

10 年成功处置近百起烂尾楼工程

# 重庆让烂尾楼变成都市时尚坐标

□本报记者 李国 实习生 文江燕

近日，随着重庆最大一宗司法拍卖项目在重庆联交所成功竞买，这也宣告了重庆主城区的烂尾工程基本消灭殆尽。

记者日前从重庆联交所了解到，该项目原为重庆精才置业有限公司投资 12 亿元的“龙城港湾”房地产项目，按计划应在 2014 年 9 月底前开工，2017 年 9 月底前竣工。但至今，现场除有几幢临时工棚外，到处长满荒草，实际开发程度仅为“三通一平”状态，最终被重庆本土一家房地产公司以 6.59 亿元拍下，成为重庆司法拍卖交易进场以来最大一宗司法拍卖项目。

据了解，多年来，重庆市内多达百余处大大小小的烂尾楼始终清理不掉，它们大多形成于上世纪八九十年代。针对城市建设中出现的大量烂尾楼问题加之主城能开发的土地越来越少，重庆通过鼓励项目业主自行处置或实施资产重组、司法拍卖等方式，使得一些烂尾楼项目越来越吃香，乌鸡变凤凰的戏码正在不断上演。

## 烂尾楼处置缘何棘手

重庆漏丹大厦、菜园坝大江楼……这在当地都是颇为“有名”的烂尾楼，曾屹立十几年没动静。而在中国许多城市，被称为“城市疮疤”的烂尾楼工程可谓都是“顽固的风景”，成为中国房地产业起起落落的一个缩影。

探究其中的诱导因素，资金链断裂、规划失当、产品定位不准等可谓是造成烂尾楼产生的主要因素。但是，由于负载着大量债务的烂尾楼项目处理起来极为棘手。

近几年来，重庆通过多种方式将这些“烂尾楼”盘活，大大改善了城市形象和投资环境。据该市规划部门相关负责人介绍，为了优化土地利用方式和结构，重庆在主

城区房地产开发建设中，坚持“减量、整容、增绿、留白”八字方针，实现了集约用地，杜绝烂尾楼产生。同时还要求“上一个项目建设进度未达到 50% 的，不供应新项目用地”，严格执行满两年未动工开发的无偿收回土地的规定。

“政府对烂尾楼处置力度加大，开发企业不敢轻易搁浅楼盘，主动转变开发理念，尽量贴近市场，贴近消费者。”重庆东原地产负责人袁先生说。

据悉，在近年来处置烂尾楼的行动中，诚信档案的建立可谓功不可没。重庆市逐步将烂尾楼原业主列入“不受欢迎名单”上网公示，并且加以后续处理——此类业主凡申请新项目，有关部门不予立项、不予规划许可、不予审批土地。

“一旦上了不诚信档案，就意味着开发企业彻底出局。”接受记者采访的多位开发企业负责人表示，“房地产开发是一个循环的过程，做好了，口碑效应使得锦上添花，良性循环。做坏了，特别是烂尾，则使得企业恶名难消。”

## 成商圈的标志性工程

记者从重庆市建委住房处了解到，2001 年全市统计共有 100 余处烂尾楼，时至今日已成功处理了 95 处。

“早些年遗留下来的烂尾楼或由政府出面，或由开发商接手，现多已在市场上消化掉。目前还存在的烂尾楼已经很少了。”重庆新中地产总经理何伟坚如是说。

市建委专家称，倘若烂尾楼工程理清了债务债权纠纷，重新找到合适的定位，就会实现“乌鸡变凤凰”。

记者在调查了解到，在处置初期，重庆市鼓励项目业主自行处置烂尾楼，督促项目业主在规定时间内提出可行的处置工作方案，报主管部门审定后，在政府的监督下组织

实施。与此同时，允许项目业主在先行完成拆迁安置任务的情况下，进行联建或转让。对于项目业主自身无力处置的，由项目业主提出申请，经主管部门审核后，政府可以帮助进行处置。但由于这些工程债务关系复杂，重庆市多采取重组方式，即进行分门别类的债权债务重组、法人重组和资产重组。

