

從日本社會看商業地產前景(二)



▲日本競爭激烈的商業戰場上，要透徹了解女性需求並非易事，不過，首要知道女性的消費特點是什麼？正是買百貨貨比三家，買車子只看漂亮



歐陽先聲

「人之初，性本善」，也有說「人之初，性本惡」。其實，人之初，既非善、也非惡，而是自私。自我、私利是人之本能，與生俱來。從商業角度看，人性本能是什麼？更好的生存，更美的生活。商業如何滿足合法守德的人性本能？

新城控股高級副總裁 歐陽捷

近日，筆者隨中房協商文旅分會、貿促會考察團巡遊了日本大阪、京都、東京商業，多個項目都有高管出面介紹，還與日本購物中心協會做了交流，收穫頗豐。以史為鑒，可以知興替；以鄰為鏡，可以曉未來。商業消費就是花錢的事，有錢才是生活，沒錢只能生存。
文接1日A15版

三、誰是商業消費主力客？

這似乎不是問題，但其實又是一個問題。現在，女性已是商業消費的主力軍，未來，女性幾乎就是包括購物和體驗的商業消費者的代名詞。過去，女人買菜做飯、料理家務、照顧老幼，居家消費都是女人的任務，但開銷的都是小錢。現在，家庭購物的決策權大多歸屬女性，大宗商品包括傢具、購房的決策主導權也逐漸向女性轉移，很多男人除了自己的車和手機，幾乎喪失了購物決策權。

我們過去說過，男人在外打拚，不知道孩子在哪兒上學、老人到哪裏看病、菜場超市是否就近、百貨商場是否方便。信息不完整，就會失去決策主導權。哪怕是出國旅遊，現在男性也很少出手購物，與其驚喜不成反受埋怨，不如少做一事自免煩惱。

銀座6的部長說：「女人的消費能力是很恐怖的。所以，凡是經營狀況好的商業無不盯住女人。」女人既為家庭消費，也為自己消費。無論是白天或是晚上、臨街酒莊或是酒店會所，都有日本年輕女子閨密結伴、喝酒聊天。有人說，孩子也是購物中心的人流發動機。此話不假。但是，誰帶着孩子來呢？還是女人。

女人的本性究竟是什麼？弗洛伊德曾感嘆：「雖然我花了三十年時間研究女性的靈魂，但有個問題我仍然無法回答：女人渴望得到些什麼？」從商業角度看，輕鬆愜意的生活，無微不至的呵護、安全無擾的環境、美不勝收的驚喜，都是女人極為享受的。女人的歡笑是給男人和孩子最好的禮物。但是，只有輕鬆舒心才能笑得出來。商業需要創造輕鬆購物、舒心休閒的環境，才能讓女人流連忘返、回頭再來。

女人需要關照，國內商業粉紅色的女王停車位、母嬰化妝間，深諳女性心理。在銀座6購物中心的貴賓停車室，大堂經理和門童的服務、寬敞舒適的等候

坐椅、阻斷窺視的休閒區，讓女人的安全感、依靠感油然而生。女人總是很享受被服務、被呵護的感覺。日本的服務可謂是細緻而貼心、尊崇且自然，不由得女人不讚嘆。女人誇張的表現慾望與生俱來，誇張的讚嘆正是自我感覺良好的急於展示。大阪心齋橋頭的電視大屏上，街上的人們進入了大屏，與在演播廳的主持人疊影互動，牽動行人紛紛拍照、錄影，女人更是尖叫連連。女人喜歡驚喜的感覺。商業的驚喜不僅來自於用心琢磨、極致創意，還在於精心打磨、開創先河，才能吸引女人的光顧。女人還喜歡結伴行動、並且樂於分享，為出彩的商業點讚更是樂此不疲。一旦商業場所為其所惡，商業口碑有可能就被很誇張地敗壞了。

在競爭激烈的商業戰場上，寧可得罪男人，也絕不要得罪女人。透徹了解女性需求並非易事，真正理解女人之人性其實更難，尤其對於男人來說。所以，做商業的女性操盤手很可能更具天然優勢，女人或許更懂女人。不過，女性有一點是共同的，那就是：對於流水桃花的美景、色香味俱佳的美食，女性是沒有抵抗力的。

