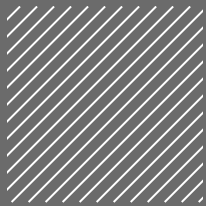


Insight by **INSITE** 盈石

盈石观点

2013
Q4 

2013年第四季度

CONTENTS

目录

- 01 经济概览
- 02 政策解析
- 03 房地产市场回顾
- 05 商业地产市场回顾
- 10 项目推广活动总结
- 14 品牌商发展动向
- 18 行业人力资源动态
- 20 商业地产市场展望



经济概览

2013年中国经济保持温和增长，前三季度国内生产总值增速为7.7%，预计将实现全年7.5%的增长目标。全年居民消费价格指数同比上涨2.6%，其中食品价格上涨4.7%是主要上升因素，但整体物价水平低于3.5%的通胀目标。整体消费市场呈现稳中回升的态势，1-11月份，社会消费品零售总额211,320亿元，累计同比增长13.0%。零售中金银珠宝与通讯器材增幅较快，累计同比增速达26.8%和20.3%；而化妆品与服装销售业绩相对落后，增幅为13.2%和11.6%。前三季度居民人均可支配收入20,169元，同比增长6.8%，但增速较去年同期回落近3个百分点。

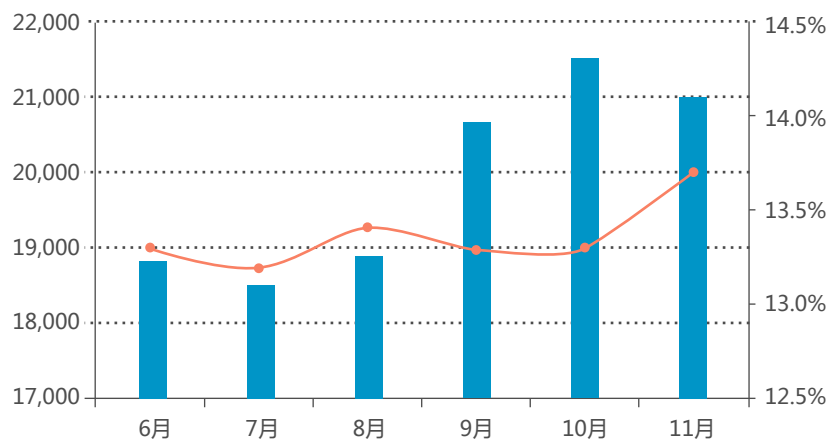
中国经济快报

指标	数据
国内生产总值增速	7.7% (前三季度)
消费者价格指数涨幅	2.6% (2013)
商品零售价格指数	1.5% (1-11月)
社会消费品零售总额增长率	13% (1-11月)
城镇居民人均可支配收入	20,169 (前三季度)
城镇居民人均消费性支出	13,319 (前三季度)
消费者信心指数	98.9 (11月)

数据来源：国家统计局

社会消费品零售总额及增长率

单位：亿元



■ 社会消费品零售总额

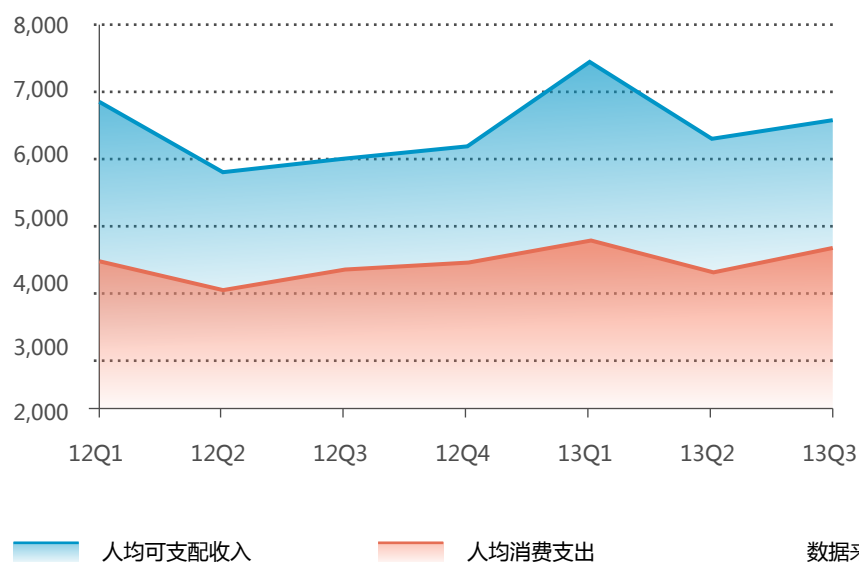
—●— 月度同比增长率

数据来源：国家统计局



城镇居民人均可支配收入与支出

单位：元



政策解析

11月十八届三中全会召开，通过了全面深化改革的决定，同时也标志着中国未来经济发展将迈入一个崭新的阶段。在积极发展混合所有制经济的基础上，市场的作用将会更加凸显。随着行业中旧有的限制壁垒被打破后，整体的市场竞争会加剧，而大浪淘沙后幸存的将会是真正兼具软硬实力的企业。

