

郑州高铁商务区写字楼市场发展研究

尚正行地产顾问事业部 B组

目录

1.引言	2
1.1 高铁商务区写字楼市场研究背景	2
1.2 高铁商务区写字楼市场研究意义	3
2.高铁商务区写字楼市场发展概述	3
2.1 发展背景	3
2.1.1 政策背景	3
2.1.2 经济背景	4
2.1.3 社会文化背景	4
2.2 开发周期	4
2.3 开发范围	4
2.4 开发定位及属性	5
3.高铁区写字楼市场发展阶段分析	6
3.1 规划阶段（2005-2007.10）	6
3.1.1 规划背景	6
3.1.2 规划目标	7
3.1.3 政府导入情况	7
3.2 起步阶段（2007.10-2009）	7
3.2.1 基础设施投入情况	7
3.2.2 政府规划用地大量出现	7
3.3 发展阶段（2009-至今）	8
3.3.1 市政投入情况	8
3.3.2 写字楼发展现状	8
3.3.3 写字楼发展规律	9

3.4 成熟阶段（2016 以后）	9
4. 郑州高铁商务写字楼发展特点	9
4.1 供应方面	9
4.2 产品方面	10
4.3 价格方面：	11
4.4 客户特点	11
5. 高铁区写字楼市场存在的问题	11
5.1 集中入市，产品雷同，竞争压力大	11
5.2 区域配套不完善，人气不足	12
5.3 开发资金紧张，价格战导致市场恶化	12
5.4 区域写字楼供应偏多，住房需求未有效解决	12
6. 对高铁商务区写字楼市场的借鉴	12
6.1 对政府部门的建议	12
6.2 对开发企业的建议	12
6.3 对项目本身的建议	12

1. 引言

1.1 高铁商务区写字楼市场研究背景

1964 年，日本新干线的开通拉开了世界高铁发展的序幕，之后高铁经历了三次发展浪潮。中国高铁的发展是从第三次浪潮（90 年代中期至今）开始的，高铁的发展将会给途径城市的经济带来高速发展。根据铁道部的规划，未来中国将形成“四纵四横”的高铁线路。届时高铁将成为中国经济发展的动脉。从我国其他城市的高铁站分布情况来看，高铁站的选址一般距离老城区较远，这样一方面可以减少核心区域人流，另一方面可以扩大城市经济圈，平衡核心区和非核心区经济，从而带动城市整体协调发展。

随着省政府的东移，经济发展逐步东扩，中原经济区上升为国家发展战略，以郑州客运新东站为核心的区域即将成为郑州新的政治中心、经济中心、商业中心、贸易中心和物流中心，“一站五心”将成为郑州都市区的新名片，成为中原经济区对外经济的核心窗口。石武高铁的开通，标志着以郑州为核心的高铁经济圈正式形成，以高铁为核心的现代化高端中央商务区呼之欲出。

1.2 高铁商务区写字楼市场研究意义

高铁是城市化发展的动力，是低耗能、低污染的出行方式，是迎合低碳时代的发展要求，从高铁具备大流量、高密度、公交化、正点率高的特性来看，它能够满足快节奏的现代生活方式，进而促进了高铁区商务和物流的快速发展。郑州高铁站的成立，将会推动区域一体化、产业一体化的发展。

郑州写字楼市场运作起步较晚，主要依靠的还是经验和非科学的决策体系，这样不利于后期的实施开发。由于缺乏对写字楼市场的科学预判和购买客户真实需求的了解，目前郑州高铁区写字楼出现大面积销售停滞、价格错位的现象，去库存压力居高不下。因此，揭示写字楼发展阶段的一般规律，分析高铁商务区写字楼市场基本特征，了解目标客户的特性等，从而为其他高铁商务区开发提供借鉴意义，政府如何科学合理规划以及开发企业如何避免价格战的影响提供有效建议，正是本文的研究目的和研究意义所在。

