



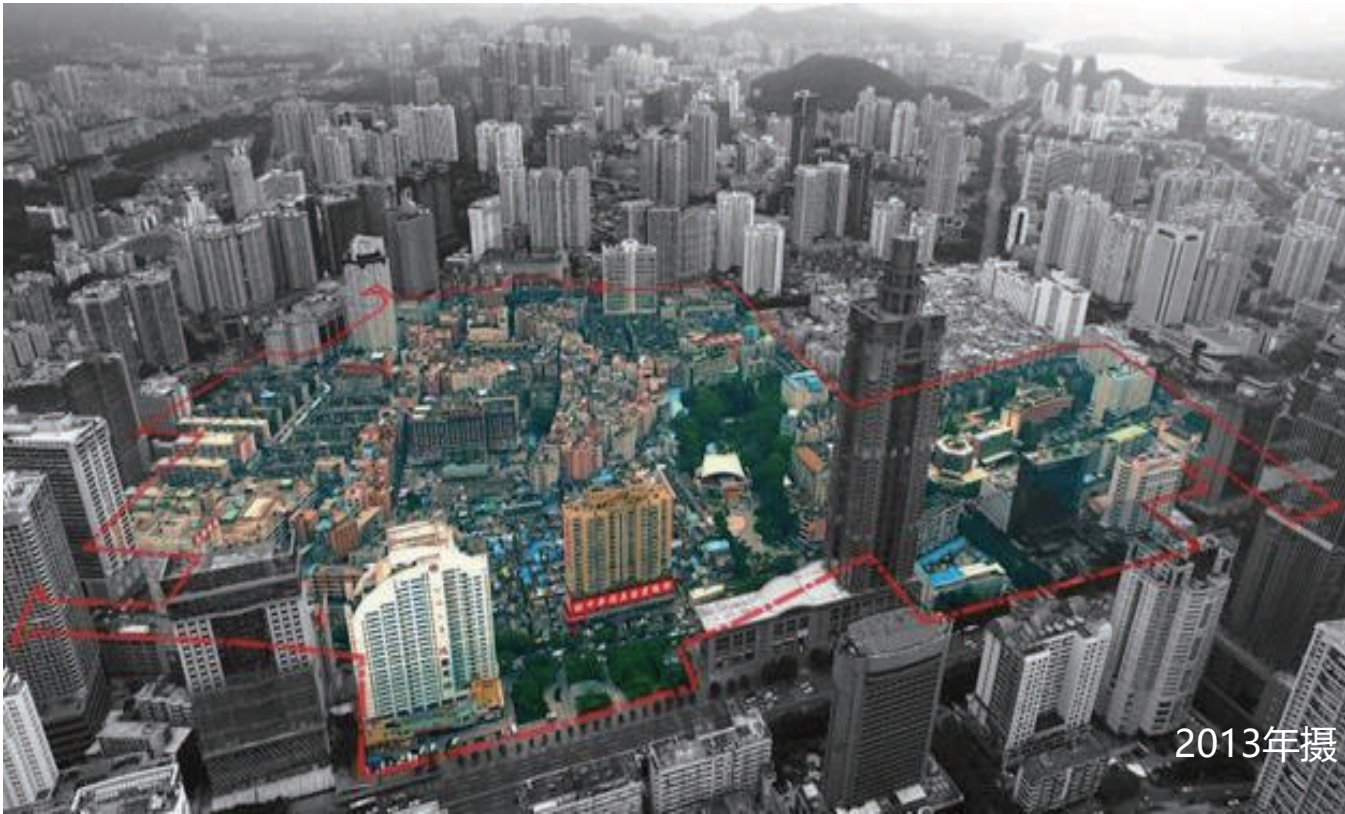
# 深圳市罗湖区湖贝城市更新统筹片区 项目简介



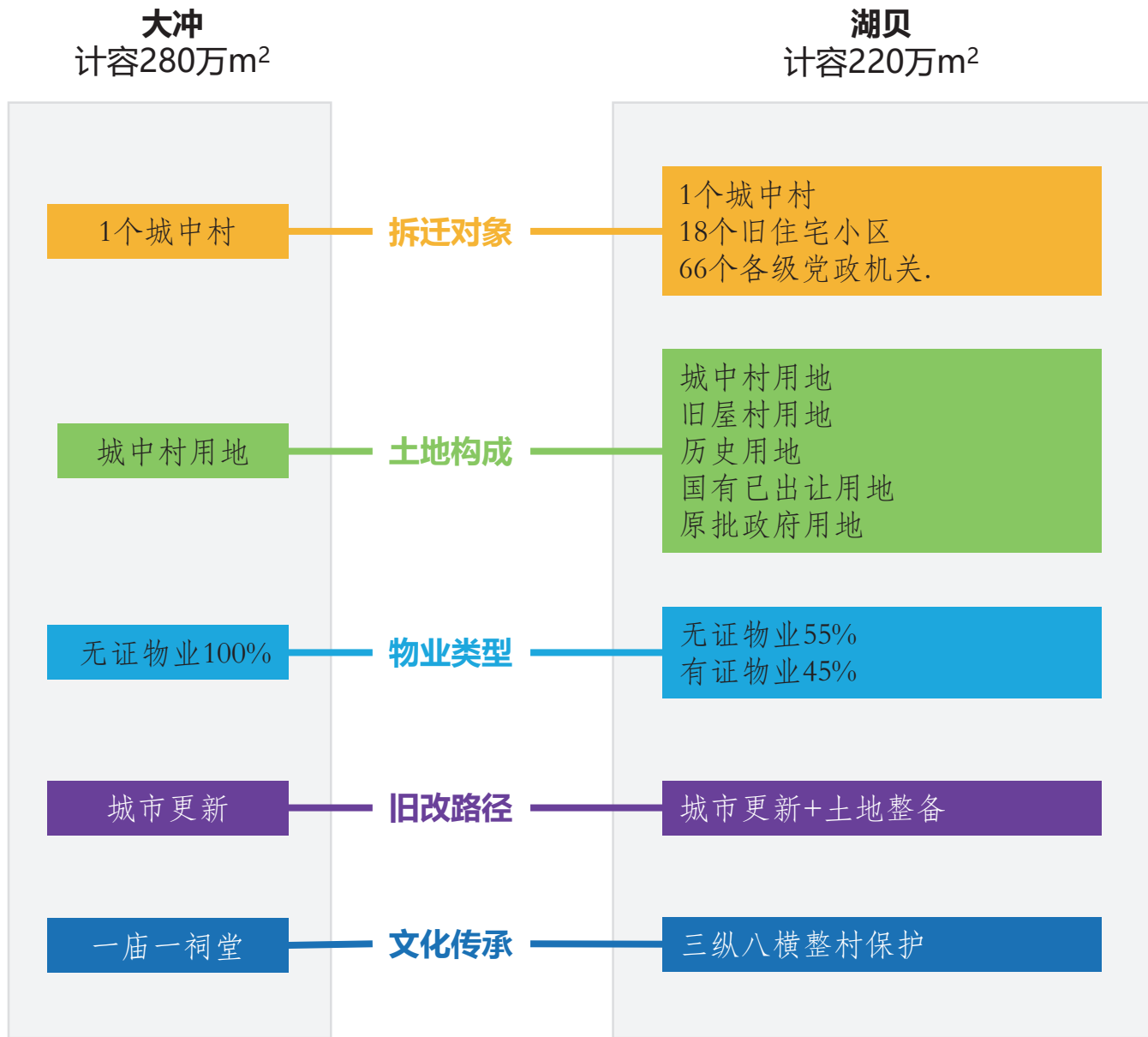
萬利加集團  
GLORY HARVEST GROUP

# 更新历程 | 湖贝历时10年，是迄今为止唯一通过市政府审批的城市更新统筹片区

300多轮宣讲、上万次登门拜访；十几轮规划、几十次沟通，6名院士联名上书；1个主报告26个子专题



# 湖贝特点 | 湖贝，代表深圳城市更新最前沿的理论探索 and 具体实践



# 规划指标 | 220万m<sup>2</sup>文商旅产无界融合的巨大都市综合体



住宅  
57万m<sup>2</sup>  
(含保障房8万)

商务公寓  
21万m<sup>2</sup>

商业  
49万m<sup>2</sup>  
(地上31、地下18)

办公  
71万m<sup>2</sup>

政府物业  
14万m<sup>2</sup>

建筑类型	面积 (m <sup>2</sup> )	备注
住宅	57万	含保障房8万
商务公寓	21万	
商业	49万	地上31、地下18
办公	71万	
政府物业	14万	

