

2016 园区招商更加倚重联盟力量

■ 本报记者 王金骥

刚刚过去的2015年,随着产业地产、产业园区的快速发展,预示着产业园区基本上已由3.0时代过渡到4.0时代。

对这个“新时代”,由中国产业新区发展联盟、中国产业新区研究院、搜狐焦点产业新区联合发布的《2015中国产业园区招商信心指数报告》(下称“报告”)认为,“新时代”将深刻影响着园区运行的发展策略,其中,外部的产城融合,内部的产学研一体化推进,都将作为未来园区长足发展的支撑点。对此,中国产业研究院研究员肖楠分析认为:2016年产业园区要想获得更大的发展,依然依赖于精细化的定位和服务、高端专享的环境创造、信息化平台建设、产城融合的深化以及产业园区的广泛联盟。

产业园区预期好

《中国企业报》在此前的多篇报道中,被访者对产业园区未来的发展普遍看好。这种观点在“报告”中再次获得印证。

“政策利好产业地产发展,这是从调查中得出的结果。”肖楠介绍,全国调查的产业园区发展整体的宏观政策环境,也就是景气指数,表现为明显的上涨。这项指数比2014年增加了4.43个百分点,同时对2016年的预测指数,比当时做的2015年预测指数要高出6.23个百分点。

数据反映,产业园区发展的政策、宏观环境是明显向好的,园区工作人员针对2015年产业园区的景气情况,认为更好的比例大幅度上升,对2016年的预期也明显更加乐观。

2015年,是整个经济产业结构的大变革时期。尤其是在房地产开发投资、基础建设投资开发领域,之前靠土地增值和资金杠杆赚取利润的时代已经结束,系统化建设、精细化管理、专业化运行的产业园区,越来越受到园区运营商的青睐。

有观察家分析指出,有越来越多的房地产上市企业将要退出或剥离

地产业务,纷纷布局新业务,尝试资产管理模式的转型,深入挖掘生产、生活等实体消费领域的潜在需求;一些龙头企业,也从专业住宅开发,开始转向城市服务配套商,涉足文创产业、社区教育等方面,而更多的企业转向专业的产业园区开发。其中,万科、绿地、富力、碧桂园、招商局、绿城等房企巨头,均涉足产业地产,有的已成立专门的事业部,投身产业园区建设和发展。

五大领域更乐观

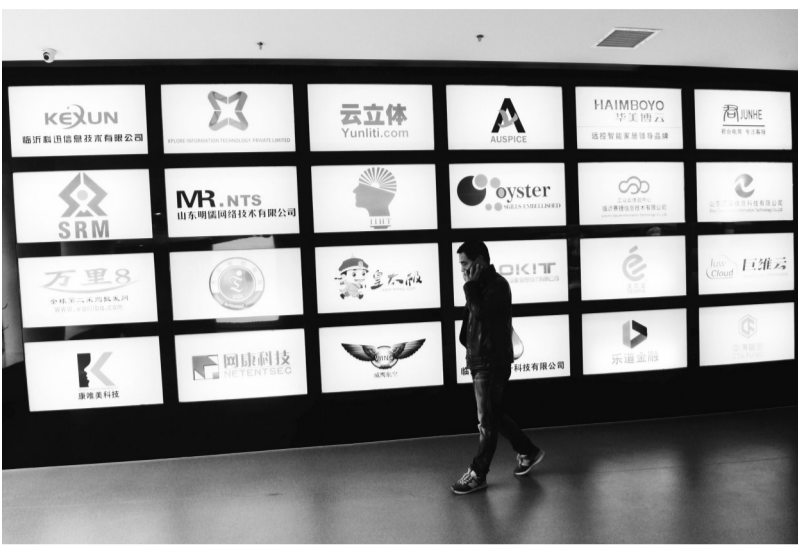
过去一年,利用政策动能,各级政府都在积极培育新的经济增长极,都在深入推进区域发展战略。对此,“报告”的组织者也做了详实的前期调查。

“报告”指出,在继续实施西部开发、东北振兴、中部崛起、东部率先的区域发展总体战略的基础上,“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带和新型城镇化的战略深入推进。

根据“一带一路”战略,对于陆路走廊沿线城市和港口城市而言,跨国的产业合作成为重要趋势,辽宁、浙江、福建、广西、陕西等省份都着眼于布局引导企业布局“一带一路”投资,境外经贸合作区、跨境经济合作区、境外工业园区、产业园区的建设、投资继续加速。