女性的消費特點是什麼？買百貨貨比三家，買車子只看漂亮。

四、打造亮點緣何成潮流？

感性的女性天生喜歡綠色、花草、流水、清新自然。筆者曾經到湖北隨州考察商業，陪同的同事是一位年輕媽媽，筆者問她空閒的時候會帶孩子去哪裏玩？她說如果空氣不好的地方，她不會願意帶孩子去。京都有很多這樣的小巷餐廳，清新雅致、美輪美奐，充滿情調，引來衆多戀花蝴蝶般的女子。硬朗的石板、青翠的綠植、濕潤的潔淨，竹管滴水、石鉢回聲、開門迎客，無論男女，無不歡欣。

現在，日本越來越多地把美景引入購物中心。新宿OIOI購物中心幾乎就是百貨店的翻版，唯一不同之處或許就是8樓之上可以舉辦小型婚禮的屋頂花園。雖然，屋頂有點熱、風機聲也有點吵，筆者還是坐下來安安靜靜地寫了幾個小時。相比之下，大阪地鐵上蓋商業的屋頂花園顯得相當的精緻和細膩。大阪地鐵上蓋的商業廣場的流水拾階而下，光影漣漪、煞是好看。

東京TOKYU PLAZA購物中心的萬

花筒式入口，營造了夢幻般的奇妙感受。銀座6為了吸引客流，在室內做了跨越三層的瀑布動效，頗為逼真。它們還在屋頂做了一個綠蔭廣場和淺水平台，大人們可以在屋頂看書納涼，也可以與孩子一起親水戲耍。仔細一看，少有男子。

很多購物中心都有着非常龐大的水池噴泉，不僅成本巨大，而且難以靠近。但是，人類天性是親水的，如果不能走進小溪、觸摸流水、親近自然，這些水景的意義就會大打折扣。在京都最古老的寺廟清水寺，也有一處爬藤架，上面布置了網格狀的噴霧管，炎炎夏日、徐徐清涼，是真正的靜心寧神好去處。二子玉川RISE綜合體的屋頂花園完美縮微了二子玉川的自然河流生態，把河中小魚移入屋頂河道，還與東京大學聯合培育瀕臨滅絕的河床花草。

甚至還廢物利用屋頂設備間外一處邊角地，用作中小學生科普園地。最具示範性的當屬大阪的難波公園。為了滿足政府「最大化的綠植」要求，開發商犧牲了容積率，將建築斜砍一刀，實現了斷面最大的綠植。這裏小溪潺潺、花香瀰漫、拾階而上、鳥語啾啾，為來來往往的人們提供了小清新的小憩場所。花香宜人、美景炫目，讓女人邁不開腳步。

人類有着強烈的趨光性，對於女性來說，燈光更是夜晚的安全燈塔和夢幻的天馬行空。

不僅如此，幻想是女人的天性，夜市，讓女人更富有想像力，也為其帶來更美好的自我暗示。被稱為京都凱旋門的京都火車站，燈光台階巨大而絢麗，這裏還有特定時段的燈光秀。燈光台階多達上百階，20.88秒登頂或許是奔跑最快的，聰明的商家立銘牌為證，成為一景。

火車站大面積的玻璃幕牆折射弧形鋼結構支架，就像大鵬展翅，人居其間，猶如天使。「這裏好像是衆人聚集的充滿活力的家」，只是聽聽這句話，就能感受到女性的心馳神往和安全感受。

火車站的人流是車站商業的天然客流嗎？交通要道是人流必經之處。但是，真正好的商業要從差異化創意和人性化細節入手，才能牽動客流腳步、留住消費客群。

客流轉化是一門怎樣的學問呢？

（未完，待續）

貿戰和談 美國內部顯分歧

京東數字科技副總裁、首席經濟學家 沈建光



建言獻策

統「難堪」的意味。

年底有望達成協議

其實，這也是美國國內矛盾和分歧的一個集中體現。當前美國政界、商界訴求具有複雜性和多元性，即儘管當前美國政府中鷹派人士得勢，對中國態度強硬，對美國傳統盟友在經貿爭端中也毫不留情，但是美國政界和商界並非鐵板一塊。

例如，特朗普出於尋求2020年總統連任，在與中國談判中爭取更多利益，獲得更多支持，贏得大選是當下首要目標；美國政府中也有相對溫和派，對迅速升級中美衝突、強力打壓中國的手段和方式並不贊同；而在中國有大量業務和利益的美國跨國企業和團體在右派民粹聲中同樣難於發聲，漸進式修復和改善中美經貿關係中存在的不平衡和不對等，或許更符合這些集團的訴求。