2. 高铁商务区写字楼市场发展概述

2.1 发展背景

2.1.1 政策背景

根据 1998 年国务院批复的《郑州城市总体规划（1995 年至 2010 年）》，郑州市区人口发展长远目标为 500—600 万，城市化水平达 70—80%。目前，郑州中心城区规模偏小，而且受陇海、京广铁路交叉分割，拓展空间受到制约，与近亿人口大省省会城市的地位和建设全国区域性中心城市的目标远不相适应，因而必须寻求新的发展空间，对郑州市的整体规划进行完善，提出建设郑东新区。郑东新区远景概念规划范围 115 平方公里（其中起步区 33 平方公里），东起京港澳高速，西至中州大道，北临连霍高速，南接郑州经济开发区。共分五个功能区：CBD、商住物流区、龙湖区、龙子湖高校园区、科技物流园区。五个功能区相辅相成，使得郑东新区变成具有产业支撑的新城区。

高铁商务区隶属于商住物流区，综合交通枢纽区规划的提出为商务区的发展提供契机。2009 年 5 月，《关于郑州市综合交通枢纽核心区城市设计的公示》和《郑州市综合交通枢纽地区控制性规划》的提出，标志着郑州新客运站已经进入规划和建设阶段。2012 年 9 月 28 日，郑州东站开始正式启用。围绕郑州东站布局的三个大型城市综合体项目升龙广场、绿地之窗、绿地中央广场已拉开阵势，从而大大促进高铁核心区域商务形象提升，对整个商务区的发展起到引领和带动作用。

2.1.2 经济背景

郑州作为中原经济群的核心城市，商贸物流发展新上一台阶，第三产业在 GDP 中的比重逐渐加大，从而滋生大量商务需求。再加上高铁区带来信息交流、商务办公等带来的聚集效应，能够快速实现资源的再配置，促进区域其他产业经济快速发展。

从长期来看，高铁商务区的形成使得郑州市与其他一线城市经济联系密切，产生同城效应，支撑区域协调发展、优化资源配置和产业布局、构建高效综合运输体系、降低社会物流成本以及实现经济可持续发展，进而促进区域经济一体化。

2.1.3 社会文化背景

中原文化作为中华文明的发祥地，在中国历史进程占据着不可磨灭的作用，弘扬中国文化，以郑州为首的中原地区应发挥最大的力量，特别是自郑东新区建设以来，一直发挥着宣传郑州形象的标签作用，从举办各种文化节、博览会、金融创新论坛等，到国家领导人、知名人士和国外友人的调研考察，已经大大促进了中原地区与国内外城市的深度交流。高铁的开通能促进区域文化的交流，拉近临近区域的人文发展，从而带动相关领域的协同发展，高铁区写字楼的发展是适应社会信息化的需要，满足写字楼产品变化的需要。在这种社会文化背景下，高铁区的市场潜力巨大，尤其是对该区域有商务办公需求和社交休闲需求的客户群来说，写字楼的发展被各大开发商看好。

2.2 开发周期

2007 年 6-7 月政府部门对综合枢纽区城市设计进行了中期审议和终期审议，2007 年 10 月 26 日上午，郑州综合交通枢纽配套工程奠基仪式在郑东新区 107 国道与金水东路交会处隆重举行，这也标志着郑州综合交通枢纽建设正式启动，并开始进入快速建设发展阶段。品牌房企首先进入该区域实施开发，随着住宅项目的开发使用，部分写字楼项目开始陆续入市。2012 年 9 月高铁开通之后，区域的写字楼供应量达到峰值。目前正处于写字楼快速集中投放市场阶段，预计高铁区写字楼市场在 2020 年走向成熟阶段。