保障房

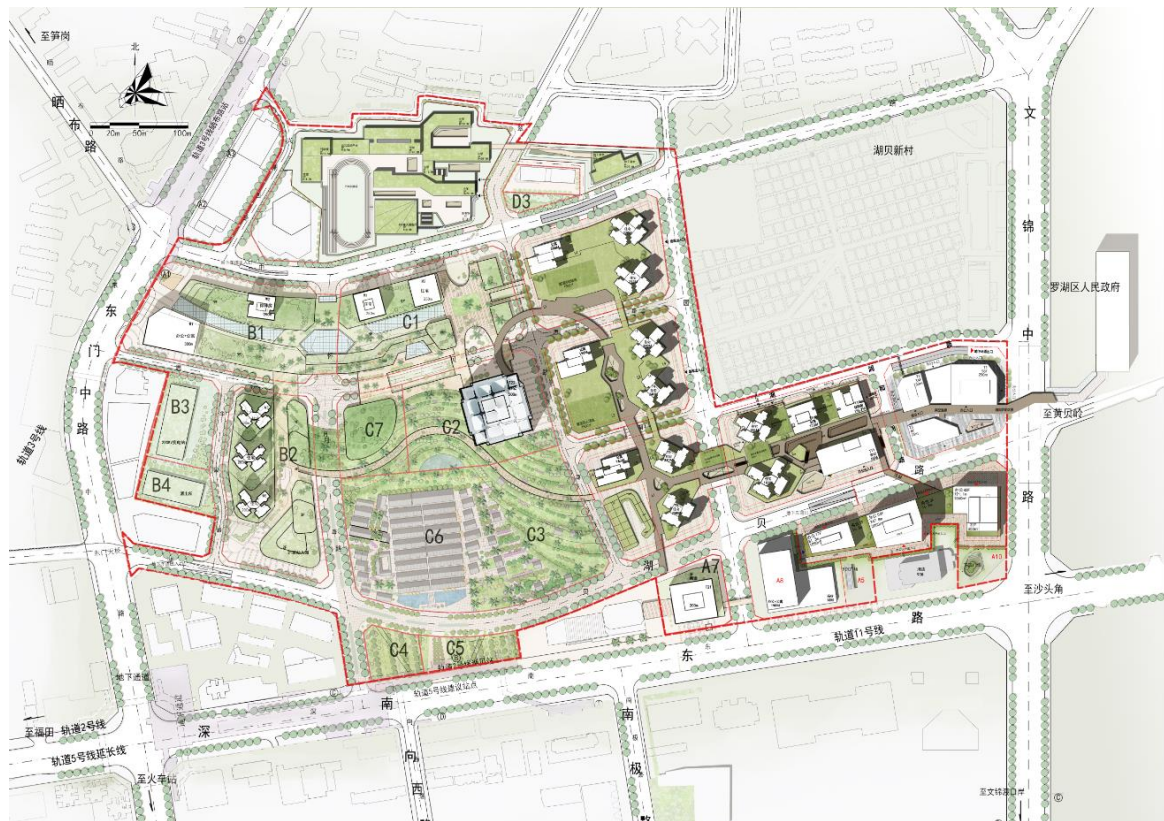
住宅

商务公寓

政府物业

办公

# 总图



## 规划指标

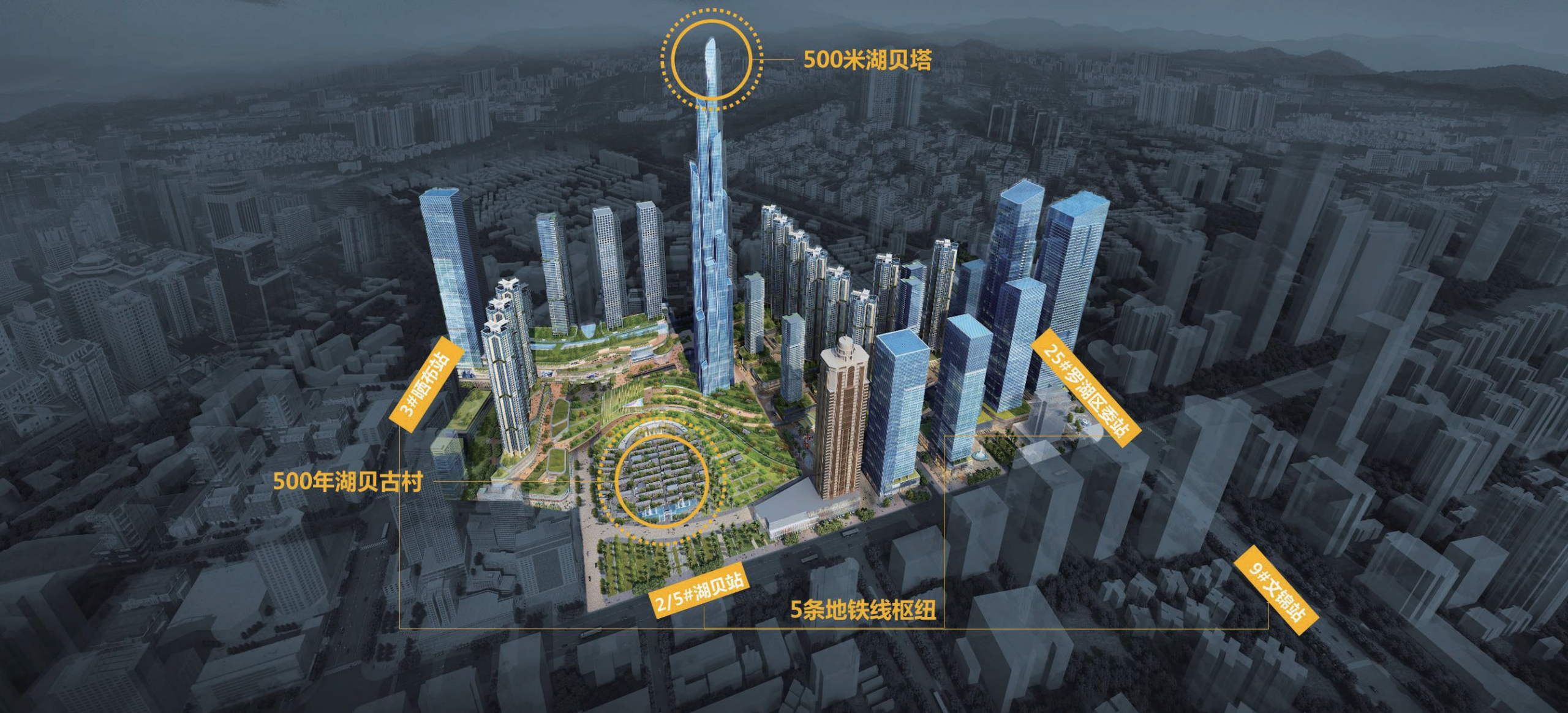
更新范围	34万 $m^2$
开发建设用地面积	15.5万 $m^2$
计容建筑面积	200万 $m^2$ (地上)+20万 $m^2$ (地下)

## 其中:

地上商业	31万 $m^2$
办公	71万 $m^2$
住宅(含保障房8.00万 $m^2$ )	58万 $m^2$
商务公寓	21万 $m^2$
公共管理用房(还建政府物业)	14万 $m^2$
公共配套设施	6万 $m^2$
地下商业	18万 $m^2$
地下公共配套	1.65万 $m^2$