此外，中美元首會晤後不久，有報道稱特朗普表示，向華為出售零件的美國公司應被允許繼續出售，為日趨白熱化的中美貿易爭端按下了暫停鍵，也為避免貿易戰蔓延至更廣泛的領域、防範經濟鐵幕落下，在談判解決中美貿易衝突提供了可能。

此次中美兩國元首在G20期間就重啓貿易談判達成一致，凸顯兩國元首級別的會晤對於處理中美貿易爭端不可替代的作用，回想去年12月初，同樣在阿根廷的G20會議上，「習特會」亦為當時不斷惡化的中美貿易爭端起到了扭轉乾坤的作用。

這也驗證了筆者此前的判斷，即雖然幾日前華盛頓郵報爆出中國三家銀行的美國分行在對朝鮮違反制裁的調查中拒絕接受傳票，被廣泛解讀為美方對華制裁蔓延不利兩國元首會晤，但在筆者看來，此事未必是特朗普政府為打壓中國的主動之為，反而很可能是一貫與特朗普「勢不兩立」的華盛頓郵報趁機製造不和諧音符，頗有讓特朗普總

展望未來，雖然中美貿易談判仍然面臨較大不確定性，但筆者預期接下來的談判，中方或許會更加明確特朗普在縮減中美貿易逆差方面的訴求，在加大進口，減少中美貿易順差方面做出改變；而美國方面，雖然當下美國經濟表現較好，但光鮮之下，經濟下行隱憂正在浮現。

例如，5月PMI（製造業採購經理指數）創十年新低、工業產值、耐用品訂單等經濟指標已進入負增長區間、美國工資增長日趨乏力。另外，伴隨着三季度中美前期兩輪關稅加徵對美國的負面影響進一步顯現，預期美方亦有可能加速中美談判進程，為年底中美達成經貿協議提供催化劑。



▲中美元首於6月29日大阪G20期間會晤，並同意「重啓經貿磋商協議」，此舉對環球經濟前景帶來極為重大的意義

港深賣地情況理想

Q房網香港董事總經理 陳坤興



樓語縱橫

價，部分地皮更創下該區的地價新高水平。

發展商審慎樂觀

香港的情況同樣是在備受壓力下創出高價，受早前修例風波的影響，更出現啓德商業地皮連訂情況，縱使如此，仍有多達6組發展商競投，雖然成交價較5月初批出的毗鄰地皮的樓面地價稍稍回落，但從現時樓面地價來看，發展商對後市仍然是審慎樂觀。

相信大家亦明白，深港兩地地地成績同樣理想，亦反映無論是本地發展商以至內地發展商均出現豐收。受惠於年初內地部分城市取消限購，加上內地房價持續上升，整體而言今年不少內房的售樓目標均較去年有所增加，賣樓成績理想之下，入市補充土地儲備的意欲亦自然增加。

香港情況就更為明顯，今年上半年整體新盤市場合共售出約1.15萬伙新盤單位，較去年下半年的7732伙大幅增加49%，而整體上半年新盤售樓收益高達1350億元，較去年下半年的1001億元大幅增加近35%。今年上半年對於發展商來說是豐收的一年，自然會積極買地作未來發展，發展商賣樓收益增，後市亦自然能夠審慎樂觀。

今年上半年已經過去，如果現一刻為上半年的樓市作一個小結，相信大家亦認同今年上半年樓市完全是「價量齊升」。整體樓價自今年初重拾升軌後，整體樓市交投亦持續活躍，新盤市場持續熱鬧的同時，發展商買地意欲亦轉為積極。

上周深圳推出五幅土地招標，競投氣氛激烈，被市場形容為「史詩式」賣地。

與此同時，上周啓德地皮亦剛以129.16億元，由中資華潤置地及保利置業高價投得，樓面地價亦高達1.808萬元，亦屬於市場預期的上限，港深賣地同告理想，是否為下半年樓市帶來良好的開局？

原來早半年前（去年12月19日）深圳才迎來罕見土地「流拍」，當時寶安區一幅地皮因無人競投而「流拍」，但上周深圳再以競拍方式拍賣五幅地皮（當中亦包括半年前流拍的一幅），最終竟吸引多達71組內地發展商參與競投，結果五幅土地的成交價均達至政府最高限