2.3 开发范围

高铁商务区的出现是以高铁站为中心，然后在其周边进行产品开发而形成的区域。从郑东新区综合交通枢纽区综合性规划来看，我们把高铁商务区分为核心区域和外围区域，高铁商务区的核心区域为金水路以南，东风南路以东，商都路以北，博学路以西区域。外围辐射区域为中州大道以东，京港澳高速以西，金水路以南，陇海线以北区域（如图 1）。

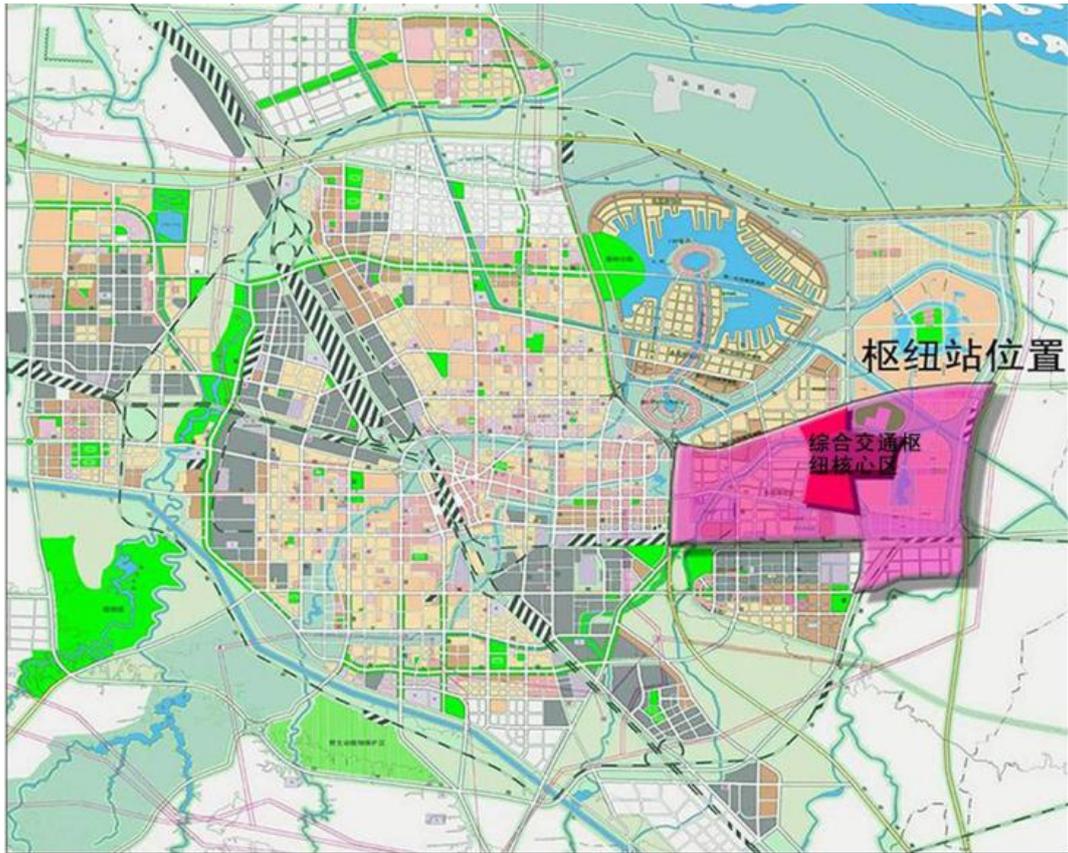


图 1：综合枢纽区在郑州的位置图

2.4 开发定位及属性

郑州综合交通枢纽中心区域被定位为“郑州市铁路、公路综合性交通枢纽，兼具商贸、居住功能的城市门户地区”，是国家重要的综合交通枢纽，是国家重要的物流中心，是郑州市城市副中心。

