



上海

项目名称：浦江双辉大厦

建筑面积：301,620平方米

服务内容：全权物业管理

物业类型：办公楼



物业管理服务案例

北京

项目名称：金地中心

建筑面积：151,317平方米

服务内容：全权物业管理

物业类型：写字楼



北京

项目名称：华能大厦

建筑面积：136,600平方米

服务内容：全权物业管理

物业类型：写字楼



武汉

项目名称：利嘉光谷世界城

建筑面积：176,500平方米

服务内容：前期物业顾问

物业类型：商业、写字楼、写字楼



物业管理服务案例

沈阳

项目名称：世茂五里河

建筑面积：160万平方米

服务内容：全权物业管理+商业资产管理

物业类型：住宅 公寓 写字楼 商场



西安

项目名称：新乐汇

建筑面积：13.8万平方米

服务内容：商业资产管理

物业类型：商业



合资合作的愿景

环球力量 一脉相承 Bringing You the Power of One

Vision

- 在客户发展的优质物业资产下，透过DTZ专业管理系统，充分满足客户对国际化基准服务之需求
- 加强及提升市场竞争优势，构建绿色环保、尊贵、舒适之服务理念
- 合作：“诚信为本” 服务：“以人为本”
- 增强本项目收益，实现本物业保值、增值目标
- 使硬件设施、设备方面发挥到最佳、最极致效能
- 培养专业服务团队
- 树立区域标志性房地产项目和物业管理公司形象