# 规划亮点 | 5条地铁线枢纽、500年古村、500米湖贝塔，是湖贝规划的灵魂



500米湖贝塔

3#晒布站

500年湖贝古村

2/5#湖贝站

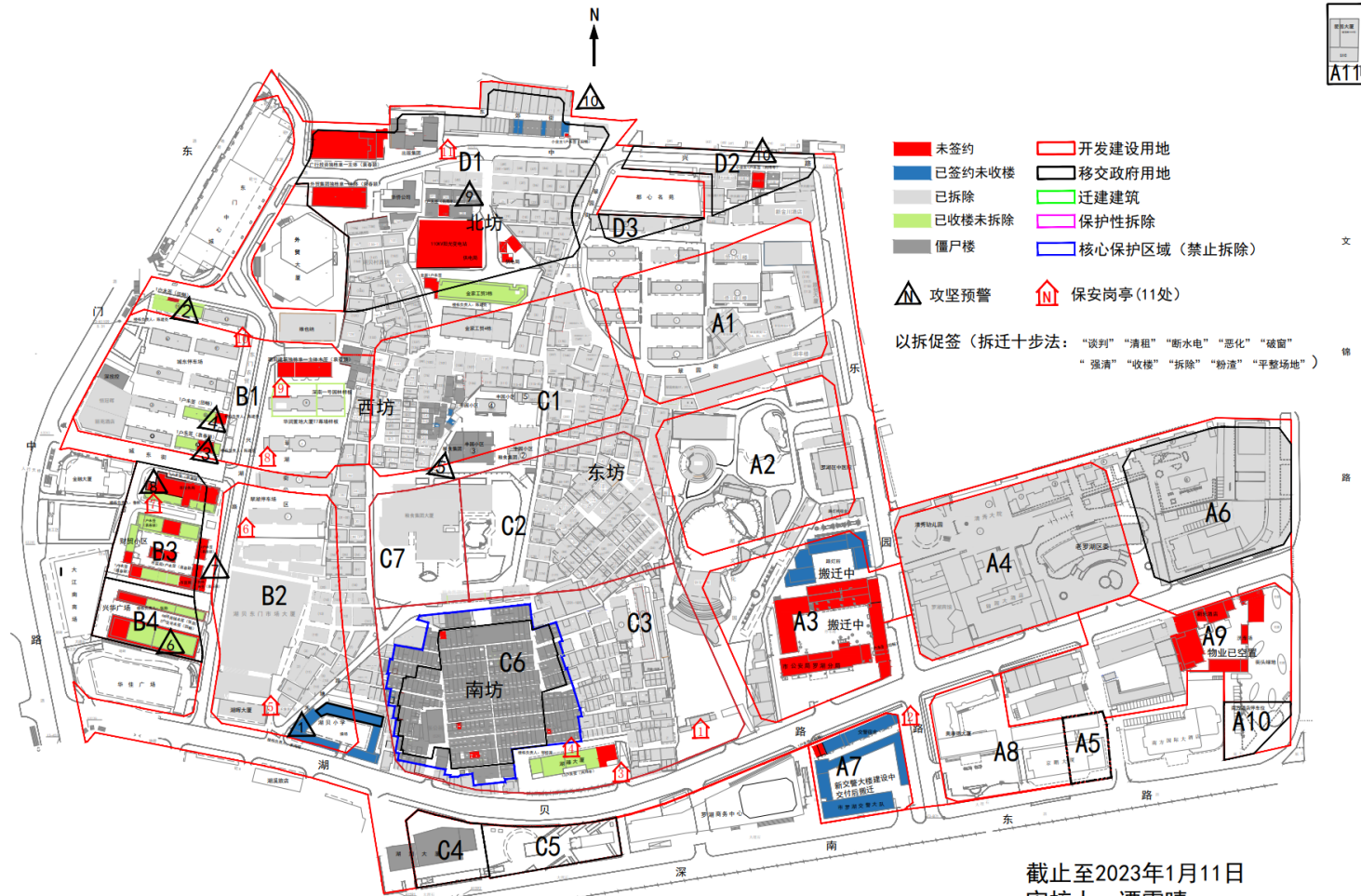
5条地铁线枢纽

25#罗湖区委站

9#文锦站

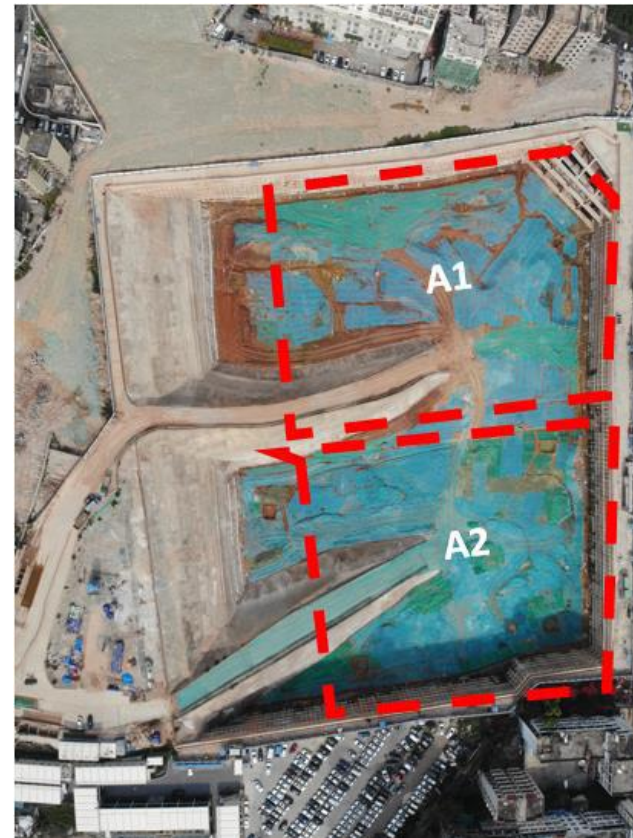
# 拆迁进展：全域签约率96%，拆除率92%

湖贝项目——拆控图(拆除率：92%、签约率：96%)



# 工程进展：首开宗地A4于2022年10月预售；A1\2于2023年总包进场

A1/2宗地目前均处于基坑工程阶段。

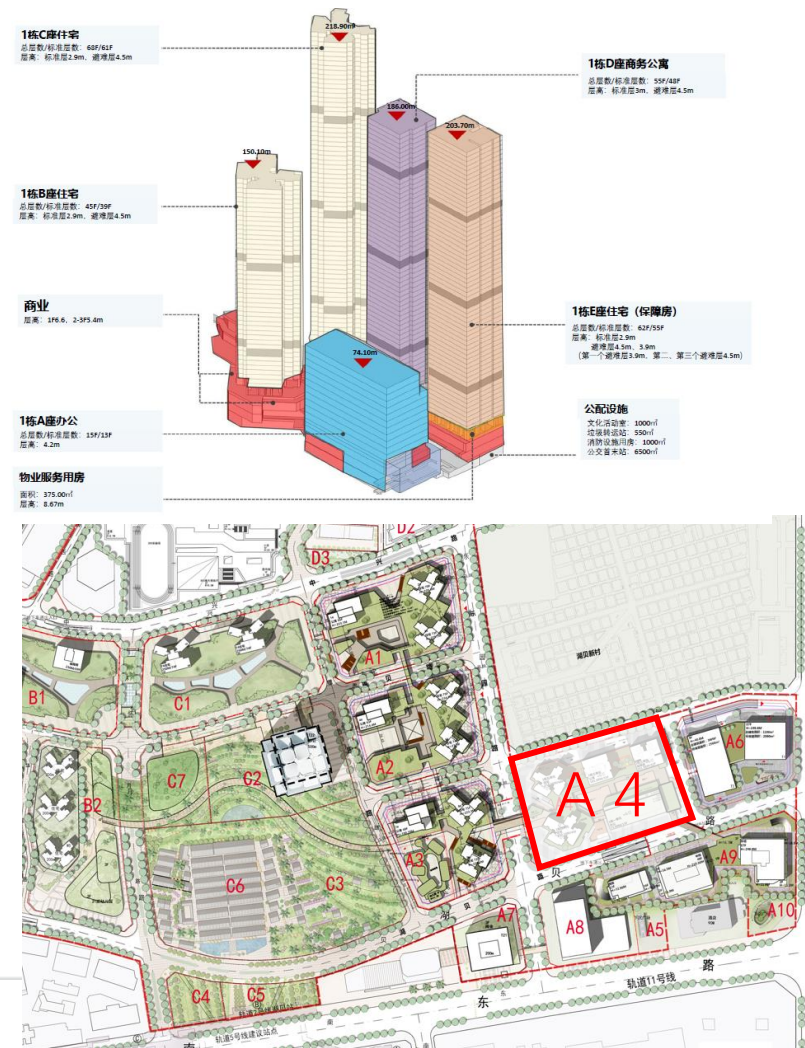


注：A4：占地面积约1.8万 $\text{m}^2$ ，总建筑面积约27万 $\text{m}^2$ 。含2栋住宅（218m/150m）、1栋公寓（186m）、1栋保障房（205m）、1栋写字楼（74m）及裙楼商业等物业

注：A1：占地面积1.5万 $\text{m}^2$ ，总建面约22万 $\text{m}^2$ ，已获取实施主体，推进总部启动会评审中。A2：占地面积1.4万 $\text{m}^2$ ，总建面21万 $\text{m}^2$ ，推进规划分期调整申报中。

# A4设计方案

- A4地块：占地**1.76万** m<sup>2</sup>，总建筑面积**27.3万** m<sup>2</sup>，规划**5栋塔楼**（1栋公寓、2栋住宅，1栋办公，1栋保障房）。
- 可售住宅**1.4万** m<sup>2</sup>，回迁住宅**5.1万** m<sup>2</sup>，销售公寓**0.9万** m<sup>2</sup>，回迁公寓**2.6万** m<sup>2</sup>。销售商业**2.1万** m<sup>2</sup>。回迁商业**0.6万** m<sup>2</sup>，销售办公**2万** m<sup>2</sup>，保障房**4万** m<sup>2</sup>等，总计可售货值约**42亿**。



# 全域住宅策略：插花住宅实现价格8.6万/㎡（含精装），整栋住宅定位改善产品，依托学位+综合配套，预期润玺13万/㎡

- 整栋住宅8万㎡：依托湖贝综合体全面落成的价值兑现，整体产品定位为120-180㎡改善型产品；
  - 市场竞争分析：罗湖区在售项目主力户型首置首改产品，90-100㎡品质三房2卫（占比约30%-50%），搭配部分102-130㎡四房（占比约15%-35%），部分素质较佳的项目配置150-250㎡再改产品（占比15-25%）。



状态	区域	项目名称	入市时间	住宅产品	住宅套数	在售库存	成交均价 (万/㎡)
在售	翠竹	茂业德弘天下 (现楼)	2020.1 (封盘中)	69-76㎡2房 465㎡复式	1756	262	小户型8.5-8.8 (含精装)
	莲塘	帝景台 (现楼)	2019.7	70-88㎡2房 130-147㎡3房 92-101㎡3房 (复式)	476	约64	8.1 (毛坯) (目前主要为92至101平三房 (复式) 在售)
		东方凤雅名苑 (现楼)	2020.8	164-166㎡、 188㎡4房	144	30	8.5 (毛坯)
		东海富汇豪庭	2021.11	70-236㎡2-6房	911	881	8.94 (精装)
	银湖	缙山府二期	2021.6	84-155㎡3-5房	1032	45	8.98 (精装)
	布心	翠园华府	2021.11	75-125㎡2-4房	312	277	8.86 (精装)
	水贝	京基水贝城市广场	2021.11	40-220㎡1至5房	442 (二期)	340	8.68 (毛坯) 一期备案价9.8 (毛坯)
待售	布心	独树阳光里	预计2021年四季度	73-158㎡2-4房	485	485	—
	木头龙	益田御龙天地	预计2021年四季度	95-190㎡	932	932	—
	笋岗	城建梅园	预计2022年	—	—	—	—