目前就以一条单独二胎政策来看，对整个婴幼儿产业以及未来家庭消费格局就产生了深远的影响。而落实到文化、教育、医疗、收入分配、社会保障等领域中实施细则将会在随后陆续颁布。今后行业的前进方向和再调节都会给目前的商业市场以及商业地产带来新的机遇与空间。

虽然房地产调控并未在三中全会上被重点提及，但政府调控并不会放松。结合房产税立法推进以及增加保障性住房供应，政府更期望以市场化调控手段代替行政调控手段。货币发行量、贷款利率市场化和土地市场供应量将会是2014年影响房地产开发规模的主要因素。



房地产市场回顾

住宅市场量价齐涨

受益于实体经济的企稳，2013年房地产市场持续活跃，前11个月房地产开发投资已经超过去年总量，同比增速达19.5%。此前两年多间密集出台的房地产调控政策被市场消化，活跃的刚性需求推动住宅市场量价齐涨：商品住宅销售面积同比增长21.3%，销售额增加31.1%。而为了给市场降温，年末一二线城市陆续出台地方调控政策，包括严格限购、提高二套房的首付比例等。预计短期内针对住宅市场的调控仍将持续。

全国房地产数据快报

指标	数据
房地产开发投资同比	19.5% (1-11月)
商业营业用房开发投资同比	27.6% (1-11月)
商业营业用房施工面积同比	22.3% (1-11月)
商业营业用房新开工面积同比	15.1% (1-11月)
商业营业用房竣工面积同比	7.4% (1-11月)
商业营业用房销售面积同比	12.1% (1-11月)
商业营业用房销售额同比	22.4% (1-11月)

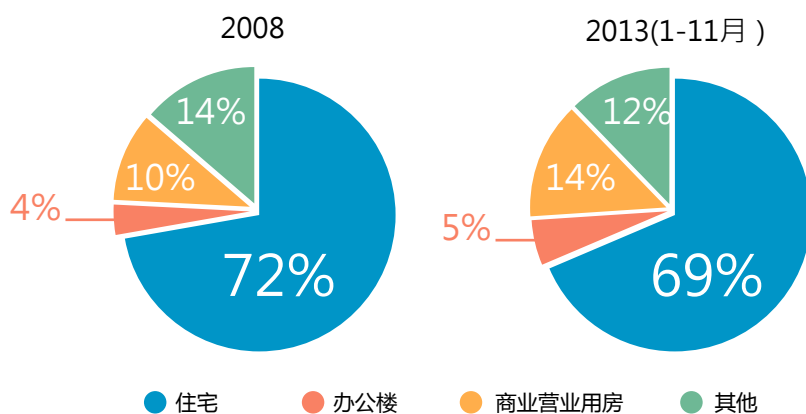
数据来源：国家统计局

商业地产开发投资保持活跃

由于过去几年很多开发商在住宅调控重压之下转向商业地产，商业营业用房在房地产开发投资的比重已从2008年的10%上升至现在的14%。2013年商业用房开发投资的年增长速度有望连续第五年超过住宅开发投资。大量资金的进入推动商业营业用房的新开工面积持续增加，同比增长15.1%，也意味着商业项目新供应将保持增长。

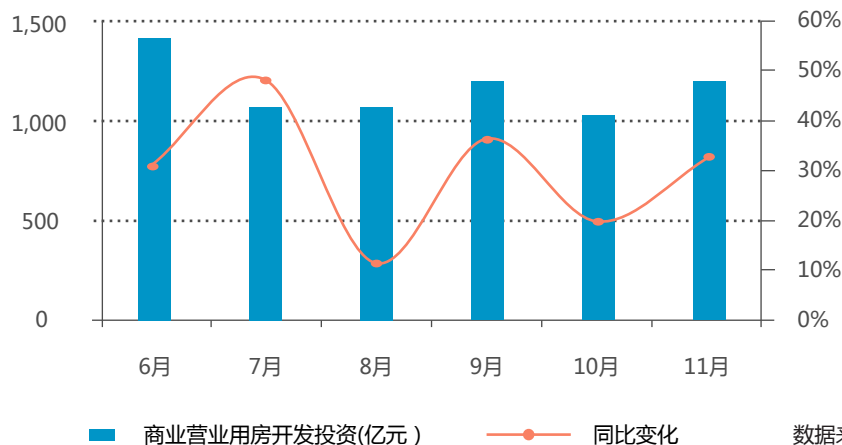


全国房地产开发投资分物业占比



数据来源：国家统计局

全国商业营业用房开发投资及同比增速



数据来源：国家统计局

商服地价快速攀升

开发商保持对商业地产的热情和乐观态度，2013年商服土地成交活跃，多个城市的单价和总价地王被刷新。根据全国城市地价动态监测系统的最新数据，第三季度全国主要监测城市的商服地价同比增长率达到7.03%，整体水平处于较高位运行。包括北京、上海、深圳等一线城市和天津、武汉、杭州、苏州等的高价地块成交明显拉升了地价平均水平。其中，北京朝阳区农展馆地块以7.3万元/平方米夺得北京甚至全国单价地王；上海徐汇区“徐家汇中心项目”地块以217.7亿元成为全国总价地王。