优化产品设计

专业化运营管理

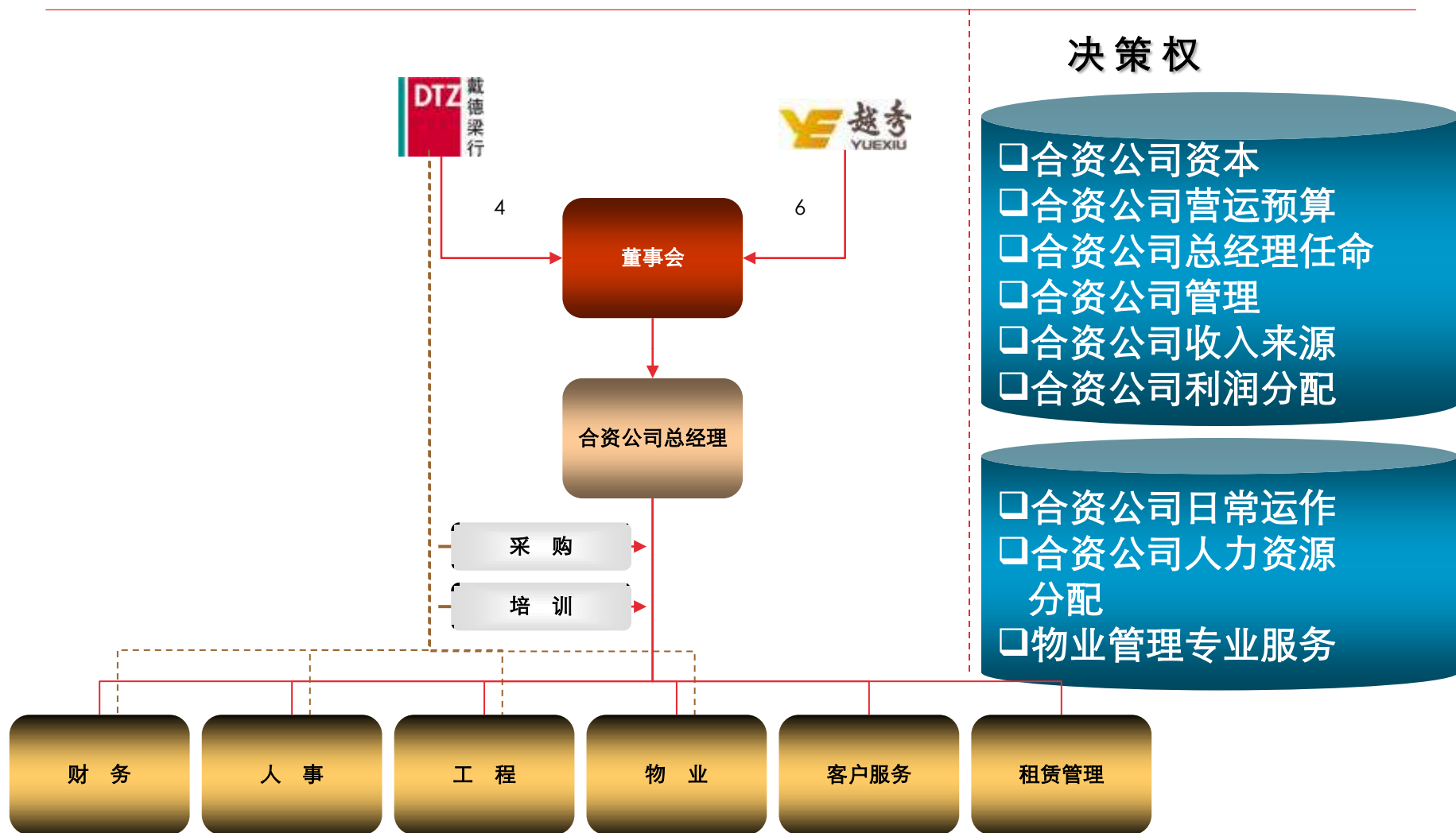
增强市场销售

合资合作的模式

- 合资公司管理项目，仅限越秀集团全资拥有、自用或投资的项目
- 越秀集团与DTZ以项目为单位成立合资公司
- 每个项目的运作分别由所属的合资公司负责



合资公司架构



综合体项目管理设想

合理划分管理区域

原则：

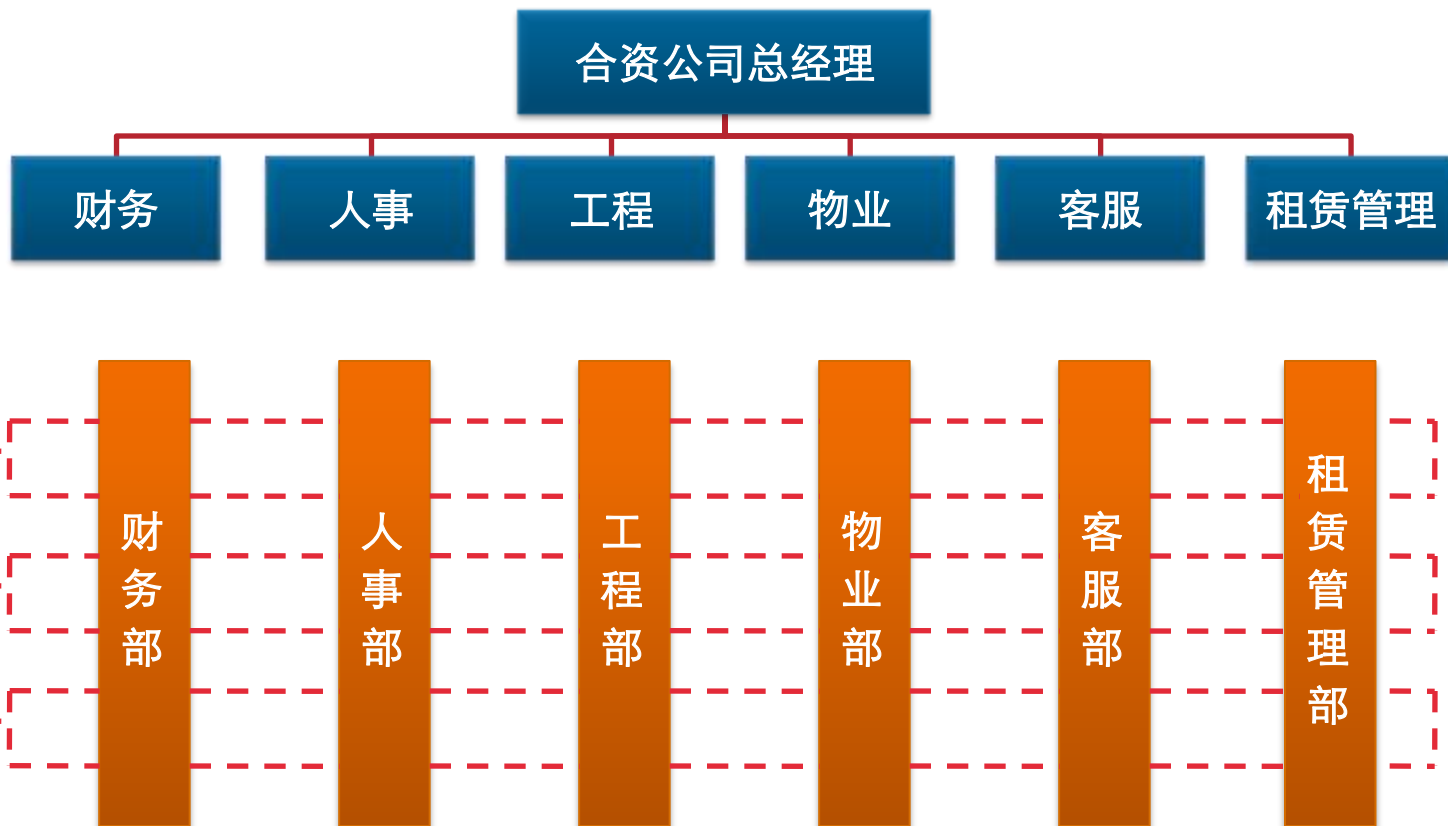
同一业态为一个独立的管理区域

目的：

- ◆ 适应不同业态客户的不同服务需求；
- ◆ 避免运营中不同业态客户不同的利益冲突；

综合体项目管理设想

矩阵构架



综合体项目管理设想

综合体增值服务

根据综合体业态，物业管理处推出针对不同业主需求的物业管理增值服务产品。即便民服务、关怀服务和专属服务。

便民服务套餐：

该服务产品主要向住宅、公寓业户提供。其目的地是减少业户日常生活中琐碎事务，让业户更有时间专注于工作和生活质量的提高。

关怀服务套餐：

该服务产品主要向住宅、公寓、商业及写字楼业户提供。其目的地是对本项目内特殊人群照顾、向需要帮助之客户主动及时提供服务，体现DTZ管家服务的主动性，让项目客户时刻感受到管家服务对客户的关注与关怀。

专属服务套餐：

专属服务产品服务重点为商业及写字楼业户，针对物业内有特别需要之客户，根据客户需求，管家服务专员利用服务资源，对客户提供专项性、专属性服务，以此体现DTZ管家服务的专业性和多样性。



综合体项目管理设想

综合体增值服务

服务例举：

便民服务套餐

- 统一代收代缴水、电、气、电话费等公用事业费用
- 代找佣工服务
- 代为收送洗衣服务
- 订报服务
- 收发快递服务
- 代叫出租车服务
- 叫醒服务