重庆江北区曾是烂尾楼的重灾区，全区共有此类项目 16 个，建设规模总量达 100 万平方米。位于该市观音桥商业中心区的正源大厦便是其中一个烂尾项目，建筑面积 47791 平方米，1997 年开发建设，在完成地下工程和主体工程 28 层后，项目业主拖欠施工单位、银行及投资公司 1.17 亿元。由于项目业主无力偿还欠款，也无法引入新的资金，工程被迫停工。最终，江北区政府引入香港世纪金源集团，对工程进行重新装修和定位，同时对周边环境进行了大规模改造。如今，这个困扰政府多年的烂尾工程已打造成集住宿、购物、休闲、娱乐于一体的星级酒店，成为江北商圈的标志性工程，在某种程度上说已经成为地标。

定位不清晰、经营业态同质化、渐失吸引力

# 紧盯年轻人：广州地下商场谋变

□本报记者 叶小钟 实习生唐丽

当下，随着广州地铁交通的日渐发达，地下使用空间扩展的速度也越来越快，据《广州市城市总体规划（2011~2020）》显示，到 2020 年，广州的地下商业空间面积将达 800 万平方米。在这种情况下，越来越多的地下商场应运而生。

## 迎合年轻人的消费习惯

在广州，已开通的主要地铁站地下商场约有 16 个，如流行前线、地王广场、时尚天河、天河又一城、花城汇等。其中，流行前线是广州市内首家与地铁直接连通的大型商场，地处广州市中心。对很多“老广州”来说，这里都满载着年少时的回忆，包括流行前线在内的中山三路商圈曾是广州“潮人”的必逛之地。然而，在土生土长的广州人小李眼里，流行前线已不再“流行”。“现在看来就只剩交通方便这一点，已经没有什么能吸引来人的特别之处了。”

记者在流行前线走动发现，目前商场内店家经营业态有服饰、餐饮、玩具、美容美甲等。有一部分商铺占据中段优势位置，但处于关门状态，铁门上贴有写着“装修待业”“旺铺转让”的纸条。

“现在谁还到商场买衣服买鞋子？都网购去了，只有卖吃的大家才愿意走过来尝试。”这位店员认为，近几年地下商场做餐饮的越来越多，也是为了迎合年轻人的消费习惯。

而广州的另外一家地下商场——地王广场却在升级改造之中，据商场客服中心工作人员介绍，此次改造主要围绕萌宠、VR 体验等主题开展，除了零售之外，增加了 VR 科技体验馆、二次元动漫等体验感强的业态。“以前零售商铺也很多，现在很多商场都在主打餐饮、体验式消费，以这种业态吸引年轻客人，同时，进行升级改造后，经营业态更加符合我们公司的经营定位。”商场客服中心工作人员表示。

据了解，国庆节期间一家大型动漫体验馆进驻地王广场负三层，新奇的装备、炫目的店面设计吸引了不少人的目光，店内已有几人付费在体验，一些人站在店外围观。这种游戏型、动漫型体验式设施在各大地下商场均可找到，被吸引的大多为年轻消费者。

## 转战餐饮和体验式业态

零售业受电商挤压，体验式消费和餐饮业态似乎成为不少地下商场的“救命稻草”，在广州各大地下商场内，奶茶店、特色小吃等

餐饮店大都开得密麻麻。

一般而言，地下商场的消费群体以 15 岁至 35 岁的年轻人居多，而新奇的体验式游戏、异国料理尤其符合当下年轻消费者追求新鲜的消费心理。

地下商场店铺零售还面临承担各种成本、地面商圈竞争等挑战。广州是传统的商业大都市，北京路、天河城、江南西等地上传统商圈早已确立地位，市民固有的消费习惯已经定型；虽然部分地下商场有连通地铁站的优势，但由此所带来的人流大多只为过客，难以支撑一个大型地下商业体的发展。在目前已有的地下商场中，除了个别项目外，大多数定位不清晰、经营业态同质化较为严重，没有形成鲜明的个性，也没有很好地与所在商圈产生互动。记者了解到，前段时间，时尚天河全新开放的三条新街区，推出怀旧骑驴巷、逼真蜡像、旋转木马、有轨电车等展览，一些店铺的装修仿照北方古房屋，一时间吸引了大批人前去参观、光顾。有业内人士分析，差异化的商场经营才能获得突围而出的机会，吸引消费者的光顾。

