

城市的力量 城市建设专刊



掌上张家界



腾讯新闻·张家界

■ 指导单位：张家界市城市建设工作委员会

■ 主办单位：张家界日报社
张家界市住房和城乡建设局

■ 成员单位：张家界市自然资源和规划局
张家界市城市管理行政执法局
张家界市经济发展投资集团有限公司
永定区人民政府
武陵源区人民政府
慈利县人民政府
桑植县人民政府

■ 联合承办：区县各城建口单位
张家界报业传媒发展有限公司
张家界绿城房地产开发有限公司（南城金座）
张家界湘银置业有限公司（天门壹号）
浙商置业投资股份有限公司（山水印象·洞庭）

城市区域系列报道之二

阳湖坪组团：

城市的东大门

根据城市未来发展规划,张家界将按照 旅游西优、城市东拓、轴带发展、组团布局 的空间发展策略,形成以澧水河为轴带、八个组团和一个城市功能新区的空间布局结构。

旅游西优 :中心城区的旅游职能主要沿澧水河向现状城区西侧的且住岗、荷花和枫香岗方向拓展,建设功能完备、设施一流、国际水准的综合旅游服务片区。

城市东拓 :中心城区的城市中心地职能主要沿澧水河向东部阳湖坪方向拓展,调整与优化现状中心城区的城市空间结构,逐步疏解老城人口与职能,完善城市基础设施,强化中心城区的综合竞争力。

轴带发展 :中心城区以澧水河为发展轴带。向东为城市职能拓展轴,向西为旅游职能拓展轴。

组团布局 :因借自然山水格局,沿主要河流水系两岸有机布局八个城市组团和一个城市功能新区。其中,八个组团分别为永定组团、南庄坪组团、官黎坪组团、西溪坪组团、阳湖坪组团、且住岗组团、荷花组团和枫香岗组团;一个城市功能新区:沙堤片区。

目前,区域开发促进城市发展,项目打造领跑区域建设,各大连组及区域争相实现大跨越。

按照规划,现在的阳湖坪组团将以 一心、两

轴、三片 的总体布局,变成未来的资源节约、环境友好的科技工业园及高端品质的生活服务配套区;张家界市重要的旅游商品研发、生产和集散中心。

规划结构

一心 即位于规划区中部的综合服务中心。

两轴 即由沿科技路-张联公路东西发展的和沿高速公路连接线南北发展的两条主要轴线组成。

道路交通规划

对外交通 :主要为常张高速公路和正在建设的张花高速公路,构成规划区对外联系的主要通道。张联公路的建设以及屈家坊路与绕城线的对接将进一步缩短了与张家界市区的距离。

路网结构 :总体形成 一横三纵两环 的道路骨架。一横 科技路(张联公路),三纵 屈家坊路、高速路连接线、致富路,两环 东环:白鹤路-沿江路,西环 社溪路-一家张路。

绿地景观规划与城市设计

绿地生态结构:一山、两水、多点、多廊 的结

构。

一山 :保护规划区西侧、北侧的武陵源山脉植被,形成良好生态环境。

两水 :严格保护澧水、社溪及周边控制地带,以保持水土,形成活力空间。

多点 :建设规划区内的四片公共绿地及两个广场,中心公园、社溪公园、前社公园、屈家坊公园、半山公园、社溪广场、科技广场、独子岩广场等公共空间,供人们游憩。

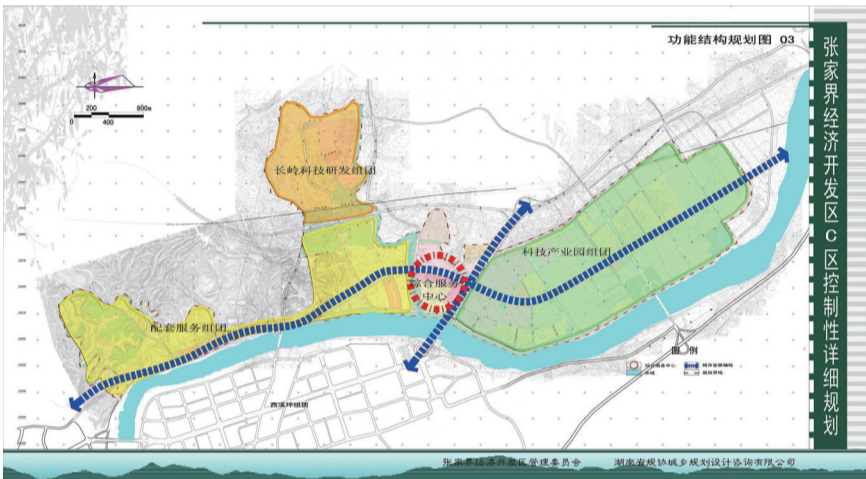
多廊 :建设科技路-张联公路、致富路、太溪口路、高速公路连接线等道路防护绿带,以保护环境,美化园区。