商业地产市场回顾

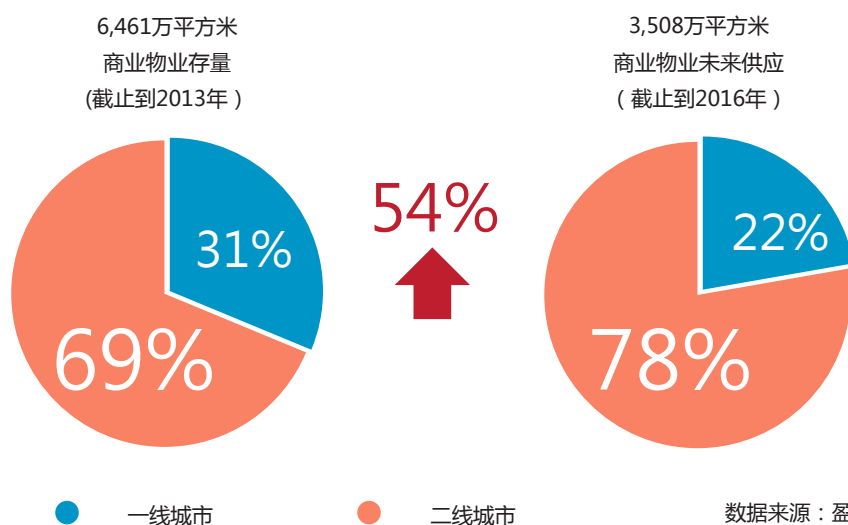
开发商加大商业地产投入比重

政府延续住宅市场的调控政策，同时明确了加速土地流转和提高城镇化率发展方向。受此推动，开发商们也加快了战略转型的步伐。前11个月商业营业用房投资额累计增幅至27.6%，总额高达10,739亿元。其中如万科、招商地产、龙湖地产等传统房企都加码商业地产的投资比重。同时万达、苏宁等商业地产领头羊继续扩大其购物中心数量和分布，巩固市场份额。预计地产开发多元化发展的趋势将在2014年中延续发酵。

商业地产未来供应风险低于写字楼

截止2013底，盈石集团研究中心跟踪的中国20大城市商业地产总存量达到6,461万平方米。预计在2014年，20大城市总体新增供应还将增加1,500万平方米。而到2016年底时，三年新增供应量总计将超过3,500万平方米，占目前总体存量的54%。相比之下，写字楼物业三年后的增量将超过5,800万平方米，占目前存量的173%。由此可见，虽然商业地产的发展规模有过快的趋势，但比较写字楼市场而言则相对更为健康。

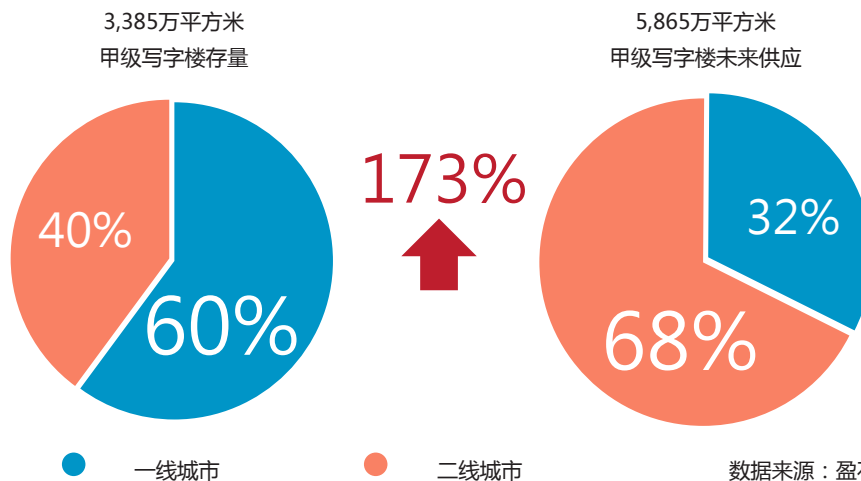
中国20大城市商业存量及未来供应



数据来源：盈石集团研究中心



中国20城市写字楼存量及未来供应



数据来源：盈石集团研究中心

电商快速发展销售总额占比增加

在传统零售业整体表现低迷的情况下，电商发展依然保持活力。2013年双十一当日，淘宝成交额达到创纪录的350.19亿元，相比去年同日增长了83.35%。而包括淘宝、天猫、京东、苏宁等十大网络电商双十一当日销售额预计达800亿，超过2012连锁百强排名第五位的大润发全年销售额。2013年全国网络销售总额预计将突破1.8万亿元，同比上涨38%，占社会消费品零售总额也将至8%，与中国连锁百强企业销售额不分伯仲。

购物中心缺乏差异化

相对集中的供应和专业人才的缺乏使目前购物中心在功能和商户品牌上缺乏差异化，并且销售业绩也因电商平台迅速发展遭受冲击，对未来购物中心的发展和运营埋下隐患。针对目前的困境，购物中心普遍提高了餐饮、娱乐、儿童等业态的比重来提升顾客的消费体验。而未来随着新科技的运用，以及艺术、人文等元素的融入，将会看到更多独特性的商业地产项目。