## 并非没有转机

随着电商的迅猛发展，传统零售消亡论

## 上涨行情下优势显现

除了采取法律手段进行公开拍卖外，“烂尾楼”还需要注入新的生命力。

重庆商业地产委员会副秘书长、美城公司董事长谢雯妍认为，“普遍使用的手段是通过包装变脸，做成半公益性质，如包装成与文化、旅游、艺术相关的产品。运用得最多的还是通过资产重组，引入资金盘活资产。”

如今，随着一个个烂尾项目的盘活，长期缠附在烂尾楼身上的各种债务、纠纷得以理清或处置，许多烂尾楼项目经重新包装和定位后，开始焕发出勃勃生机，吸引着众多的投资者进入，昔日无人问津的“半拉子工程”变成了资金追逐的“香饽饽”。

重庆同立集团负责人张能杰认为，一些地处主城区商业繁华地带的烂尾楼，商业及办公环境的发展前景都是卖点，开发商获得成本相对较低，接手这类项目比较划算。与新盘比较，烂尾楼依然具备独特的优势，选址大多在成熟区域，地块位置总体不会太差；在报建、打地基等前期阶段可节省不少时间，后续

## 冲击

当互联网全面深入人们的生活，越来越多消费者的购买行为逐渐脱离实体店铺，消费市场格局也由此发生改变。

根据相关机构发布的数据显示，网购的品类主要集中在服饰饰品、化妆品、数码电器等标准化电子产品。也就是说，受电商冲击最大的是传统零售业，服务业态和体验业态尚不明显。

业内人士表示，因为电子商务标准化商品的价格越来越透明，最终比拼的就是电商的供应链和规模，而线下商家将不再具备价格优势，还要面临高企的成本压力。传统零售不会消失，但可通过提高服务质量，提升消费者的体验愉悦感，进而实现线上和线下的结合，这样才能留住更多的消费者。



推动农产品生产流通企业与电子商务企业全面对接，打造以电子商务企业为主体的新型农产品供应链

# 我国农产品电商交易额突破 1700 亿元

据新华社电（记者于佳欣）截至今年 9 月，全国农产品电商交易额突破 1700 亿元。下一步商务部将通过促进农商互联，统筹五大联通工作，提高整个农产品流通供给体系的质量和效益。

这是记者 10 日从在山东潍坊召开的全国农商互联启动大会上获悉的。商务部数据显示，我国农产品在线经营企业和商户达

100 万家，预计全年交易额将超过 2200 亿元，占整个电商交易额的比重从 4.6% 上升到 6.2%，增幅达 35%。

商务部部长助理王炳南表示，尽管农村电商发展迅速，但部分地区还存在农产品买难卖难和农产品难以满足消费者需求的现象。“农商互联”就是推动农产品生产流通企业与电子商务企业全面对接，线上

## 志高联手中国人保推出“全民体验计划”

本报讯 借 2017 冷年新品上市发布契机，9 月 23 日，作为空调业“四大家族”之一的志高，联手中国人保以 40 亿元保额推出全民体验计划，公开向社会承诺：凡在 2016 年 10 月 1 日~2017 年 9 月 30 日期间购买任何一款志高“智能王系列、工匠大师精品系列”空调的用户，自购买之日起一年内因产品质量导致的故障问题均可获得 200 元的“品质保证奖”；同时，凡对志高空调产品提出改善建议并被采纳的用户，则可获得 1000 元的“产品体验改善奖”。