城市风貌 :分为三区

核心风貌区 高速公路连接线西侧的公共服务设施区。

山水人居风貌区 高速公路连接线以西,张花高速以南以及西部的红壁岩片。由社溪滨水风貌区、澧水滨水风貌区、生态林地风貌区以及山地居住风貌区构成。

产业风貌区 高速路连接线以东的工业、物流组团。



张家界经济开发区C片区控制性详细规划 功能结构规划图



张家界经济开发区C片区控制性详细规划 绿地及景观风貌规划图

业内新闻

新时代房企发展面临四维转型

随着房地产市场整体环境的变化,传统的以获取土地为中心的赢利模式越来越难以支撑房地产企业的持续发展。这就要求房地产开发企业根据企业所控制或拥有的资源与核心竞争能力等对传统的赢利模式进行创新与转型,促进企业的持续发展。

十九大报告提出,坚持 房子是用来住的,不是用来炒的 的定位,意味着房地产功能将发生转变,由其过度衍生的投资投机属性回归到基本的居住属性。当前,中国正迎来第三次消费结构升级,消费者对于品质生活的强烈需求,将是新时代房地产高质量发展的最大驱动力。同时,消费结构升级也将使房地产市场绿色产品的增值效应更加明显。面对宏观经济的巨大变革,房地产行业发展即将进入新时代,房地产开发企业的发展战略也将面临开发理念、盈利模式、产业方向、产品结构等多维转型。

转变开发理念

树立城市运营商的理念。所谓城市运营商,是指围绕城市的总体发展目标和发展规划,充分运用市场化的机制和手段,通过发挥企业产业优势和资源优势,结合城市发展的特殊机遇,在满足城市居民需求的同时,使自己的开发项目能够成为城市发展建设的有机组成部分的经营开发商。当前房地产行业已经进入了以资产管理为主的阶段。随着城市发展脚步的加快,政府在土地出让时也附加了如产业化等运营上的要求。同时,一些具有新概念、新定位、新功能的新城建设也在加大布局建设。如雄安新区的建设、粤港澳大湾区世界级城市群建设等,都为房地产企业提供了参与城市空间再造的机遇。在坚持 房住不炒 的前

提下,房企把发展模式向城市运营商转变,最终能够把经济效益和社会效益有机统一起来,从而获取更多的发展空间。

向土地综合经营者转变。在房地产业发展初期,房地产企业比较重视土地获取与开发、房地产产品的生产和销售,而忽视了对产品规划和物业管理等等。经过二十多年的发展,房地产商品化程度已大大提高,企业间竞争也越来越激烈,消费者对房地产商品的结构、建筑风格与环境以及物业管理等方面提出了更高的要求。尤其是中央提出加快住房保障体系建设,大力发展住房租赁市场的发展方向,房地产开发企业从单纯的土地开发者向土地经营者转变,从而改变开发的短期行为模式,最大限度地体现土地的价值,并给公司带来平稳的现金流,保证公司的持续性发展。

转变盈利模式

随着房地产市场整体环境的变化,传统的以获取土地为中心的赢利模式越来越难以支撑房地产企业的持续发展。这就要求房地产开发企业根据企业所控制或拥有的资源与核心竞争能力等对传统的赢利模式进行创新与转型,促进企业的持续发展。

向低成本规模化发展战略转变。房地产企业在发展过程中单独依靠圈地就能获取暴利的时代已经过去,因此低成本策略将是保持企业具有核心竞争力的一种重要策略。针对开发周期长、资金流量大、流程多的房地产企业来说,需要拥有严格的成本管理制度,制定科学合理的管理方法和管理程序,特别注重规模经济发展对降低企业成本的重要影响。在房地产资产化和消费结构升级的双重压力下,房地产行业市场集中度也不断提升,越来

越多的中小房企将被迫面临被收购的境遇,房地产行业呈现规模化聚集与并购频发的局面。在成本控制方面,大型房企可以凭借规模化优势,来控制开发及运营成本,规模化达到一定程度后也有利于降低成本。因此,房地产企业在发展过程中需要准确把握行业发展趋势,在充分发挥规模化优势的同时,积极向低负债、低杠杆、低成本、高周转的 三低一高 发展模式进行转变。