高铁商务区是从郑东新区的迅猛发展下分化出的一块区域，其属性与 CBD 区域不同，CBD 板块的规划主要集中在中高端办公，以投资需求为主；高铁商务区主要规划为大量住宅以及高铁站周边配套，以商务居住为主。据不完全统计，以郑州客运新东站为圆心，在 3 公里长的半径内，绿地之窗、雅宝东方国际广场、嘉亿东方大厦、永和宇宙星、广地和顺中心、上上国际中心、建正东方中心、文化产业大厦、楷林 IFC、易元国际等将近 40 座写字楼在此云集，充分说明该区域的商务属性明显，必将成为郑州市未来写字楼中心（如图 2）。



图 2：高铁站周边写字楼分布情况

3. 高铁区写字楼市场发展阶段分析

3.1 规划阶段（2005-2007.10）

3.1.1 规划背景

2007年10月26日，郑州综合交通枢纽配套工程奠基仪式在郑东新区107国道与金水东路交汇处隆重举行，这也标志着郑州综合交通枢纽建设正式启动。此次建设的配套工程主要有新郑州车站广场、地铁站、汽车站等设施建设。根据规划，郑州综合交通枢纽占地面积约219公顷，由长途公路客运、城市轨道交通、城市公共交通等组成，总投资约89亿元，由铁道部和郑州市共同出资建设。该交通枢纽位于郑东新区会展中心东南约3公里处，金水东路与商都路之间，新107国道两侧，距现在的火车站11公里，距新郑国际机场30公里。2007年华南理工大学建筑学院对郑州综合交通枢纽地区核心区进行城市设计投标并中标开始，该区域开始正式进入规划公示阶段。该阶段绿地集团已经进入该区域开发写字楼，绿地的入驻表明了对该区域写字楼发展的前景的看好，为后期各大房企的争相入驻和写字楼的大量开发奠定了基础。

3.1.2 规划目标

根据《关于郑州市综合交通枢纽核心区城市设计的公示》，高铁区规划设计的总目标是功能完善、交通顺畅、土地合理利用、环境安全、形象鲜明导向性强、具有强大地区发展带动力、社会经济环境综合效益好。

3.1.3 政府导入情况

政策类别	具体内容
行政中心率先入驻	郑东新区管理服务中心和郑东新区公安分局指挥中心及市公安局出入境管理处率先进行奠基仪式
市政设施投入建设	郑东新区热电厂一期工程全面开工；郑东新区第一座变电站--110千伏文竹变电站竣工；郑州国家干线公路物流港一期工程开工；郑东新区第一大街门诊部正式开业接诊；河南省实验学校郑东中学面向全省招生
商业开始入驻	德国麦德龙现购自运式商场和丹尼斯商业步行街进行奠基仪式
教育资源培育发展	郑东试验幼儿教育研究中心在项目施工现场隆重举行奠基仪式