- 美食通服务
- 免费家居顾问服务
- 尊贵VIP会员服务

关怀服务套餐

- 24小时医疗救助服务
- 失物招领
- 行李服务
- 为特殊人群客户提供关怀服务
- 免费提供雨具服务

专属服务套餐

- 代订机票服务
- 代订客房服务
- 物业租赁服务
- 搬迁服务
- 室内清洁服务
- 协助预定包车服务
- 室内设施设备维修服务
- 会务接待服务

1

团队介绍

Service team

2

杭州项目理解

Hangzhou project specifics

3

武汉项目理解

Wuhan project specifics

4

项目服务内容及相关案例

Service scope and Case study

5

DTZ 全程服务案例

DTZ Case study

6

为何选择DTZ

Why DTZ

杭州万象城



项目性质 综合体

地理位置 杭州钱江新城

发展商 杭州华润新鸿基房地产有限公司

落成时间 一期2010年竣工，二期规划中，预计2013年竣工

建筑面积 约80万平方米，其中商业24万平方米，住宅10万平方米，预计写字楼16万平方米，酒店6万平方米，公寓24万平方米。

其他 大规模，现代化及综合性商业中心，共分两期。首期为悦府豪宅和商业；二期包括写字楼、酒店、及酒店式公寓。

协助国际知名开发商深化对杭州市场的判断，打造适宜的产品，规避风险。
通过住宅与写字楼多部门有效配合，实现综合体整盘运作。

杭州万象城

华润万象城开发遇到的问题——

- 2008年钱江新城办公楼体量已经趋于饱和，本项目开发仍在规划中，面临内部体量和外部市场的激烈竞争。
- 什么样的产品才能既保证前瞻性又符合本地情况，投资风险最小化？
- 如何挖掘足够多的高端客户，以符合万象城的品牌口碑？