O2O模式方兴未艾

另一方面传统零售业触网。目前已有苏宁、国美、银泰等成功案例。虽然也有万家摩尔、卜蜂莲花、武汉中商等因水土不服而退出关停，但这不足以阻挡开发商和品牌商寻求线上线下空间以加强优势弥补短板这一趋势，预计2014年将会出现更多合作模式。而缺乏专业人才储备将是双方都面临的挑战。



中国20大城市2013年第四季度主要成交

品牌名称	入住商场	城市	营业面积 (平方米)
民生家乐超市	盛龙广场	西安	30,000
连卡佛百货	大上海时代广场	上海	14,000
史努比乐园	华润五彩城	北京	5,000
MAP by Belle	中华广场	广州	4,000
玛莎	观前街1号	苏州	2,900
SPAO	华旭国际	上海	2,800
SPAO	前门商业街	北京	2,000
HOLA特力和乐	茂业天地二期	无锡	2,000
骑鹅公社	大悦城	天津	2,000
海底捞	阳光新业	成都	1,700
H&M	世贸天阶	北京	1,500
美思佰乐	苏州乐园	苏州	1,400
C&A	江宁万达广场	南京	1,300

盈石集团研究中心跟踪的20大中国城市包括：北京、上海、广州、深圳、南京、重庆、天津、成都、武汉、大连、青岛、杭州、宁波、西安、沈阳、长沙、厦门、苏州、无锡、哈尔滨

中国20大城市2013年第四季度主要开业项目

商业名称	城市	建筑面积 (平方米)	开业时间
南坪盛汇广场	重庆	140,000	2013年10月1日
茂业天地购物中心	无锡	150,000	2013年10月19日
红星爱琴海购物中心	北京	138,000	2013年10月26日
东丽新业广场	天津	124,000	2013年10月26日
Lifespace乐都汇中心	大连	87,000	2013年10月31日
世纪金花时代广场	西安	80,000	2013年10月31日
339欢乐颂购物中心	成都	250,000	2013年11月2日
奥山世纪广场	武汉	180,000	2013年11月16日
汇珑新天地	广州	150,000	2013年11月20日
中闽百汇	厦门	17,000	2013年11月22日
沙井京基百纳广场	深圳	175,000	2013年11月24日
悦购广场	长沙	17,000	2013年12月1日
艺汇家商业广场	哈尔滨	60,000	2013年12月6日
港隆时代广场	宁波	200,000	2013年12月7日
新天地休闲购物广场	沈阳	100,000	2013年12月14日
龙湖北城天街	成都	220,000	2013年12月20日
新燕莎奥特莱斯名品折扣店	天津	88,000	2013年12月21日
青岛中心广场	青岛	40,000	2013年12月21日
江宁万达广场	南京	200,000	2013年12月21日
萧山义蓬购物中心	杭州	87,854	2013年12月21日
O' MALL华侨城	上海	86,000	2013年12月24日
金隅万科广场	北京	140,000	2013年12月24日
万科美好广场	苏州	64,000	2013年12月28日



中国20大城市未来主要新增供应

商业名称	城市	建筑面积 (平方米)	开业时间
国际金融中心	成都	200,000	2014年第一季度
远洋未来广场	天津	130,000	2014年第一季度
百家湖购物中心	南京	40,000	2014年第二季度
松江万达广场	上海	320,000	2014年第二季度
英特宜家	无锡	45,000	2014年第二季度
观澜湖新城	深圳	93,000	2014年第二季度
太古里	成都	200,000	2014年第二季度
国盛时尚购物中心	北京	68,000	2014年第二季度
银座购物中心	青岛	65,000	2014年第二季度
武汉汉口城市广场	武汉	200,000	2014年第二季度
晋合广场	苏州	18,000	2014年第二季度
西安绿地正大缤纷城	西安	101,000	2014年第二季度
泊富国际广场	长沙	100,000	2014年第二季度
华润万象城	重庆	246,000	2014年第二季度
中街九龙港	沈阳	100,000	2014年第二季度
华润万象城	青岛	300,000	2014年第三季度
水晶城购物中心	杭州	88,000	2014年第三季度
美岁名品购物中心	厦门	60,000	2014年第三季度
钻石商业广场	宁波	35,000	2014年第三季度
云尚凯德置地广场	广州	86,000	2014年第四季度
华盛奥特莱斯	哈尔滨	100,000	2014年第四季度
霖韵生活广场	大连	44,000	2014年第四季度

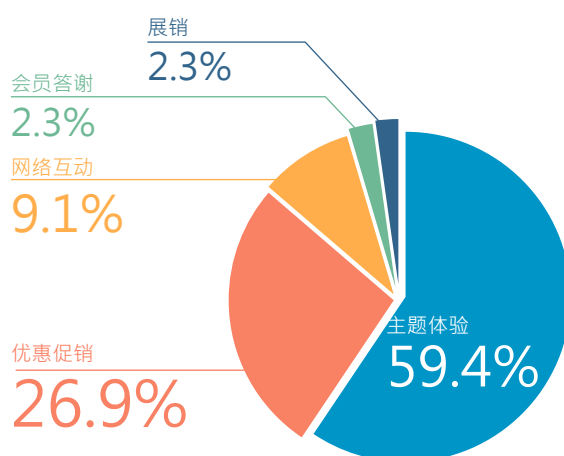
盈石集团研究中心跟踪的20大中国城市包括：北京、上海、广州、深圳、南京、重庆、天津、成都、武汉、大连、青岛、杭州、宁波、西安、沈阳、长沙、厦门、苏州、无锡、哈尔滨