全域商务公寓策略：插花公寓实现价格5.2万/㎡（含精装），结合笋岗经验和商务公寓居住属性提高趋势，建议整栋公寓定位为品质居住型产品，预期7.5万/㎡

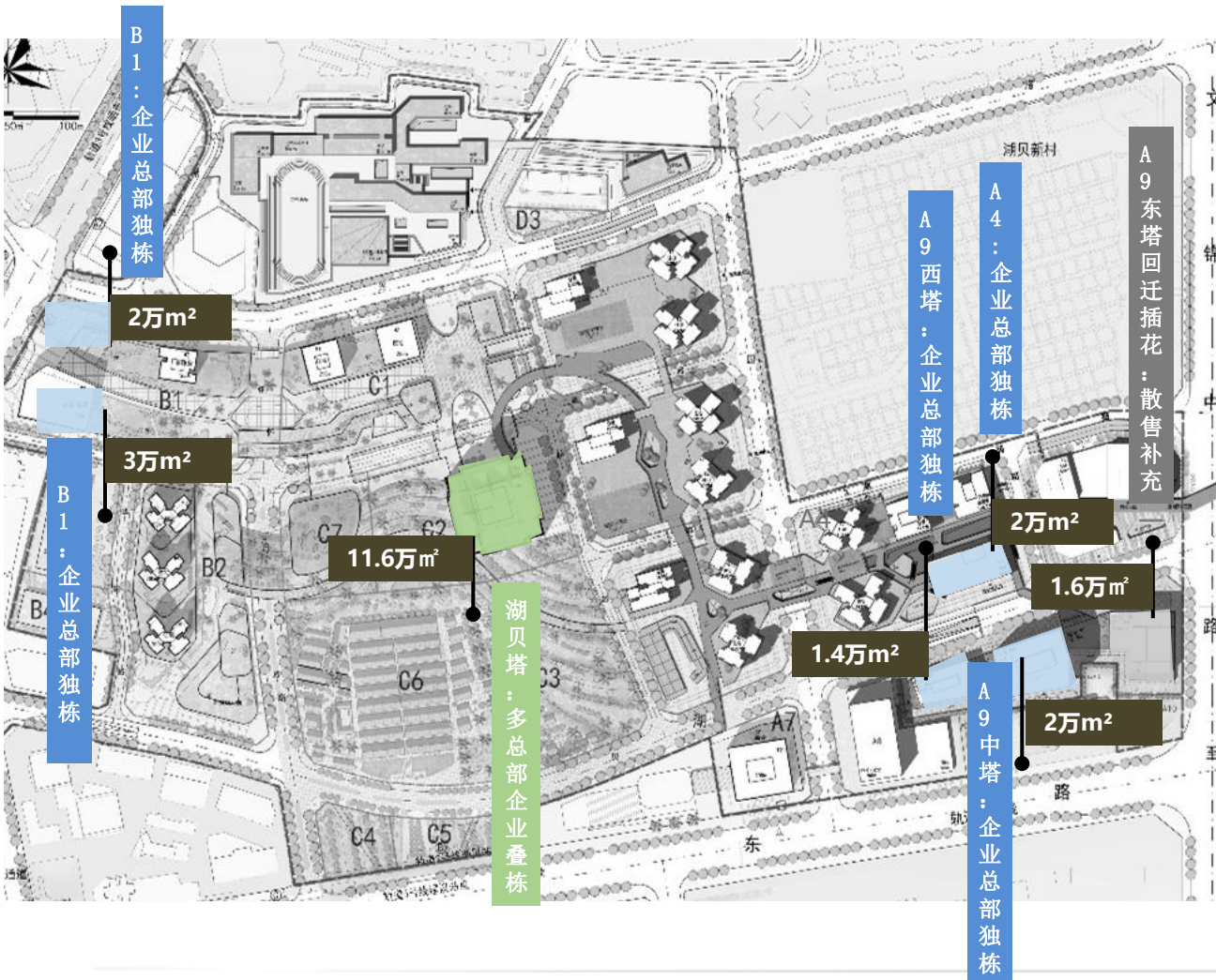


整栋商务公寓7.4万㎡：小面积投资产品红海竞争明显，从本项目大城定位属性&市场趋势分析，自用型商务公寓的需求将会持续提升，建议A3以70-100㎡居住产品为主，B2对标万象府西塔产品，以80-160㎡高端产品为主。



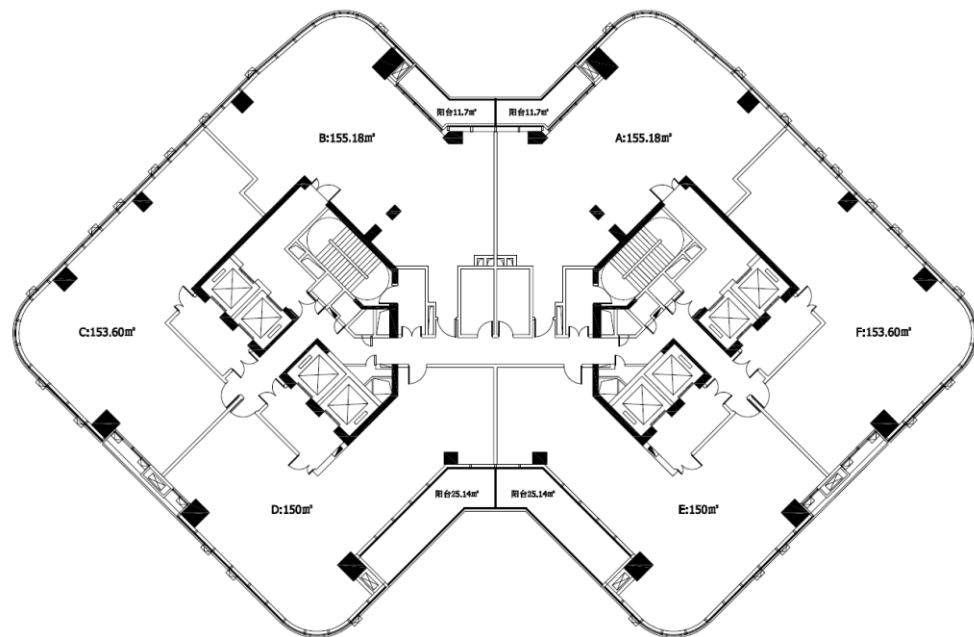
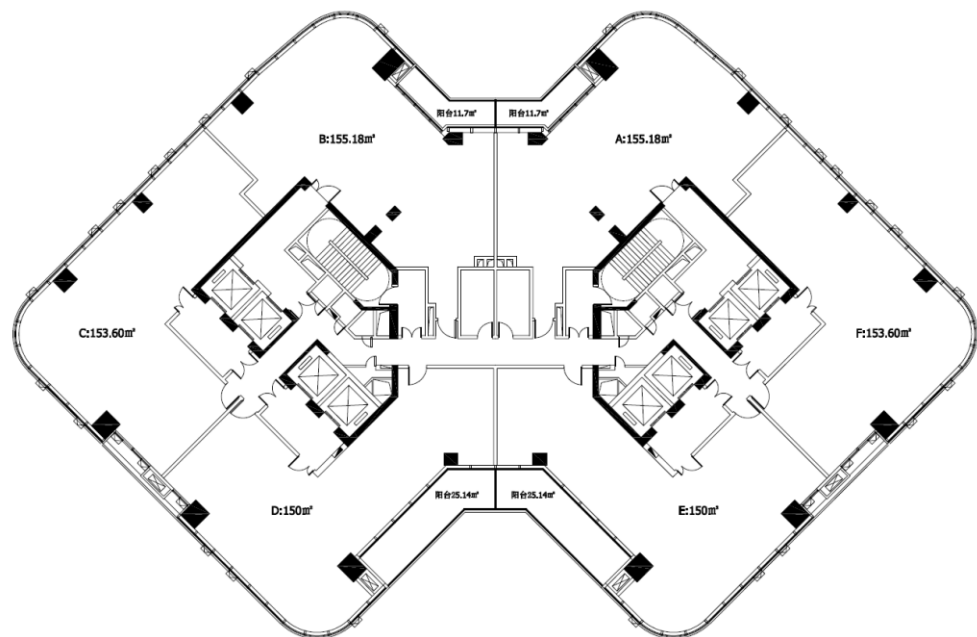
全域办公策略：参考同区域在售的笋岗润弘大厦，确定万/m<sup>2</sup>作为写字楼散售基准价，小独栋办公4.2-4.3万/m<sup>2</sup>，湖贝塔入市价格4.6万/m<sup>2</sup>

湖贝写字楼价格分解



办公类型	调整楼栋	体量 (万m <sup>2</sup> )	入市时间	入市价格 (万/m <sup>2</sup> )	入市后是否有溢价	价格调整依据	涨幅设置依据
甲级写字楼	A9东塔	1.6	2025.6	4.3	否	参考现时点笋岗润弘大厦低区散售价格，同档价格区间，地段较优，保障去化速度	东塔虽地理位置，但与回迁插花，产品混杂，不建议设置价格涨幅
小独栋甲级写字楼	A4栋	2	2022.10	4.5	否	小独栋甲级办公，市场稀缺，在湖贝甲级办公基础上做了5%的溢价	小独栋产品为整售，消化周期短，不建议设置涨幅
	A9西	1.4	2025.6	4.6			
	A9中	2	2025.6	4.6			
	B1-1	2	2026.1	4.6			
	B1-2	3	2026.1	4.6			
超高层甲级写字楼	C2湖贝塔	可售11.6	2027.12	4.7	交付后每年1%的增幅	罗湖甲级写字楼市场标杆，在湖贝甲级办公基础上做了10%的溢价	增幅设置为交付后（2028年）每年1%，2028年全域基本建设完毕，商务集群价值凸显

**全域办公策略：** C2地块建筑面积38万 $m^2$ ，其中商业6万 $m^2$ 、办公32万 $m^2$ ，原湖贝塔500米新规划设计改为双子塔双核心筒，将一栋16万 $m^2$ 写字楼面积改为双核心筒作为公寓出售，另外一栋16万 $m^2$ 前期长期收租，未来也可以改为公寓出售的价值。



双核心筒产品方案

# 5条地铁线

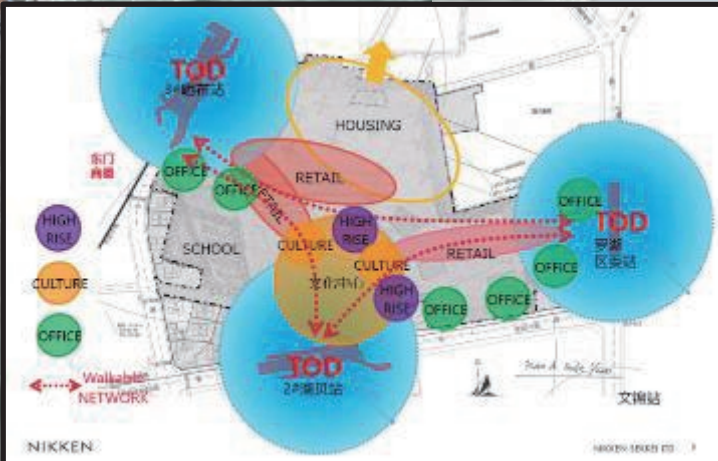
TOD站城一体，打造1亿人次/年+2000万车次/年的巨型交通基盘

华东院榕树理论/日建TOD站城一体



日建设计方案

- 罗湖万象城：3000万人次/年+200万车次/年，销售额90亿元
- 南宁万象城：2500万人次/年，销售额46亿元
- 万象天地：4000万人次/年+200万车次/年，销售额40亿元
- 广州正佳广场：6000万人次/年，销售额78亿元