DTZ 参与服务内容

一期

- 杭州市场调研和项目可行性研究
- 各类型物业开发顺序建议
- 住宅营销和销售代理

二期

- 写字楼定位和产品优化建议
- 杭州写字楼客户访谈
- 内地及香港同类案例分析
- 写字楼营销策略
- 酒店式公寓定位和产品优化建议

南京东城汇

项目定位

南京仙林板块家庭型购物中心



项目性质 纯商业+Soho

地理位置 南京仙林板块

发展商 南京高科置业有限公司

落成时间 2012年

经营方式 售后返租

建筑面积 零售商业约5.5万平方米

打造区域内非零售业态商户的唯一性及独特性，体现项目家庭主题及休闲消费特性。本案定位于以目的性业态作为亮点、便捷性业态作为学区和社区配套的中高休闲商业项目，项目强调家庭型消费，一家人享受精致生活体验，主题化消费乐趣。

南京东城汇

南京东城汇开发遇到的问题——

- 南京高科置业缺乏商业运营管理经验。
- 项目位于南京城东仙林板块，板块内商业氛围欠佳，设立何种业态以充分利用项目潜在消费人流？
- 受资金压力，如果设计相关租售方案和策略？



DTZ 项目商业顾问及代理参与服务内容

- 前期商业策划顾问
- 后期销售租赁代理
- 目前项目处于销售代理阶段，经过我行半年时间的前期市场推广和营销，积累了大量潜在客户，预计项目在2011年3-4月份开盘。

武汉南国中心



项目性质 综合体

地理位置 武汉江汉区

发展商 武汉南国置业股份有限公司

落成时间 拆迁与规划中

建筑面积 23.48万平方米，其中商业9.47万平方米，写字楼1.9万平方米，住宅10.81万平方米，公寓1.3万平方米。

项目定位 集购物，休闲，美食，娱乐、办公、居住为一体的中高端时尚都市综合体

集零售、餐饮、娱乐、办公、酒店、居住等诸多功能于一体的大规模、综合性、现代化、高品质的标志性商业建筑群

武汉南国中心

开发商需要解决之问题——

- 如何将分散的地块进行整合？
- 处于两大核心商圈的连接地段，但并非连续性对接，如何
- 1号地块进深太浅，如何选择商业业态和物业类型？
- 商业综合体中各功能物业如何互动，实现价值提升？