3.2 起步阶段（2007.10-2009）

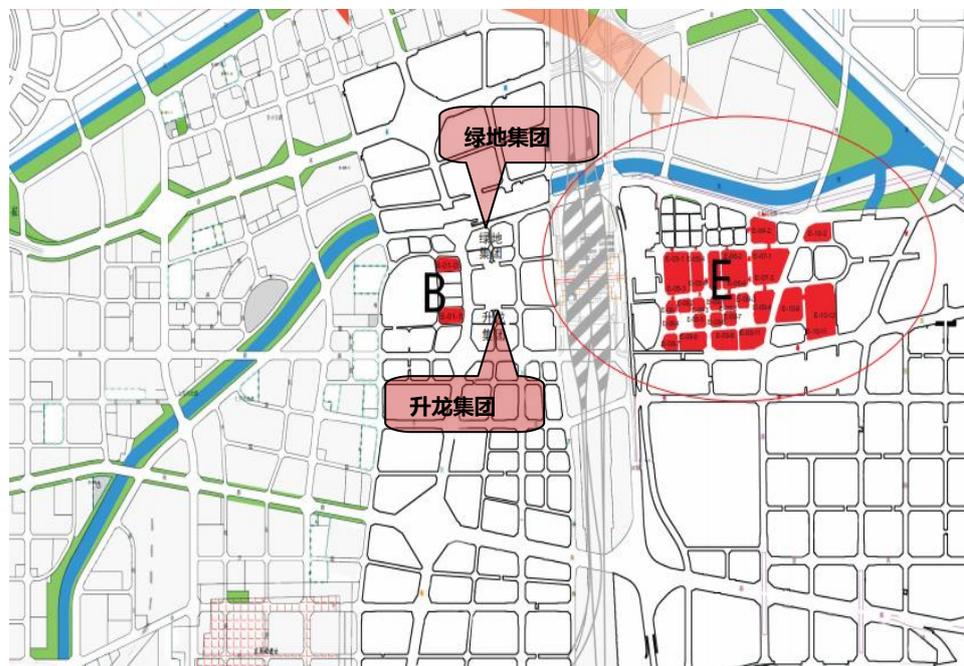
3.2.1 基础设施投入情况

基础设施情况	具体内容
政策优惠	凡属于郑东新区重点发展的特色产业且符合相关条件的企业或外商投资企业，按其增加值、营业收入及利润总额形成新区地方财力部分对企业或企业高管给予补贴
商业和教育配套	郑州人民医院是定点外宾医院；教育资源丰富，如郑州四十七中设有国际班
交通情况	公路建设：位于郑东新区新 107 国道西侧、金水东路与商都路之间的郑州综合交通枢纽，已于 2007 年开工建设，计划总投资 89 亿元；。地铁修建：2009 年横贯郑州东西连接新老城区的地铁 1 号线一期工程全线开工；公交线路：2009 年进入郑东新区的公交线路达到 44 条

3.2.2 政府规划用地大量出现

2009 年 11 月，郑东新区管委会发布的综合交通枢纽区的项目介绍中，已经说明目前郑州综合交通枢纽（新郑州站）地区可供招商的地块主要分为 B、E 两区，共计 30 个地块，

总用地面积 384566m²，均处于郑州综合交通枢纽核心区新郑州站周边具有较大商业价值的黄金地段，土地开发升值潜力巨大。其中：B 区可供招商总用地面积 42181m²，主要为行政办公用地；E 区可供招商总用地面积 342385m²，主要为商业金融用地、行政办公用地、旅馆业用地、居住用地和文娱娱乐用地（如下图）。



3.3 发展阶段（2009-至今）

3.3.1 市政投入情况

市政投入	具体内容
行政单位入驻	国家质检中心，河南省出入境检验检疫局实验用房在此建设；中国电科（郑州）大厦项目在此建设
政府项目施工情况	综合交通枢纽区域中兴路跨七里河桥等 6 座桥梁工程竣工；郑州电动汽车示范工程大型充电站项目建设
商业、教育、居住资源情况	河南大学国际学院等高校入驻、郑东新区外国语学校成为双语教学基地、郑州市七十八中学等七所新建学校开工；建业天筑奠基、公租房项目安嘉苑和惠民小区分别奠基和入住；万豪酒店入驻千玺广场；丹尼斯 7 天地全部开业；
金融业表现突出	金融集聚核心功能区建设；平顶山银行挂牌；中国银行入驻；光大银行郑州新区支行开业；中华联合财产保险股份有限公司入驻