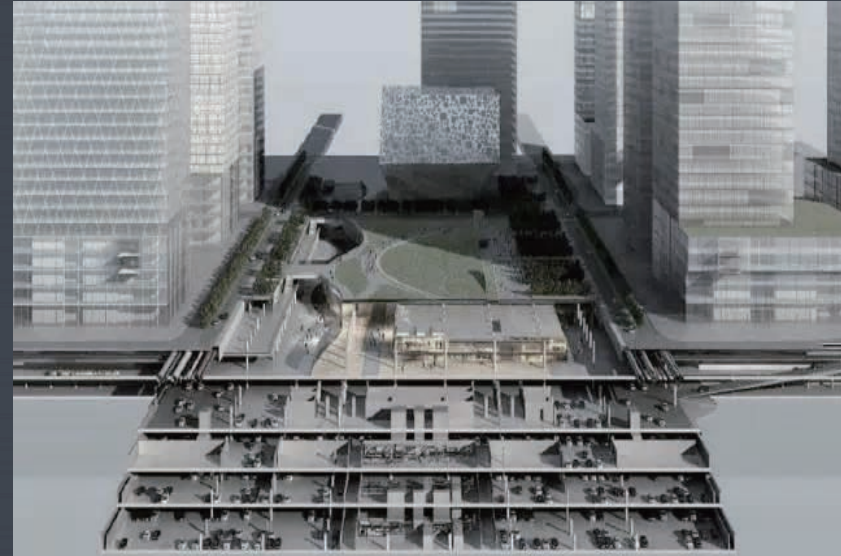
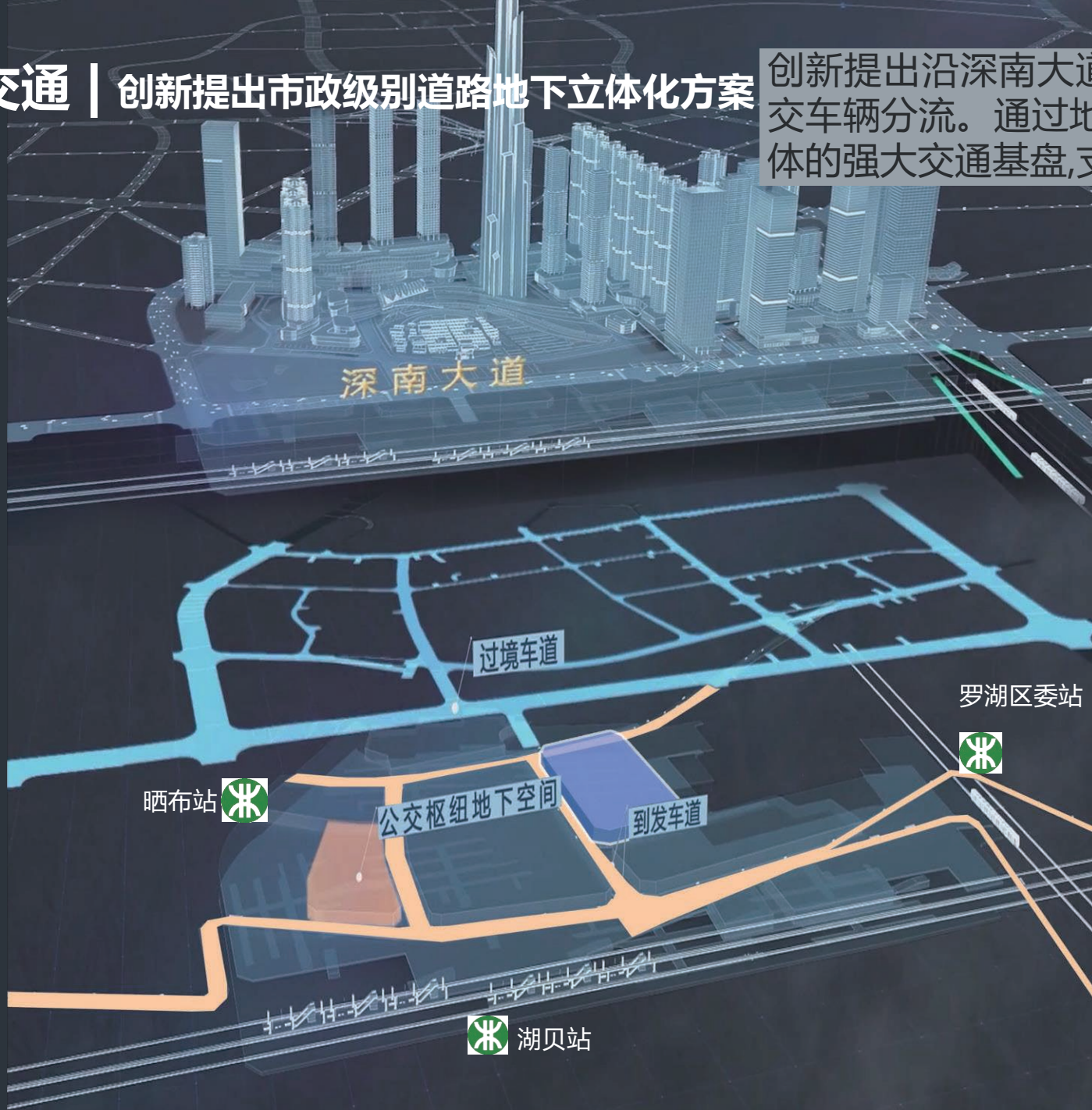
# 地下交通 | 创新提出市政级别道路地下立体化方案

创新提出沿深南大道1.5公里段立体化，实现过境、到发和公交车辆分流。通过地下空间的统筹一体化开发，构建了站城一体的强大交通基盘，支撑330万平方米高密度建筑群。

地上建筑

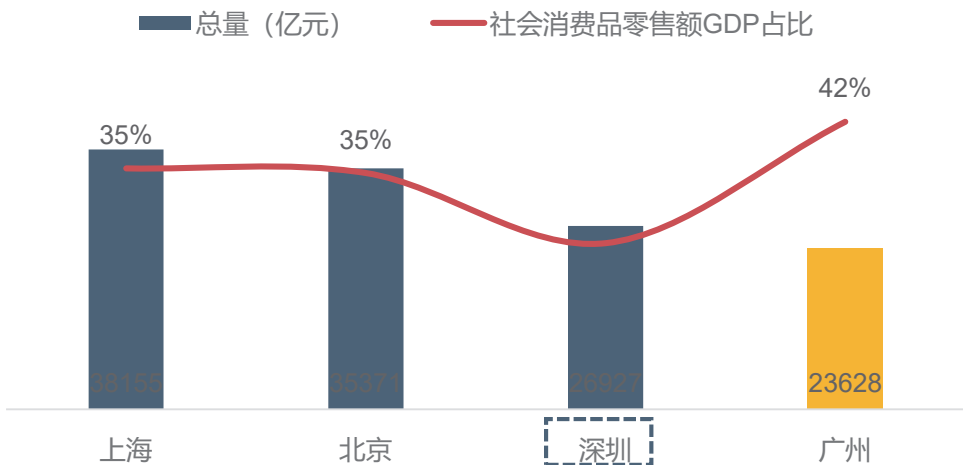
地上路网

地下建筑---  
市政环道



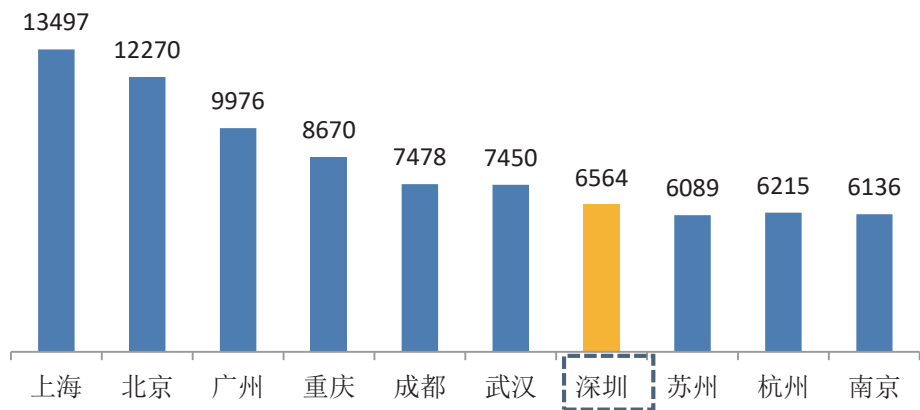
# 商业-开发背景 | 深圳社消零总额全国第七，与GDP全国第三倒挂，商场业绩全国TOP10中，深圳仅占一席

2019年一线城市社消零总额GDP占比 (亿元)



- 2019年深圳GDP已超越香港和广州，全国位列第三；
- 但深圳社会消费品零售总额仅上海1/2，全国排名第七；
- 全国商场销售额排行榜，前10项目仅深圳万象城，且与第一名差距越来越大。

2019年社会消费品零售总额TOP10排行 (亿元)