项目推广活动总结

2013年四季度，全国十大重点城市标杆项目推广活动主要涵盖主题体验、优惠促销、网络互动、会员答谢、展销五大类型。其中，与当前购物中心体验化趋势相适应，标杆项目活动类型以主题体验为首选，比重达59.4%；其次为传统的优惠促销，占比26.9%。

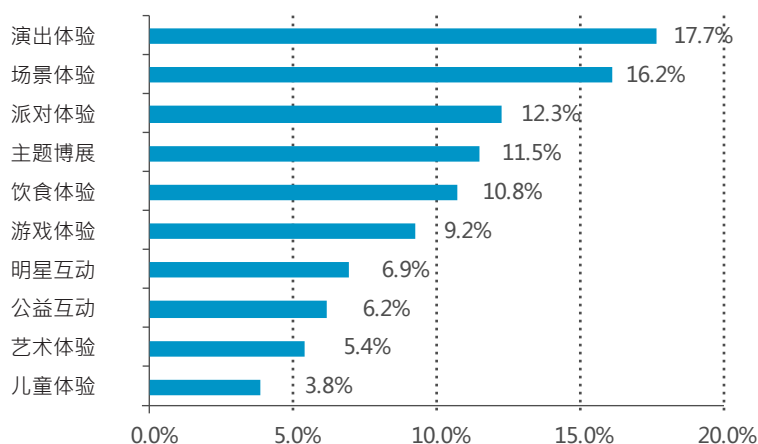
2013年四季度十大城市活动推广类型分布



数据来源：盈石集团研究中心

主题体验中通常采用演出体验、场景体验、派对体验、主题博展等形式。例如北京朝阳大悦城10月份推出的“猪小哼的幸福生活”，是典型的“农场场景体验”的形式，能够有效的吸引符合自身定位的“家庭型客群”来此体验。而上海港汇恒隆“圣斗士星矢主题展”则采用了目标客群“70-80后人群”喜闻乐见的动漫主题博展体验的形式。这些类型体验中也多会贯穿各类体验环节的综合运用，如乐队演出、主题巡游、音乐欣赏等。

十大城市主题体验主要类别分布



数据来源：盈石集团研究中心

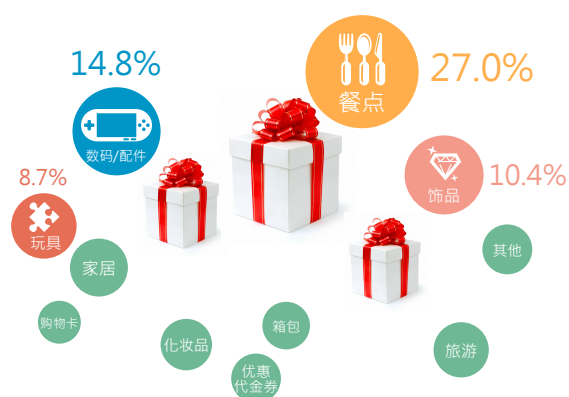


另外，活动所采用的优惠方式，以满额有礼最常见，比重占到40.4%；其次为打折促销，占比25.1%；第三值得关注的是“网络关注有奖”的方式，该类优惠占比19.1%。

十大城市推广活动主要优惠类型



十大城市推广活动主要奖品类型



数据来源：盈石集团研究中心

盈石集团研究中心认为，推广活动的选择与购物中心本身主题与创新的演变密切相关，购物中心在变革中求发展，体验式主题日益受到重视，2014年推广活动的选择也将持续重点关注“主题体验”的运用。而随着移动网络的发展，购物中心越来越重视网络推广的运用，“网络互动”的形势将会被更多的购物中心所采用。