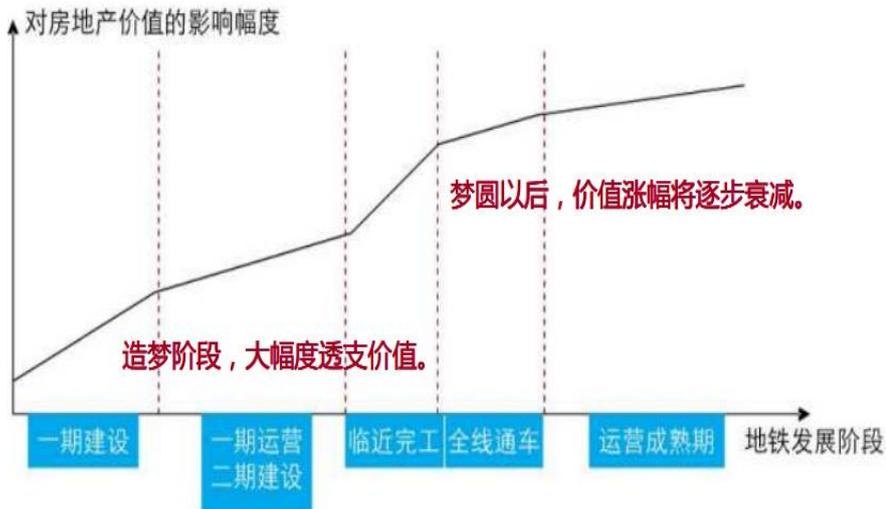
3.3.2 写字楼发展现状

从供应方面看，东区新入市写字楼较多，扎堆现象严重。从销售方面看，写字楼的销售量还是分布在郑东新区。2012 年郑州市写字楼市场供需失衡，后续供应持续放量，库存

压力较大。据不完全统计，郑州市写字楼供应总量已经达到 250-300 万平方米，并且其中大部分都集中在郑东，尤其是高铁区域。但是从个案来看，具有卖点或者有品牌吸引力的项目依然销售情况良好，例如郑州绿地中心开盘当日去化率达到 80%，升龙广场去化率达到 53%，汇艺中心开盘 20 套，成交 20 套，去化率达到 100%。

3.3.3 写字楼发展规律

从地铁对深圳房地产价值影响的阶段序列表现来看，地铁对房地产价值的影响呈现阶段性的增长趋势，伴随着地铁建设进度的不同和贯通运营的状况而有所差异。在此我们预计高铁站对房地产价值的影响存在同样规律（如下图）。



3.4 成熟阶段（2016 以后）

市场成熟期的主要表现为宏观经济稳定，租赁市场比较活跃，大量的保险、金融相关企业的入驻，对 5A 写字楼的需求强劲，达到供不应求的态势。对周边城市的辐射作用增强，写字楼的产品设计、环境规划、物业管理、智能化管理等开始引起开发商的重视。

由于高铁区写字楼目前还处于一个发展阶段，发展过程中也存在项目扎堆、价格战等各种问题，因此，对于什么时候能够进入成熟阶段目前只能给予预测，本课题根据基于目前高铁区写字楼市场的发展阶段，预计在 2020 年才能走向成熟阶段。

4. 郑州高铁商务写字楼发展特点

4.1 供应方面

受政府政策规划和引导，及其地铁、公交、汽车站、轻轨、出租车场等规划方面利好，郑州高铁商务区规划一经出台即吸引了国内一流开发企业的目光，随着绿地集团率先进入郑州高铁商务区，从此拉开高铁商务区写字楼开发的序幕，但受 CBD 区域放量影响，除去省政府周围配套完善的永和广场、行署国际广场等项目开发较早，其他如美盛中心、

楷林 IFC、绿地新都会等项目都推迟到 2012 年高铁投入使用前后集中入市，核心区域项目分布集中，仅商鼎路心怡路沿线分布有亚新广场、正岩铂兹中心、易元国际等多个项目，写字楼项目非常密集，单项目体量多在 10 万方以上；而相对的外围区域单个项目体量均不大，平均在 6-7 万方，且项目分布较为分散。随着 2012 年郑州京广高铁开通运营，郑州成为首个十字交叉城市，预示着郑州进入高铁时代，而 2012 年高铁区写字楼新增供应量就达到 228.99 万平方米，占郑东新区主要供应，且潜在供应仍持续激增，截止 2013 年高铁区写字楼新增供应量约 272 万平方米，按目前郑州年均 80 万~100 万平方米的去化速度计算，单写字楼消化存量就得 4~5 年光景，在巨大的库存压力下，市场开始“消化不良”，销售萎靡，2013 年上半年高铁商务区部分写字楼更是出现了“以价换量”、“零成交”的恶劣环境，市场竞争进入白热化。