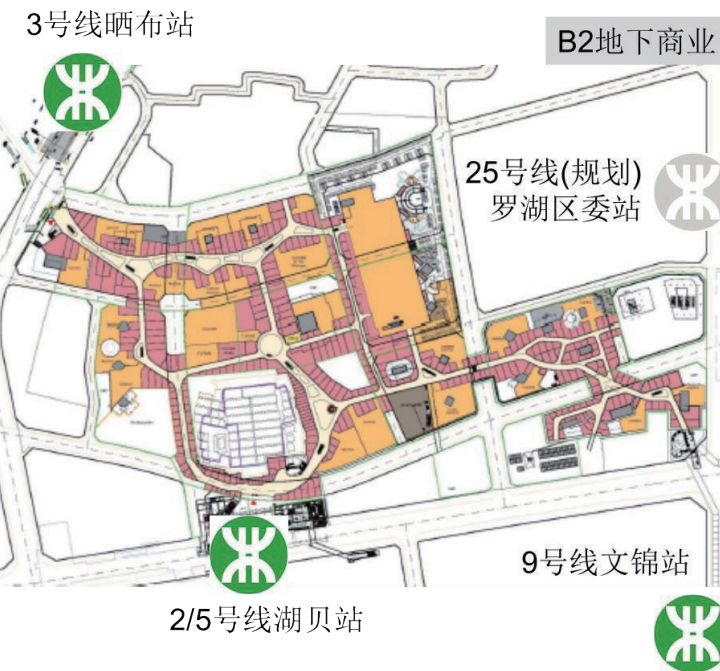


排名	城市	门店	商业建筑面积 (万m <sup>2</sup> )	年销售额 (亿元)
1	北京	北京SKP	18	150+
2	北京	北京国贸商城	23	150+
3	南京	南京德基广场	15	112
4	杭州	杭州大厦	14	90+
5	深圳	深圳万象城	22	90
6	上海	上海IFC	11	85-90
7	广州	广州正佳广场	30	78
8	北京	世纪金源购物中心	61.5	76
9	成都	成都远洋太古里	12	70
10	成都	成都IFS	21	68

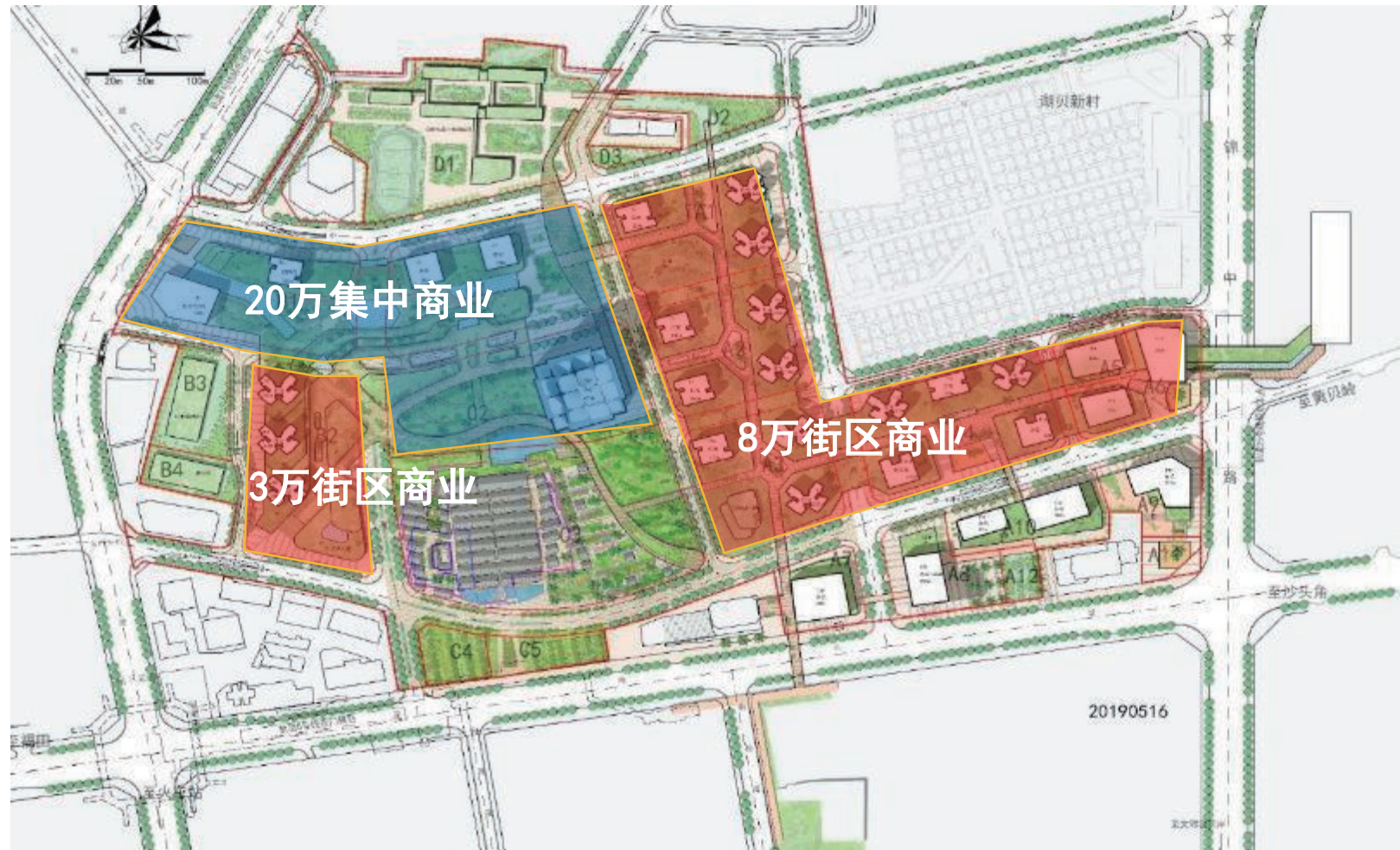
2019全国购物中心销售TOP10

备注：数据来源-国民经济与社会统计公报。

# 商业规划 | 360年商脉传承，打造49万m<sup>2</sup>打造全客群多元业态的国际潮流中心



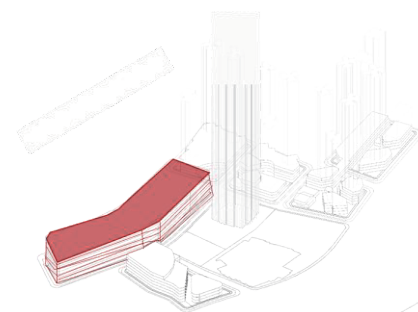
## 31万地上商业



# 集中商业 | 20万m<sup>2</sup>集中商业，打造万象天地2.0全城年轻潮流娱乐地标



集中商业20万m<sup>2</sup>



# 商业街区规划

- **规划特色：**打造万象天地里巷升级的街区形态，地上三层，地下1-2层。
- **商业布局：**首层以回迁商业为主，A1-3内街以村集体代运营商业为主，城市主界面口部布置销售商业打造良好商业展示面。地下商业两层布局，与全域商业联动实现地下整体大联通。



## 商业入口设计



# 商改住产品规划（南山华润深圳湾文化广场案例，约20-25万/m<sup>2</sup>）

- **商改住：** A1-3地块高区及背街规划商改住产品。最大化利用商业层高优势，打造双钥匙（5.4m）、loft（4.5m），提升产品溢价。

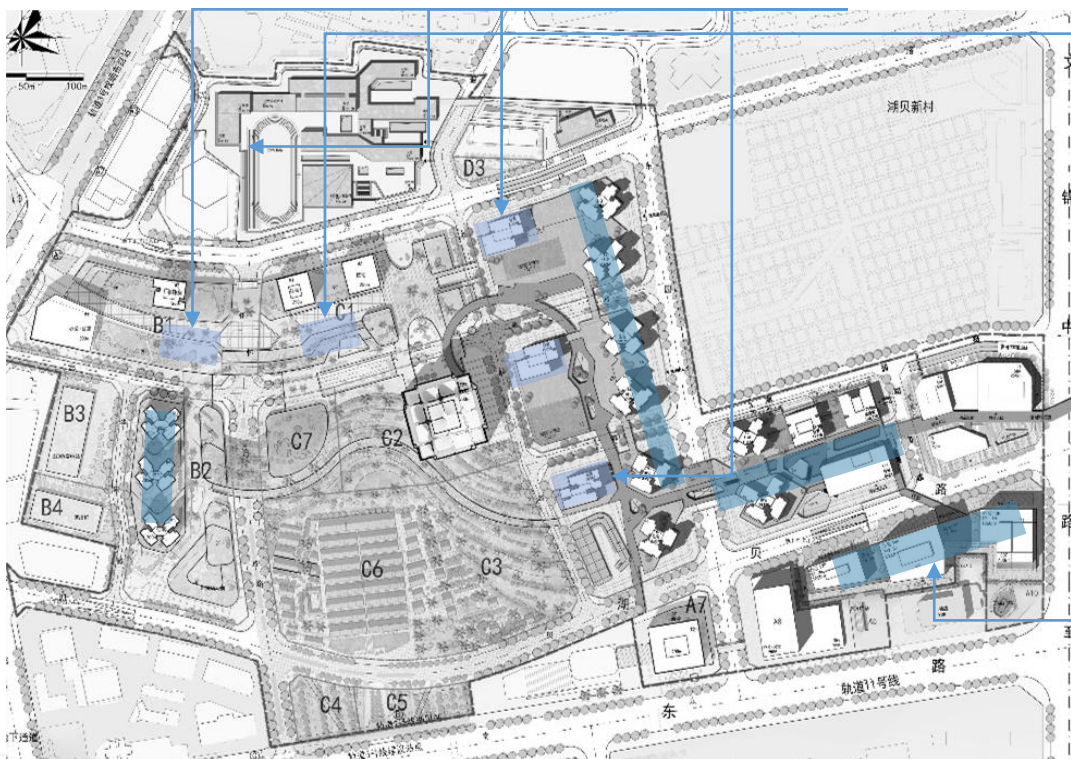


# 销售商业策略1/4：地上销售8万 m<sup>2</sup> 规划为3.5万 m<sup>2</sup> 商业loft+1万 m<sup>2</sup> 商墅+ 3.5万 m<sup>2</sup> 插花销售商铺（南山华润深圳湾文化广场案例，约20-25万/m<sup>2</sup>）

➤ 地上可售商业最大化：地上高层商业指标（L3及以上）转换为商改loft/商墅产品，提高商业价值；

- 改住类：消化L3及以上商业价值较低指标，规划商改loft约3.6万 m<sup>2</sup>，商墅1万 m<sup>2</sup>；
- 商铺类：约3万 m<sup>2</sup>（不含中西区地下销售），地上与代运营商业插花约3万 m<sup>2</sup>。