十大城市主题体验及网络互动推广活动代表案例

项目	类型	活动主题	活动时间/期间	活动内容详细说明
北京朝阳大悦城	体验-场景体验	猪小哼的幸福生活	10月20日-11月10日	在一层展厅开设“猪小哼的幸福生活”的都市农场展览，首次全景呈现生态农场景观。活动免费对公众开放。
北京蓝色港湾	体验-演出体验	圣诞&新年派对季	12月21日-12月31日	京 p318、G-ELEVEN 乐队、袋鼠乐队、北腿爸爸乐队、石榴乐队、理想后花园乐队，超棒的音响设备与乐队演出，更有精彩欧美舞蹈演出
上海嘉里城	体验-派对体验	万圣节灵异魔锅派对	10月25日-10月31日	1、大嘴南瓜派对 活动内容：大嘴南瓜鬼怪秀、万圣节脸部彩绘 2、灵异魔锅 活动内容：女巫魔锅、小鬼恐怖之旅 3、魔锅舞台 鬼舞开场之“小鬼驾到”、鬼脸投球赛、南瓜雕刻赛、南瓜碰碰鬼、画出你心中的南瓜家园等
上海港汇恒隆	体验-主题博展	圣斗士星矢主题展	9月29日-10月27日	港汇恒隆广场首次携手完美世界，于“十一”黄金月举行“圣域再燃——圣斗士星矢 OL”主题活动，将日本漫画家车田正美的代表作《圣斗士星矢》的漫画形象，通过静态展示、COSPLAY 粉丝赛、购物赠礼等丰富活动，带领大家身临其境的穿越希腊圣域的真实世界，让 70、80、90 后们《圣斗士星矢》的忠实粉丝来一次儿时的集体回忆“再燃”。
广州太古汇	体验-明星互动	古天乐相约太古汇	10月27日	le saunda 携手影视巨星古天乐，宅男神岑丽香，于太古汇 M 层中庭举行“冲突时尚·HIS IS HER”秋冬明星发布会！
广州正佳广场	体验-游戏体验	圣诞鹿去哪儿了	12月2日-12月25日	圣诞车的小鹿不见了！能帮忙找找吗？12.2-25，凡在【友谊正佳店】女服区内找到圣诞鹿，拍照并分享至微博/微信朋友圈，将获赠礼品。
深圳海岸城	体验-艺术体验	五周年庆灯仪式暨跨界艺术沙龙	12月8日	“海岸城五周年前行不止跨界艺术主题创作展”为此次海岸城五周年特别展览环节，除了到场五位艺术家外，还有音乐人罗坚、策划人倪兵、知名艺僧释道心等 12 位不同领域的专业人士。他们就“前行不止”同一个命题进行了不同思考与创作，诠释了海岸城五周年庆关于“不止”的内涵。此举创新性为商场节庆活动提供了新形式，巧妙地将艺术和商业进行融合。
天津海信广场	体验-公益互动	爱在前行—2013 圣诞公益活动	11月30日—12月24日	海信广场携手天津日报社张俊兰公益工作室主任记者，共同爱心连线四川凉山深处的贫困儿童，带上爱和祝福，去重启孩子们的希望！会员可通过香薰蜡烛义卖、爱心拍卖及现场捐款等方式奉献自己的爱心。
长沙万达广场	体验-饮食体验	感恩 VIP 火鸡盛宴	11月28日	诚挚的邀请到了十对万达百货 VIP 顾客家庭一同来体验经典的西式盛宴，感受温馨的天伦之乐，享受舌尖上的翱翔。
重庆西城天街	体验-儿童体验	台湾纸艺大师-纸乐	10月2日	专业老师今天将教小朋友制作的是花书签，究竟是怎样的一个制作方法快来体验吧
	网络互动	狮吼小齐经典歌曲	11月31日	在微信中“按住说话”，狮吼小齐经典歌曲，发送给“重庆龙湖西城天街”官方微信，即可参与任贤齐演唱会抢票，每人送出 2 张门票

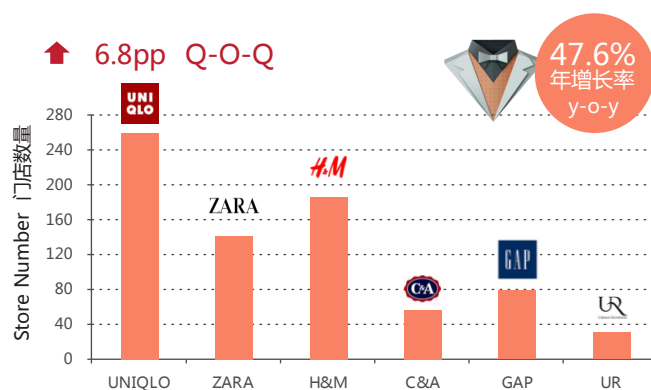


品牌商发展动向

2013年，各个行业的品牌商在中国市场呈现出不同的发展动向，快时尚行业保持高速增长，奢侈品和大型超市的发展则明显放缓，餐饮行业的细分市场表现也不尽相同。

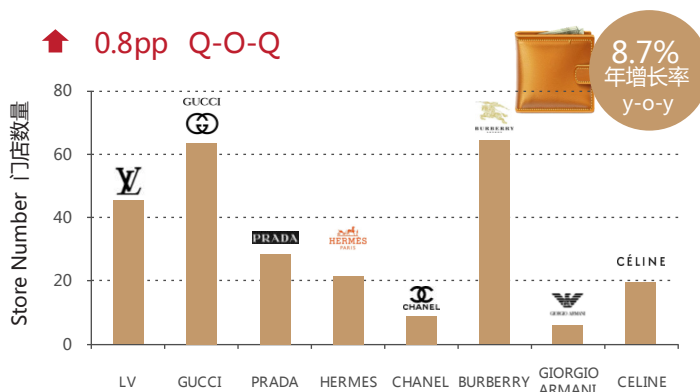
快时尚行业始终保持急速扩张的趋势，截止至2013年底，包括优衣库、ZARA等在内的六大品牌内地门店总数达到757家，门店数量同比增长47.6%。品牌商在急速扩张的同时也在加速旗下新品牌的引入和电商平台的搭建，从多渠道创造新的赢利点。未来快时尚品牌的发展将呈现多维的竞争局面，只有占据渠道优势才能在市场上抢占更多的份额。