4.2 产品方面

高铁商务区虽然还处于规划建设阶段，从目前各项目产品及实际配置情况来看，高铁区写字楼属于郑州市目前写字楼供应区域中最高端的，各项目在开发之初就定位于服务高端商务人群的写字楼，在规划、设计、配套上都采用国际较为领先写字楼标准。

从规模上来看：核心区域项目体量多在 10 万方以上，外围区域以绿地为例，多在 50 万方以上，楼梯高度基本以 100-150 米高层为主，且外立面采用现代感较强的 LOW-E 中空玻璃幕墙为主，整体造型简洁、大方，视觉效果较市区其他区域较好。入户大堂高端写字楼与地段写字楼的区别主要集中在大堂面积与装修水平上，高端写字楼的挑高均达到了两层 9 米以上的高度，大堂面积在 500 平米以上，中低端的大堂多在 400 平米以下；标准层面积 1400-2000 平米为市场主流产品，少数项目面向高端企业总部办公的项目如正商和谐大厦、美盛中心、基正聚源国际等项目标准层面积达到 2900-3600 平米左右，面积段划分相对较大，单套面积集中在 100-500 平米之间；

从产品细节来看：写字楼装修多以公共部分精装修为主，少数项目步梯间等其他公共部分采用大理石铺贴，装修较好；写字楼配置也较其他区域有所提高，多数写字楼产品除配置基本的中央空调、宽带、预留电话线借口等，但也有个别项目配置双新风系统、双光纤入户、独立卫生间（除公共卫生间外）、四管制冷暖离心机等高等级的创新产品；电梯品牌多以国际知名的三菱、奥的斯、蒂森、通力、日立、东芝等品牌为主，其中顶级配置的项目美盛中心采用进口东芝、日立；升龙、绿地多个项目及其他中高端写字楼较多采用上海三菱、天津奥的斯、国产日立、东芝、通力等知名国产品牌；从电梯运载效率来看，高配置水平平均每部（不分客梯、货梯、消防梯）电梯服务的办公面积在 5000 平米及以下，中等水平的在 5000-6000 平米一部电梯，每部电梯服务面积超过 6000 平米属于相对数量配比较低的。目前新建高端写字楼配置的电梯规格多数是 18 人、1350KG 乃至更大的写字楼

电梯，该类电梯宽度多在 2 米、速度为 2.5m/s 及以上的高速梯，尺寸宽大、载人量多、载重量大、梯速快，这比早期多数写字楼项目 13 人、1000KG 的规格有明显的提升。高端写字楼的每万平米办公建面的电梯运力在 2.7 吨至 3.3 吨，远高于多数中低端项目 2 吨以下的运力水平。

车位配比数量是衡量一个写字楼配套水平的重要指标，新入市高端写字楼项目车位配比不断超越早期项目；国际公认的甲级写字楼车位配比为每 200 平米不少于一个车位，而这一标准已随着轿车的普及和高端项目的配置竞争而不断得以提升，区域内的车位配比情况已远远超过国际标准，均达到 1:170 m² 以上。

在保障和提升物业水平方面，聘请国际、国内知名物业管理机构进行物业托管或管理顾问是各写字楼项目普遍采用的手段，国际“四大行”世邦魏理仕、第一太平戴维斯、仲量联行、戴德梁行，选用较为普遍。

4.3 价格方面：

高铁区写字楼目前主要以销售为主，少有持有出租型写字楼，整个区域内各项目之间价格差别不大，除去少量处于行政单位周边楼盘价格达到 2 万元每平方米外，其余项目价格多维持在 1 万到 1 万 5 之间，即便是一线品牌企业或地理位置较好的绿地中心也仅仅是开盘之初打出 13900 元/平米的价格，更有个别项目低至 9000 元/平米，与区域内同地段不断攀升的住宅价格形成倒挂，根据目前区域写字楼的去化情况来看，未来几年区域内的写字楼价格难有较大的提升，后市写字楼市场竞争十分剧烈。