目前,中国与俄罗斯、白俄罗斯、巴基斯坦、哈萨克斯坦、土耳其、匈牙利、阿尔巴尼亚等诸多中亚、欧洲国家投资共建工业园区,为深化合作创造了良好条件。但从总体来看,对外合作领域均以高端制造业、消费品加工工业为主,因此,对沿线城市的中国园区来说,更加注重服务的现代物流业、现代金融业、电子商务业、科技服务业、养老健康服务业等五大领域,更值得地方政府、园区运营商和房企关注。

当然,除了上述五大领域,“京津冀一体化”战略的推进,也将相关的产业地产、产业园区创造热点。记者从2015年11月份举行的“2015京津冀产业转移系列对接活



企业园区联盟是大势所趋

动”上了解到,在京津冀产业转移会上可以明显发现,“三轴”(京津、京保石、京唐秦)所指向的廊坊、唐山、秦皇岛、保定、石家庄、邢台等城市是产业转移最重要的承接地。经济要素将向“三轴”上的城市和城镇聚集,其中,北京经开、联东U谷、中关村创业大街、天津武清商务区、天津上仓工业园、河北工业大学国家大学科技园(保定)园区、百世金谷、廊坊龙河高新技术开发区等诸多工业园区,对2016年的运营预期都比较乐观。

存量园区有机会

2015年5月“中国制造2025”行动纲领发布,文件明确我国制造业的发展将瞄准新一代信息技术、高端装备、新材料、生物医药等战略重点,引导社会各类资源集聚,推动优势和战略产业快速发展,围绕先进制造和高端装备制造,重点实现包括新一代信息技术产业、高档数控机床和机器人、航空航天装备、海洋工程装备及高技术船舶、先进轨道交通装备、节能与新能源汽车、电力装备、农机装备、新材料、生物医药及高性能医疗器械等十大战略领域的突破。

纲领发布后,工信部明确表示,“中国制造2025”在推进实施的过程中,一定要避免出现新一轮的重复

建设。对于诸多的已建成园区而言,这无疑释放出利好消息。

“中国制造2025”行动纲领落地,会促使大量的存量企业提高创新能力,加大投入生产,也会催生一大批新生企业进入此类行业。这对成熟的产业园区,就形成了实质性的需求。对地方政府而言,对纲领的落实程度或将计入政绩考核,地方政府对产业园区建设规模的把控,就会考虑到纪检、审计的后续影响。所以,在现有的政策环境下,纲领的实现可能更多依托现有的产业园区,对于各地的产业园区而言,如何准备好专业的管理人员、园区服务、产业配套、基础设施等,是决定能否在“中国制造2025”纲领落实中,分得大块蛋糕的关键因素。

此外,国家级产业园区的发展,对现有产业园区也形成了良好的外部拉动。

2015年4月湖南湘江新区成立,6月南京江北新区成立,9月福州新区成立、云南滇中新区获批成立,12月哈尔滨新区成立。

“国家级新区批复成立,是产业园区规划建设的重要战略选择。”肖楠说,相较于其他区域,国家级新区拥有优越的招商引资环境,强大的投融资保障,完善的配套设施和较为广阔的发展战略规划,对产业园区的扶持力度较强。国家级新区将会成为未来产业地产的集中进驻区。

园区招商 各具情势

2015年以来,国内经济整体下行压力持续存在,各地园区受内外环境影响,招商引资遇到的挑战各有不同,这对园区运营者的信心造成一定冲击,但是总体看多数还是持乐观态度,认为未来的园区运营机遇多于挑战。以下是参考《2015中国产业园区招商信心指数报告》,对部分地区的产业园区做出的舆情分析。

北京

- 未来北京的招商环境会越来越好,但厂房的应用会逐渐减少,因为以后的企业多为高精尖,相对工业地产会很难生存,招商难度增加;
- 目前市场形势不太好,京津冀一体化的产业政策背景下,对落地企业要求严格,实体经济有待转型。附加值低的企业大都迁往外地;
- 对于互联网衍生下的物流、仓储需求增加,新兴产业对于产业园区需求增加,工业产业发展对园区的新增需求有限,购买力也在持续下降;
- 中关村区域写字楼面积供不应求,随着近两年写字楼供应量逐渐增大,竞争日益激烈,如何突出产业园特色及争取最大限度的政策支持是园区招商的重点。