DTZ 项目商业顾问及代理参与服务内容

- 市场研究
- 项目定位
- 1号地块主力店招商
- 酒店投资顾问

武汉福星惠誉国际城



项目性质 综合体

地理位置 武汉武昌区

发展商 福星惠誉有限公司

落成时间 报建中

建筑面积 约41万平方米，其中商业9.79万平方米，写字楼6.45万平方米，住宅24.7万平方米。

项目定位 武汉新兴商圈核心地段标志性城市综合体

武汉福星惠誉国际城

开发商需要解决之问题——

- 大体量公建指标如何消化？
- 是否存在高档酒店的市场机会？
- 非商务核心区，商务楼宇的档次如何确定？
- 商业部分的体量及内部不同功能的合理布局？

DTZ 项目商业顾问及代理参与服务内容

- 市场研究
- 项目定位
- K3地块主力店招商



深圳万象城

项目定位

深圳首个都市综合体



项目性质 综合体

地理位置 深圳罗湖区

发展商 华润（深圳）有限公司

落成时间 2004年12月（一期）；2008年7月（二期）

建筑面积 50多万平方米，其中商业30万平方米，写字楼4万平方米，酒店6万平方米，住宅12万平方米。

其他 大规模，现代化及综合性商业中心，共分两期。首期包括万象城和华润大厦；二期包括君悦酒店、商业休闲广场以及酒店式公寓和高档住宅。

集零售、餐饮、娱乐、办公、酒店、居住等诸多功能于一体的大规模、综合性、现代化、高品质的标志性商业建筑群

深圳万象城

华润万象城开发遇到的问题——

- 华润集团对深圳房地产市场缺乏了解。
- 项目核心竞争力在哪里？
- 项目目标客户在哪里？
- 商业综合体中各功能物业如何互动，实现价值提升？



DTZ 项目商业顾问及代理参与服务内容

一期

- 深圳市白领消费研究
- 深圳市商业租金调研及租金定位建议
- 租赁代理

二期

- 项目定位
- 内地及香港同类商业案例分析
- 本地高收入阶层消费研究
- 国际顶级奢侈品品牌及休闲餐饮商家深度访谈
- 租赁代理

1

团队介绍

Service team

2

杭州项目理解

Hangzhou project specifics

3

武汉项目理解

Wuhan project specifics

4

项目服务内容及相关案例

Service scope and Case study

5

DTZ 全程服务案例

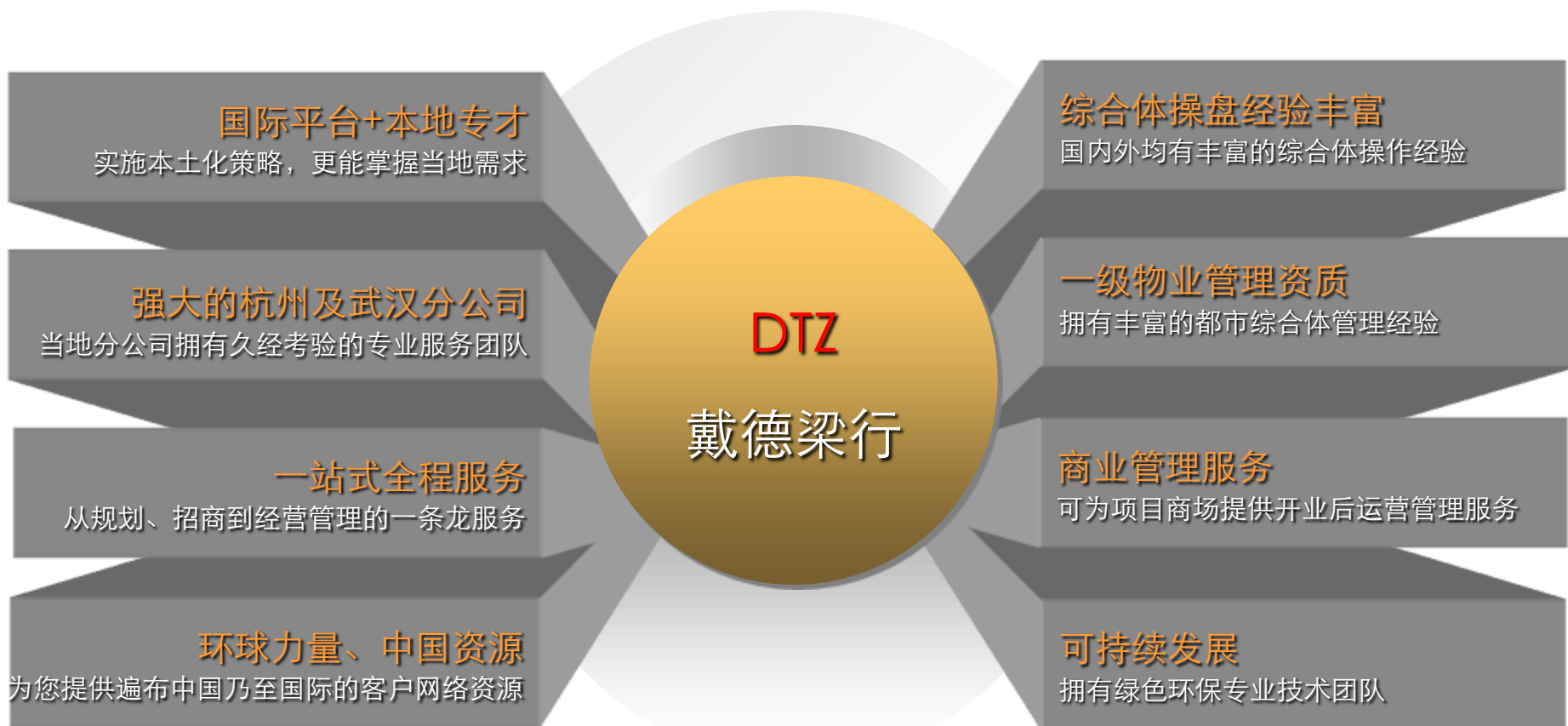
DTZ Case study

6

为何选择DTZ

Why DTZ

DTZ服务优势





城建王者品牌 + DTZ国际服务

——开创城市综合体新里程！



环球力量 一脉相承

Bringing You the Power of One™

~ 演示完毕，
欢迎提问! ~