4.4 客户特点

因高铁区的规划及发展，市场上购买写字楼客户主要以投资型为主，借助高铁区的快速升值速度及较大的升值空间获取短期利益，其次是以自用为目的的购买者，且大部分为私企，集中在金融、贸易，工程设计与咨询，房地产行业，矿产、冶金及公务员、事业单位等行业；对品牌的认可度高，关注产品的形象、和品质等。

5. 高铁区写字楼市场存在的问题

5.1 集中入市，产品雷同，竞争压力大

在短短 2-3 年的时间内，高铁线以西区域土地几乎全部出让，受于政策压力，房地产开发企业必须在两年内完成开发，从而使得约有 85% 的项目选择在高铁前后入市，造成区域供应急剧增加。同时，各个项目对客户群的定位大同小异，产品品质雷同，又面临其他区域写字楼产品的竞争，去库存压力一时难以化解。

5.2 区域配套不完善，人气不足

高铁区位于主城区之外，多为生地开发，区域居住人群少，虽然政府在开发之初不断增加晚上区域配置，但是仍难以满足区域居住、商业、教育、医疗等方面的需求，难以摆脱对老城区生活配套的依赖，缺乏吸引其他区域人群到本区域的利益驱动因素，因此人气的缺失将制约区域的成熟。

5.3 开发资金紧张，价格战导致市场恶化

写字楼开发投资具有成本高，投资量大，回收周期长等特点，所以对开发商资金要求很高，尤其是在市场环境恶化的情况下，个别项目会出现资金回笼不力的问题，迫于资金压力，开发商不得以低价或者降价销售，最终造成的结果是购房者或投资者对写字楼市场失去信心，加剧市场恶化。

5.4 区域写字楼供应偏多，住房需求未有效解决

按照人均办公面积 8m² 计算，目前高铁区办公面积大约有 600 万方，那么未来该区域写字楼可容纳人数为 75 万人。若以可容纳人数的 1/2 计算，考虑到人们有在办公地点选择居住的要求，则该区域有 37 万人存在住房需求。但从目前高铁区住宅的建设情况看，住宅的供应远远不及写字楼的供应速度，再加上该区域已出让土地和已规划土地的性质大部分以行政办公、商业为主，导致这部分人群的住房需求问题未能有效解决。

6.对高铁商务区写字楼市场的借鉴

6.1 对政府部门的建议

根据当地实际经济情况，听取各专业人士意见，进行合理规划；按照市场实际去化情况有序放量，避免楼盘集中入市；增加相关配套设施建设，聚集该区域人气。

6.2 对开发企业的建议

作为开发企业，积极参与了解政府相关规划，并提出合理开发思路，共同促进科学规划出台；制定严格清晰战略规划，促使项目开发符合公司发展方向；认真详细了解市场，科学评估开发风险，有效控制现金流，保证项目在盈利的前提下成功开发。

6.3 对项目本身的建议

在详细市场调研的基础上，结合公司实际情况和市场需求，制定科学发展战略，合理定位开发产品，开发产品既不能过于超前也不能落后市场需要，太超前的产品开发成本高，

客户接受度低，过于落后的产品在市场上不能引起共鸣。在风险控制的基础上，进行实际滚动或赢利。



前期顾问 / Prophase consultant 代理销售 / Agent sales 策略推广 / Strategy promotion

- ✚ 尚正行房地产咨询有限公司
- ✚ 地址:郑州市金水路 219 号盛润国际广场东塔 7 楼
- ✚ 电话:60157867
- ✚ 网址:www.shangzhenghang.com
- ✚ E-mail:szhdcwb@126.com