FAST FASHION 快时尚



奢侈品行业则截然相反，2013年接连颁布的反腐政策使其在中国的发展陷入了瓶颈，门店扩张受限的同时本土购买的比例也在逐年下降。对门店升级改造和提供VIP定制服务将是未来奢侈品拉升本土购买的重要手段，同时产品线也可以延伸至童装、宠物用品、家居家俱等细分领域，为奢侈品牌突破当前销售低迷的困局开辟新的途径。

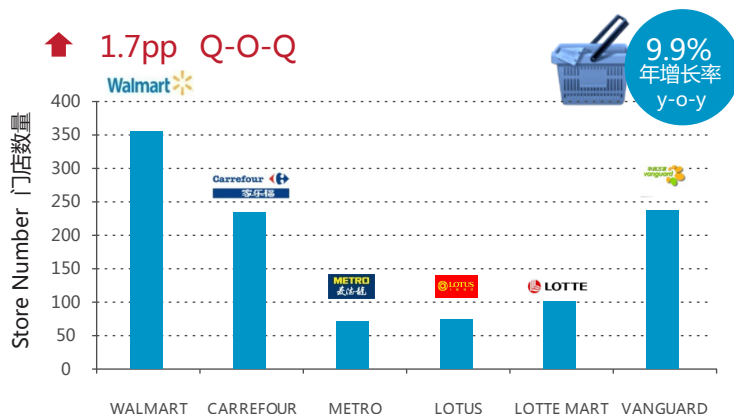
LUXURY 奢侈品



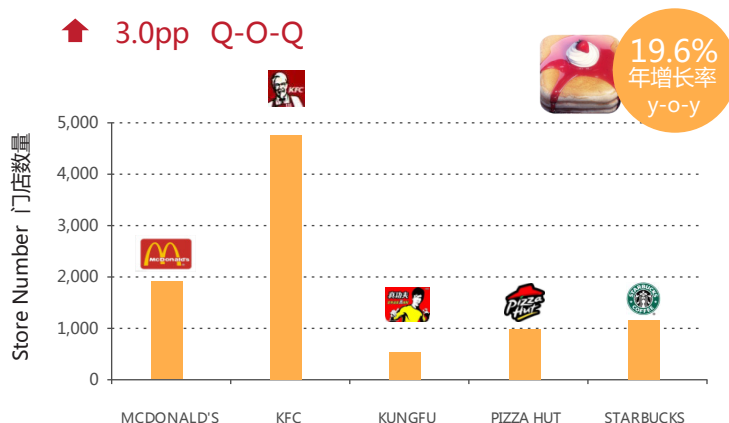


大型超市方面，盈石跟踪的沃尔玛、家乐福等六大超市品牌共有门店数量年度同比上升了10%，达到1,115家。对比2012年35%的高增长率，门店增速不但放缓，一些品牌还选择关闭部分门店止损。以量取胜的模式已经无法适应市场的需求，大型超市品牌需要通过整合优化自身的产品和服务，为消费者带来更多的体验和选择。

HYPERMARKET 大型超市



F & B 餐饮业



餐饮行业无法一概而论，细分市场的发展不尽相同。各个城市大量兴建购物中心，使得大众餐饮和轻餐饮扩张迅猛。而高端餐饮和快餐则发展受限，主要是分别受到三公消费禁令和食品安全的影响。对于大众餐饮及轻餐饮而言，未来在急速扩张的同时，需要注重可持续的健康发展，而高端餐饮应该通过转型或者向多元化发展夺回自身的市场份额。

2013年零售市场的表现并没有达到品牌商们本来的预期，消费需求的变化加剧了市场竞争。在新的一年里，品牌商们需要采取多元化多渠道的经营策略，直面消费者的最终需求。

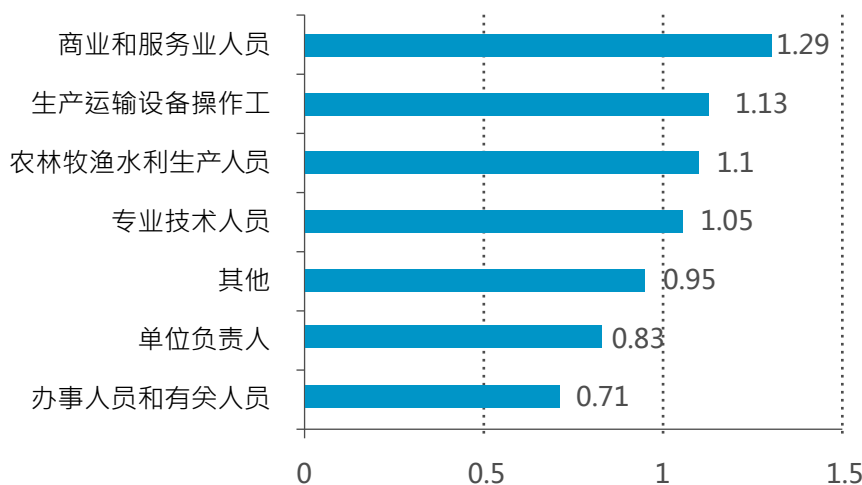


行业人力资源动态

商业和服务业的劳动力需求大于供给

全国人力资源市场信息监测中心的数据显示，从各类职业的需求状况看，第三季度商业和服务业人员是第二大用人需求，所占比重为32.8%，仅落后于生产运输设备操作工的所占比重1.1个百分点。与上季度和去年同期相比，商业和服务业人员的需求比重分别上升了2.5和1.9个百分点，显示商业市场信心持续向好。从求职情况看，商业和服务业人员在求职人员中的所占比重达到26.3%。与上季度相比，商业和服务业人员求职比重上升了0.6个百分点，与去年同期相比则下降了0.7个百分点。从供求状况对比来看，商业和服务业人员保持劳动力需求大于供给，其岗位空缺与求职人数的比率分别为1.29，连续两个季度上升。