向持有型物业运营转变。随着第三产业的加速发展,市场对商业、写字楼等物业的需求将迎来快速释放过程,从而为持有型物业提供了广阔前景和良好机遇。未来房地产市场将逐步进入存量房时代,房企也由买地卖房以赚取资产升值收益的重资产模式走向赚取增值服务收益为主的轻资产模式。随着房地产开发企业的资金实力大大增强,不少房地产开发商将可持有物业纳入未来发展的战略规划。房地产开发企业投资商业地产并进行持有,为企业提供长期稳定的现金流,可以有效提高房企抵抗房地产行业周期性风险的能力。

转变产业方向

关注特色小镇发展。2018年中国城镇化率已经达到59.58%,已经进入了城镇化减速期。根据发达国家经验,这一发展阶段将逐步形成都市圈和城市群,环核心城市的卫星城及卫星镇将得到核心城市溢出的产业和人口资源,从而实现快速发展。2016年,住建部、发改委和财政部三大部委联合发布通知,到2020年,将培育1000个左右各具特色、富有活力的特色小镇,引领带动全国小城镇建设。在当前宏观政策环境日益趋紧、房地产市场竞争力日趋激烈的背景下,大城市+特色小镇的发展模式

有望成为推动区域经济发展的一种新模式,房地产企业应从发展战略的高度介入特色小镇这一城镇化模式,从传统的房企变身产业地产运营商,实现自身转型升级。

注重绿色地产发展。生态文明建设理念深入人心,绿色发展成为国策。尤其是当前正面临第三次消费结构升级,使得房地产市场绿色产品的增值效应凸显。在推进新型城镇化和向可持续发展的经济转型过程中,建筑行业将成为影响城市经济转型的决定性因素。从2013年国办发1号文《绿色建筑行动方案》,到2014年3月《国家新型城镇化规划(2014-2020年)》提出到2020年城镇绿色建筑占新建建筑比重要达到50%,再到新版《绿色建筑评价标准》正式实施,从政府层面推行绿色地产已经成为房地产行业发展的方向。

转变产品结构

现在的房地产产品,无论是结构设计,还是功能分布,与几年前都不可同日而语。过去十几年来,房地产产品形态发生了巨大的变化,而且这种加速升级换代的趋势还会持续下去。这种升级是房地产行业本身发展的必然趋势,也是中国进入新时代以后,我国社会主要矛盾的改变对房地产企业的要求。未来我国商品房市场、商业地产市场,市场竞争会越来越激烈,产品升级换代的速度会进一步加快。

功能多样化。所谓产品功能多样化是指一个房地产项目要兼具多种使用功能。例如,传统住宅项目的主要(甚至是唯一)的功能就是居住。事实上,除了居住需求和最基本的购物需求外,居者还有教育、健身、社交等其它需求。越来越多的房地产企业开始在做好产品

硬件的同时,注重了社区软环境的打造,在社区、写字楼中设计了空间共享、交流互动等和谐元素,改善社区日渐疏远的邻里关系,激发社区活力,提高产品品位和吸引力。如,社区中晨练场所、健身会馆、高端读书会等公共共享空间。此外,近期比较热的社区O2O也是为了满足住户多样化需求。此外,住宅不仅是栖息之所,更是生活平台。鲁能开发的鲁能7号产品,为社区有机打造了体育元素,吸引了更多客户群体的关注。

需求智能化。在社会信息化进程日益发展的今天,人们对自己住宅的关注已不仅仅局限于居室面积、周边自然环境、交通等方面,而是把更多的兴趣和注意力放在与外界沟通、信息服务、安全防范、生态智能等方面。随着地产+科技的融合,房地产产品科技化趋势日渐明显。人们对智能、生态、节能、恒温、恒湿、恒氧等科技元素的青睐,将会加速房地产产品的转型升级。目前,房地产行业明确提出了绿色地产战略,房企有二十多家。生态、节能等科技概念还是当下少数楼盘的亮点。但是在不久的将来,随着生态理念深入人心,这些都可能成为房地产产品的标准配置。按现在日新月异的技术进步速度,或许在未来几年内,融合智能手机、智能家居的物联网概念将会成为房地产产品新趋势。

除了功能多样化、需求智能化、建设标准化等趋势外,物联网、个性化、定制化也将是房地产产品的未来趋势。

(据新华网)