天津

- 政策支持不足;
- 宏观经济呈下行趋势,企业投资意向较弱,持观望态势;
- 周边配套仍需继续完善,需继续提高企业服务的水平。

河北

- 信息不对称,有需求的客户不知道园区或对园区能提供的服务了解不全面,造成入驻意向缺乏;
- 招商有效手段不多,有效分配有限招商员工资源的途径不足;
- 产业结构升级后,入驻企业对结构升级有适应的过程,入驻企业产品销售额持续下滑。

辽宁

- 入驻企业对园区的宣传力度不够;
- 周边配套基础设施不足。

山东

- 国家总体经济形势下滑,波及行业较广,造成大量企业倒闭,租赁市场供过于求;
- 区域周边配套不足;
- 规划用地手续不规范,容易引发社会矛盾;
- 财政预算制度不完善,导致对招商引资扶持力度缺乏约束。

长三角地区

- 产业集聚度需求越来越高,企业更加关注上下游企业资源及人员招募的容易程度,当地人才结构和支出是企业落地的重要决策依据,一线城市人才回归也是当地产业园区发展的重要支持;
- 园区需要资金进行改造升级,使园区设施能更好地适应客户需求,并为创新创业企业、个人提供更好的服务;
- 产业园区同质化严重,垂直领域服务能力不强,竞争力和服务提高困难;
- 多数园区仍旧为政府主导型园区,社会参与度不高,即便有部分园区引入市场化专业机构来辅助运营,在运营主导权上也存在一些问题,例如产权与使用权的划分,造成话语权的差距;
- 知名度不够。

珠三角地区

- 由于经济大环境的影响,企业业务有所萎缩,企业空间成本的缩减对产业园区招商造成了一定的困难。针对本区域来说,本身经济地位仍处于高速发展阶段,产业园区资源的分布不均匀,产业园区之间的不良竞争加剧,也是影响招商的一个主要原因;
- 本区域的特点是人力成本、企业运营成本较低,且具有一定的经济战略地位,对于科技、文化行业来说是企业生存发展的良好选择,但不足之处是高端人才严重缺乏、行业聚集程度有待提高。

中部地区

- 招商信息及园区产业信息不对称,对同一需求信息一哄而上,造成大量人力、财力资源浪费;
- 投资能力与意愿下降,投资信心和动力不足;
- 优惠政策形成的政策洼地会在一定程度上大幅刺激区域内的经济增长。但政策洼地并不能长期持续,园区政策支撑效应逐渐消解;
- 一些园区引进的大项目、大企业,由于资金短缺、土地指标限制、规划调整等多方面原因,土地圈而未建,项目建而未动的现象普遍存在。

西部地区

- 缺乏有实力的企业关注,本土企业对于厂房产权的认识不足,现代企业经营意识薄弱,缺乏和抱团发展意识,大多抱有侥幸心理在郊区违章建筑租用厂房办公;
- 对于政府扶持政策的认知不足;
- 产品同质化严重,区域竞争力增加,政府、企业难以找到园区差异化优势;
- 我国经济大背景下,企业投资趋于冷静,响应国家号召,“去杠杆化”成为重点,众多企业进入重新规划与调整期;
- 受互联网行业高速发展影响,传统企业进入转型升级关键时期,但同时需要时间冷静观察、调研规划。

(本报记者王金骥整理)

求变

新常态倒逼园区开展“运营招商”

■ 本报记者 王少杰

虽说经济持续下行拖累园区招商,但还是有人在逆势突围。以往,园区传统招商不外乎将园区基础设施等硬环境建设列为招揽项目的“杀手锏”,如今园区极力营造软环境,比如对工商代办、环评办理、人才招聘、资金扶持、户口办理等几大服务平台,将其打造为对外招商的名片。

经济新常态倒逼产业园区由传统招商转向“运营招商”本身是好事,也就是当下在园区领域内被热捧的“运营与服务”招商理念。不过,在切实感受到园区转型运营服务的决心中,仍然有少数以开发者的思维在操作产业园,表面是在说运营和服务,最终目的却是销售数量,很多情况下,产业园标榜的运营服务,已沦为开发商快速去化和获利的噱头。