对此，志高集团董事局主席兼总裁李兴浩表示，此次全民体验计划的推进，将充分借助中国人保的品牌与实力为志高空调智能王系列、工匠大师精品系列等产品品质保驾护航。除大打消费者体验擂台外，志高空调在同一天还发布全新升级的志高智能王 3 代新品，以高品质、新技术和智能化引爆注意力。“我们希望通过打擂台这种方式，感受志高空调的品质优势和技术底气，并带动整个产业朝着高品质化、高端化的方向持续转型。”李兴浩如是说。（金亮）

## 静音环保门锁为家居市场带来新亮点

本报讯 “静音门锁”发布会日前在广州举行，来自中国工商联、中国五金制品协会、中国室内装饰协会等机构的领导出席发布会，这一创新成果受到行业专家的好评，称其为行业填补了一项空白。

作为中国门锁行业的龙头企业，推出“静音门锁”的广东名门锁业有限公司，在潜心研究市场需求中发现，随着生活水平的提升，消费者对“静音”环境需求越来越迫切。对此，公司提出了“静音、精心、静生活”新理念，决心为消费者创造最舒适、贴心的产品。为了实现这一新突破，公司引进人才，与国内外研发机构合作，通过嵌入高强度静音胶圈和斜舌导套、专利扣板弹片设计等多重静音处理，实现了开关门噪音降低 60%。另外，为了实现更理想的静音效果，他们经过上万次的测试和试验，又研发出静音关门器和静音三维可调合页，这样与静音门锁一起组成静音门锁系统，成功生产“静音防撞器”“静音合页”“静音门锁”等产品，受到市场的广泛认可。（刘耀华）

## 智能战略转型助推长虹品牌价值提升

本报讯 由世界品牌实验室和世界经理人集团共同编制和发布的 2016 年《亚洲品牌 500 强》排行榜于 9 月 26 日在香港揭晓。长虹继续蝉联亚洲品牌 50 强。

“长虹此次位列《亚洲品牌 500 强》排行榜前列，得益于其智能战略转型、产品结构优化及国际化战略的推动实施。”长虹有关人士表示，智能化、网络化、协同化的“新三坐标”智能战略转型成果的落地，以及长虹管理改革、经营改革、资源分配改革的系统运营，使长虹品牌价值进一步提升。长虹目前已经形成了以巴基斯坦、印度尼西亚为基地的南亚、东南亚开拓区，从捷克工厂到意大利营销公司的欧洲生态链，以及以迪拜为基地的中东生意线。截至目前，长虹已在印度尼西亚、捷克、西班牙、德国、巴基斯坦等全球 19 个国家和地区设立了工厂或营销中心。2015 年，实现海外业务收入超过 150 亿元。（东升）

## 北京市建筑技能大赛开赛

本报讯 10 月 11 日，由北京市住房和城乡建设委员会、北京市人力资源和社会保障局主办、中国建筑第二工程局有限公司承办的 2016 年北京市建筑工匠技能大赛工程电气设备安装调试工竞赛在中建二局北京分公司丽泽金融商务区项目开赛。

据悉，本次大赛面向在北京市施工的建筑从业人员，分砌筑工、钢筋工、测量放线工、工程电气设备安装调试工和管工五个工种进行比赛。各级竞赛总分均由占比 30% 的笔试环节和占比 70% 的实操环节两个部分组成，取得决赛前五名且理论、实操两项比赛成绩均合格的选手，核发国家一级职业资格证书，取得决赛第一名的选手，授予“北京市技术能手”称号。（文青）



## 红木加工厂

## 好木工月薪上万

红木家具是中国家具的符号性标志，以其独特的魅力传承和发展着中华传统文化之美。一般而言，红木家具的打造，要经过设计、选材、裁料、烘干、雕刻、组装、打磨、油漆上蜡等环节，这些生产工序紧密相连，对于成就红木家具的使用价值和艺术价值都起着重要作用。在红木加工厂，好木工的收入很高，一般都月薪过万。图为陕西西安长安南路一红木加工厂，工人们在热火朝天地干活。

视觉中国 供图