湖贝销售型商业产品落位盘点



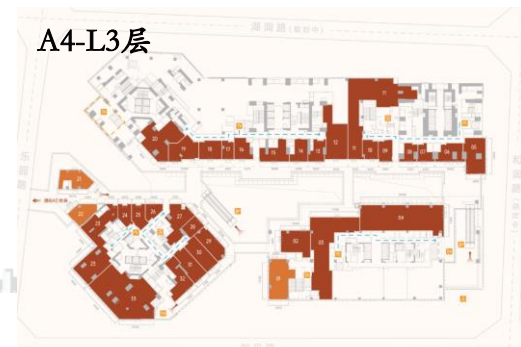
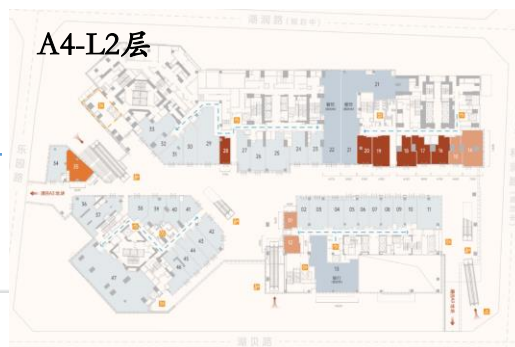
地上商业loft约3.5万 m<sup>2</sup>：  
消化高层商业，快去化



地上商墅约1万 m<sup>2</sup>：选取  
居住属性强的地块，高溢  
价



地上商铺（与回迁插花）：约3.5万



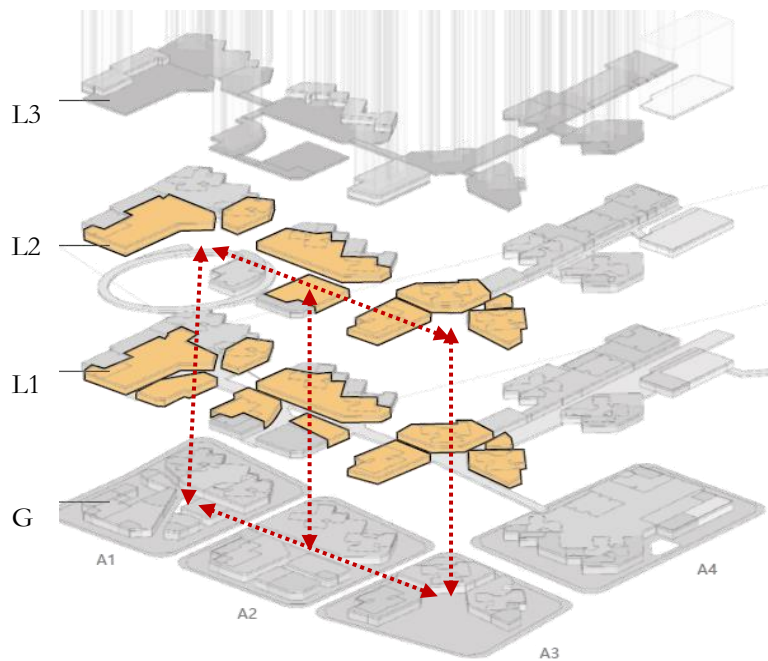


# 销售商业策略3/4：地上插花商铺（约3.5万㎡）依靠回迁代运营商业导入人流，拟散售寻求高溢价

➤ 地上插花商铺销售策略：以回迁代运营商业作为主力店，通过散售寻求高溢价；

- A1-A3：与回迁代运营（10年）商业连接紧密，商业价值高存货难度小，建议**直接散售**；
- A4：回迁占据优势展面且单铺面积较大；建议提前与回迁业主协商代招商事宜，将回迁部分作为主力店，自有小铺**全部散售**。

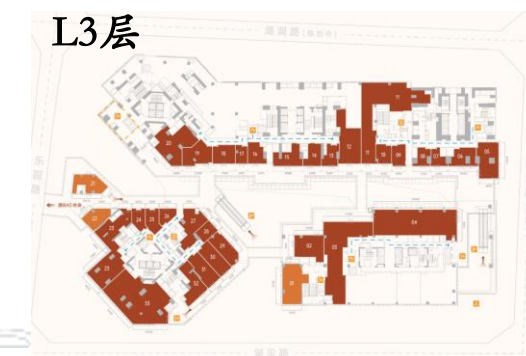
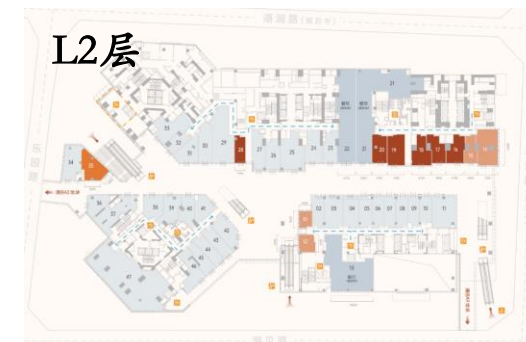
A1-A3回迁代运营商业示意图



A1-A3散售商铺示意图



A4散售商铺示意图



# 销售商业策略4/4：地下商铺8万 m<sup>2</sup> 依托万象生活运营增值，积极寻求整售机会

➤ 地下商铺销售总量约8.4万 m<sup>2</sup>，整体商业价值较高；

- 东区地下商业（3.8万 m<sup>2</sup>）：10%指标位于B1层，90%位于B2层；
- 西区地下商业（4.6万 m<sup>2</sup>）：规划为2层商业，享受地面人流和地铁整体连通人流。

➤ 东区假设：稳健版238元/ m<sup>2</sup> · 月，

出租率当年90%，之后95%；

➤ 中西区假设：稳健版289元/ m<sup>2</sup> · 月，

出租率当年90%，之后95%。

➤ 需支持事项

1、周边住宅、写字楼加速开发，保证开业当年的自有客流量；

2、确保C3/4/5的地铁连通在商业开业前提前或同步入市；

3、地下商业保留统一运营权，保证地下商业的定位及整体性；

## 商业联通情况及租金建议

B1层小联通 (B1/C1/C2/C3联通)



B2层大联通 (B1/C1/C2/C3及东区地下联通)



**西区B1/C1自持商业**  
 面积: GFA约17w, 地下2层, 地上约6层  
 开业时间: 预计2028年  
 首年租金: 350元/ m<sup>2</sup> · 月 (含税)  
 租金涨幅: 10%、10%、12%、12%、12%、15%、6%、6%、6%

**西区B1/C1自持商业 (不变)**  
 首年租金: 350元/ m<sup>2</sup> · 月 (含税)  
 租金涨幅: 10%、10%、12%、12%、12%、15%、6%、6%、6%  
 出租率: 85%、90%、之后每年95%

**中区C2销售商业**  
 面积: GFA约2.5w, 地下2层  
 开业时间: 预计2031年  
 首年租金: 322元/ m<sup>2</sup> · 月 (含税)  
 租金涨幅: 8%、8%、10%、8%、8%、8%、5%、5%、5%

**中区C2销售商业 (变化)**  
 首年租金: 289元/ m<sup>2</sup> · 月 (含税)  
 租金涨幅: 8%、8%、10%、8%、8%、8%、5%、5%、5%  
 出租率: 85%、90%、之后每年95%

**中区C3销售商业**  
 面积: GFA约2.1w, 地下2层  
 开业时间: 预计2027年  
 首年租金: 265元/ m<sup>2</sup> · 月 (含税)  
 租金涨幅: 8%、8%、10%、8%、8%、8%、5%、5%、5%

**中区C3销售商业 (变化)**  
 首年租金: 238元/ m<sup>2</sup> · 月 (含税)  
 租金涨幅: 8%、8%、10%、8%、8%、8%、5%、5%、5%  
 出租率: 85%、90%、之后每年95%

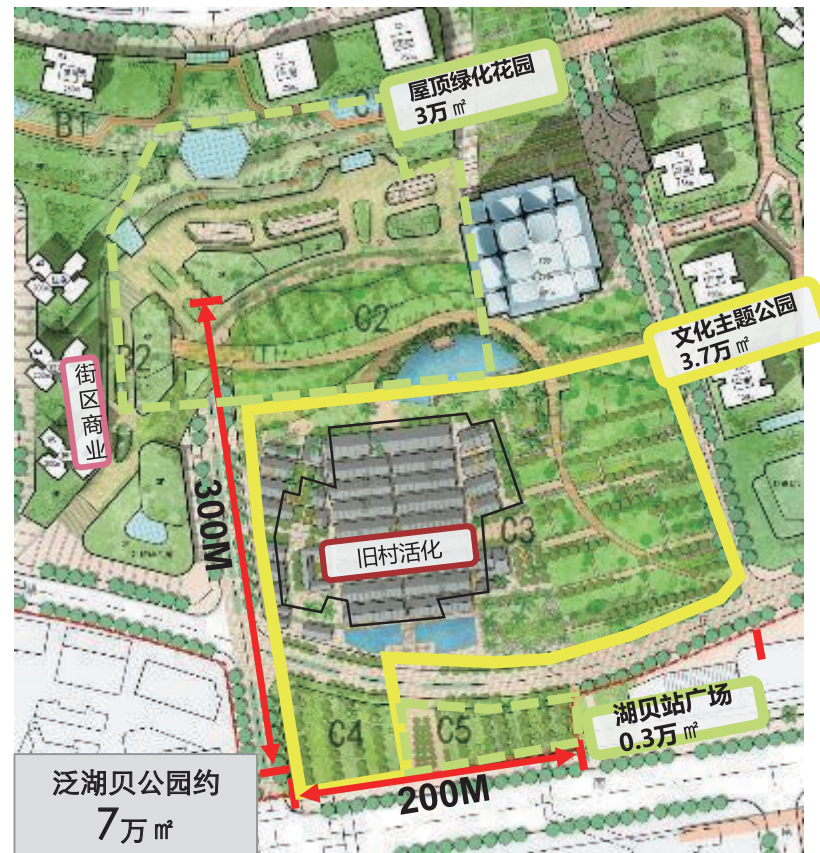
**东区A1/A2/A3/A4/A9地下销售商业**  
 面积: GFA约3.8w, 地下1层 (A4地下2层)  
 开业时间: 预计2027年  
 首年租金: 265元/ m<sup>2</sup> · 月 (含税)  
 租金涨幅: 8%、8%、8%、之后每年5%