目前有许多企业已不再热衷圈地建厂房,在此背景下,企业购买物业的能力下降;其次,受到互联网思维的冲击,企业投资主体轻重资产配置发生变化;再次,租售比以及投资回报率的变化,当下中国,已经是租赁市场的时代了,在这种情况下,园区招商与其推销环境,不如有效开展“运营服务”。

“运营是从内部管控开始的,园区刚开始定位就要运营企业,用运营去推动招商。”有专家表示,真正的运营需要开发商思维的转变,以

实体企业的需求为运营目标,以产业导入和产业聚集为核心,最终实现园区可持续发展的盈利模式,可以将它称之为“运营招商”

传统的运营服务如何转变为运营招商?有观察人士指出,运营招商要求决策者从思维转变开始。

多年以来,产业园经营始终在地方政府与园区企业间斡旋,三者利益博弈从未间断过。作为中国土地的所有者,政府在这场角逐中始终占据绝对主导地位,无论是早期的经济开发区,还是后来的市场化运作园区。

现在,随着越来越多的烂尾园区和闲置土地的出现,政府也开始逐渐清醒,让市场充分运作,推进产业导入和产业聚集区的打造已成为社会共识。

对此,有业内人士分析认为,运营招商应转变园区投资盈利模式。项目盈利不能是单一的销售模式,同时要引入自持租赁,通过运营园区,提升园区价值,吸引投资资本进入。园区已经不单是满足企业办公选址的需求,还能孵化、培育企业,满足企业发展的需求以及投资价值的需求等。

专家还表示,运营招商转变要改变园区价值导向,建立以企业诉求为根本的价值导向。满足企业金融、渠道、人才、成本控制、发展、投资等多方面的需求,这么来看,这一转变也正是传统运营里的服务内容。

求新

互联网招商：一个人可变成一群人

■ 实习记者 刘季辰

用互联网思维再造产业与招商策略,这里的新话题是“互联网思维”,老命题是“招商”。

“用互联网思维组织招商,切忌乱搞和虚搞。”有专家提出,利用互联网思维组织园区招商,就是在移动互联网、大数据、云计算等科技不断发展的背景下,对个人、对市场、对用户、对产品、对企业价值链乃至对整个商业生态进行重新审视的思考方式。

用互联网思维重新构建招商的生态链,首先思考大家能出多少钱来买,以多少价位拿地合适,而不是首先算成本,谁能掏钱购买、能买多少。其次项目是否有市场,有什么样的客户,需要什么样的产品。通过数据,就能知道问题,就能制定策略,这样的数据,不论对一个人或是一群人,招商产生的价值都是一样的。

对园区开发商而言,首先应确定企业所在行业、产品规模,通过既有的物业、开发区、园区资源高效为企业选址进行配对,反之则通过服务平台,推出企业信息,吸引合适的二手土地,闲置厂房、办公楼,找到对应的企业。开发商的这些关注点,毫无疑问也是园区招商者关心的事。

“园区开发商不能解决企业运营的所有问题,企业的生产链较长,运营需要整合各种资源。”园区专家杨建国说,为开发商提供服务的终极目

标,让企业觉得“我来到园区只管生产经营”,这就需要园区互联网平台综合服务商,解决拿地、团队培训、企业运营等问题,实现这一目标,需要有效的数据库、成熟的分析系统。

要想解决数据库和分析的问题,首先可根据地方政府在区域中,要容纳的传统产业、高科技产业有哪些,未来将发展何种产业。园区服务商通过互联网平台,发布这些宏观信息,就可吸引客户咨询,通过沟通了解市场的详细真实需求,精准提供相关服务。而这些服务性的工作,不必一哄而上。

与传统的“个体”招商相比,通过互联网思维,可以将招商形成流水线,实行非独家代理。举例说,业务员跑市场、看客户,其实就是在谈客户,如果真正把所有的精力放在这里,他就会成为专家,他就会花时间研究这个客户、行业、产品、竞争对手,因为园区吸引的企业必须解决真正的问题。

有了这些,招商就真正由一个人转化为一个招商团队,这个人会投入相当的精力和时间研究园区和园区的企业,研究团队应该做的工作。

从传统模式中,招商业务员只支持客户,虽然通过的项目很多,但是客户群并不精准,而且遇到其他的客户,业务员本人也不会珍惜,转化率相对较低。但是通过建立互联网平台,一个人就能按照行业数据,随时启动团队招商的架势。