**东区地下销售商业 (变化)**  
 首年租金: 238元/ m<sup>2</sup> · 月 (含税) (较原租金下降10%)  
 租金涨幅: 每年5%  
 出租率: 80%、85%、90%、90%、之后每年95%

# 公共空间 | 7万平米中央公园，面向深南大道打开200米，与旧村一同打造项目灵魂



深南大道打开200米



# 文化設施 | 4萬平米區級文化設施集群，為人們從物質消費向精神消費預留建築空間

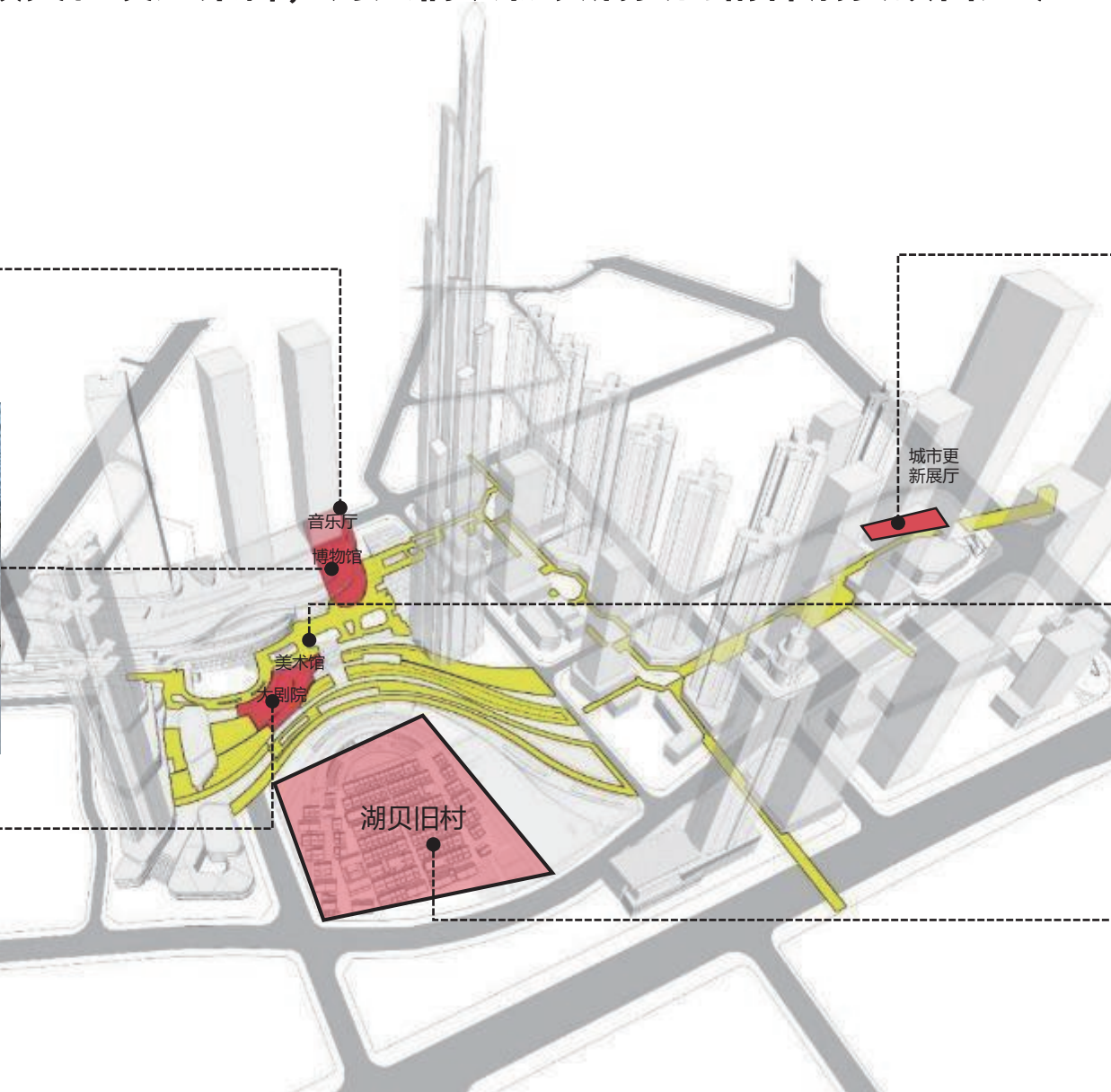
音樂廳



博物館



大劇院



城市展厅

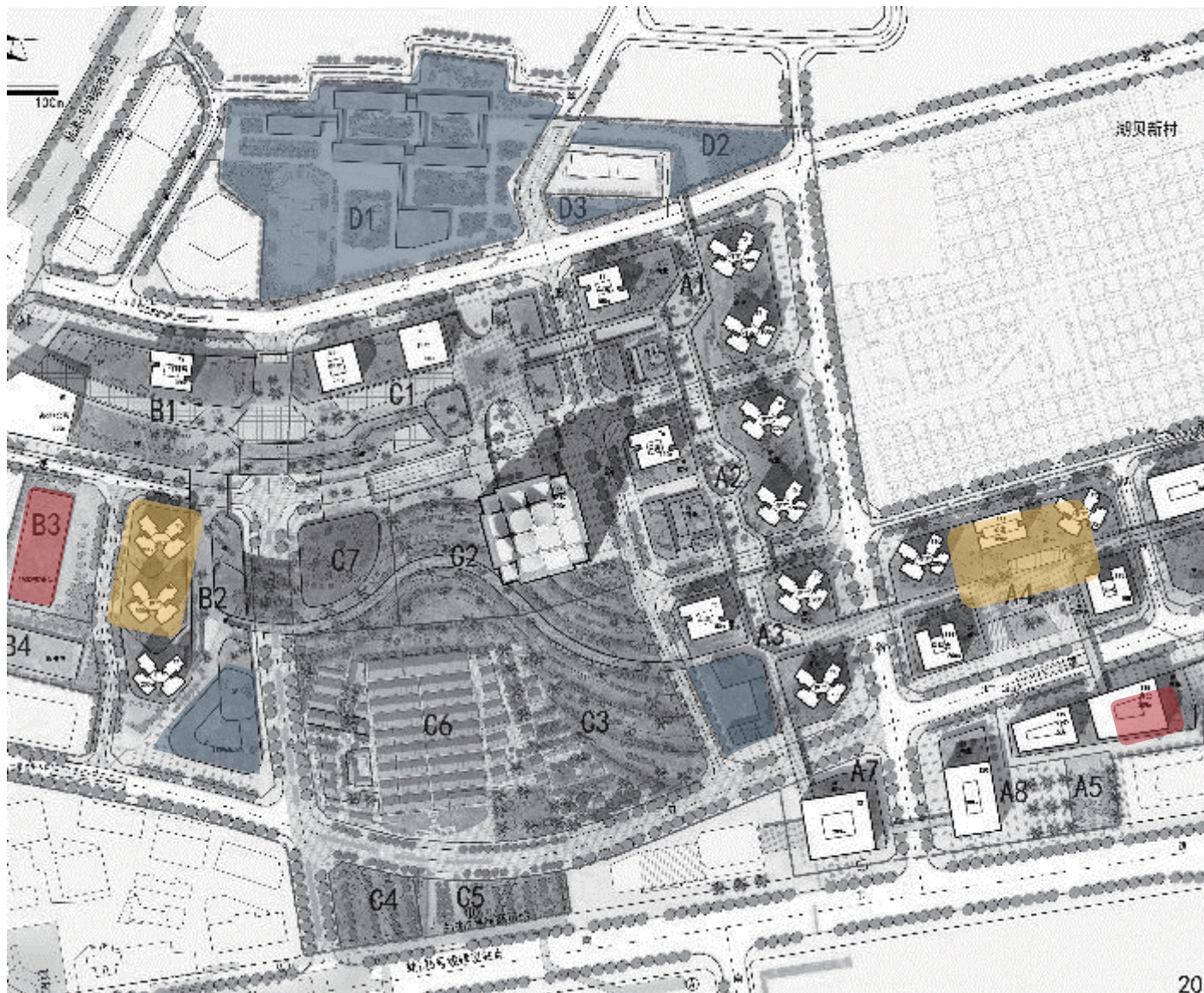


美術館



湖貝舊村

# 公共利益 | 规划学校、变电站、公交场站，弥补罗湖区公配历史欠账



九年一贯制学校（48班小学，15班初中）+2所幼儿园（共33班）

- 教育用地由现状4000扩展至3.7万m<sup>2</sup>；
- 学位数量：由原18班小学**更新为63班**九年一贯制学校

220kV（独立占地）+110kV嵌入式变电站

- 回迁一个110kV变电站，额外建设一个220kV变电站

1.1万m<sup>2</sup>公交首末站

- 22线公交线路，B1层地下空间连接、地铁无风雨换乘

11400个地下停车位

# 罗湖区大螺岭片区城市更新项目总平面图

深圳儿童公园

十二班幼儿园

第三标高联系平台

缤纷时代家园

儿童公园主入口联系空间

九班幼儿园

五十四班小学

外贸集团大厦



住宅组团

螺岭外国语实验小学

东方华都

第二标高平台

好时光大厦

标志性塔楼

城市广场



**华润，每隔十年，刷新一次城市想象力**