按职业类别的供求人数对比



数据来源：人力资源市场信息监测中心

批发和零售业的用工需求快速回升

第三季度主要城市的第一、二、三产业需求人数所占比重依次为1.8%、40.9%和57.3%。虽然与去年同期相比，第三产业的需求比重依然下降了2.2个百分点，但是环比已经连续两个季度回升。从行业需求看，80.9%的企业用人需求集中在制造业、批发和零售业、住宿和餐饮业等六个行业，用人需求占比前三位的分别为制造业（33.8%）、批发零售业（15.0%）和住宿和餐饮业（11.4%）。其中批发和零售业的用工需求比重较去年同期上升了1.6个百分点，属于各行业中回升最快。同时，根据2013年12月国家统计局数据显示，零售业商务活动指数位于60%以上，而餐饮业商务活动指数低于临界点50%。预计零售业的活跃将带动相关用工需求的稳定增长，反之餐饮业的用人需求将继续受到行业收缩的限制。

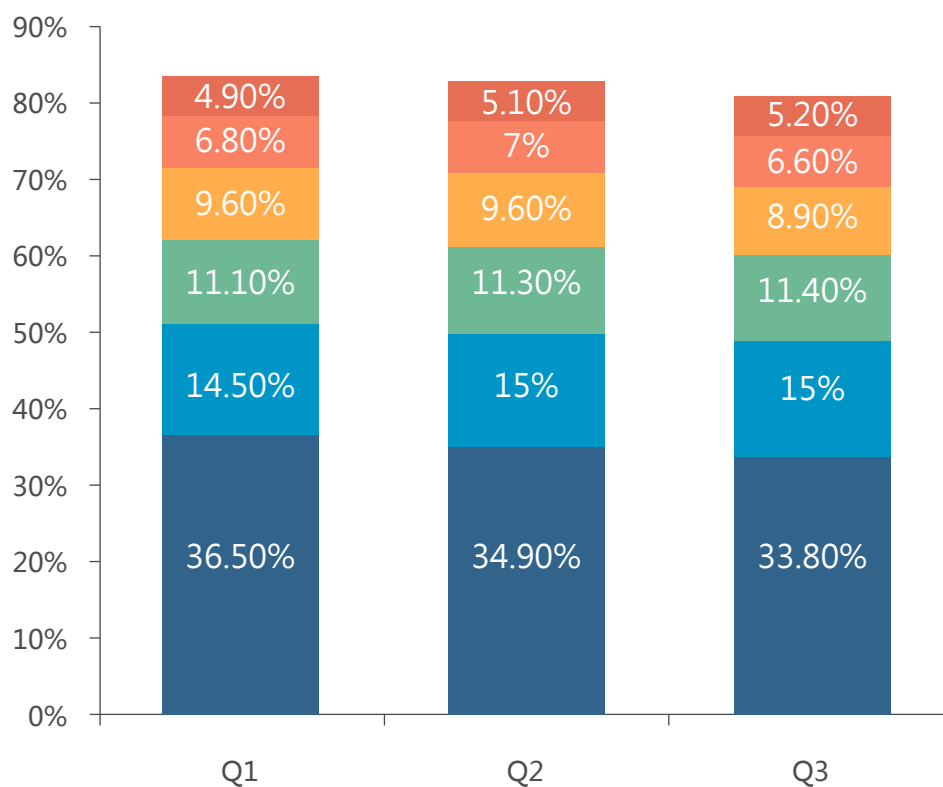


Insight by **INSITE** 盈石

盈石观点

15

企业用工需求占比



数据来源：人力资源市场信息监测中心



商业地产市场展望

关于土地制度改革的决定将进一步加速城镇化进程，而城镇化的推进将成为未来商业地产发展的重要助力，但以往粗放建设的方式将被抛弃，本届政府强调的新型城镇化将以人为核心发展。随着农业人口向城镇人口转移的趋势，购物中心、社区商业中心等将演化为新城镇人口重要的消费载体空间。这样对目前开发商在建和运营的项目就提出了更进一步的要求，超大型城市中随商业项目日趋饱和，竞争中走差异化经营和更重视消费体验的项目更能脱颖而出；新型城市和区域中，项目应更重视生活功能的高度集合。

电商在2014还将保持高速发展的趋势，O2O模式将被更多零售商、运营商所采用，加强线上线下联动，利用O2O实现优势互补。而随着近几年物流网络的大力建设投入，电商触及的受众人群会进一步扩大。

面对未来商业物业市场大量新增供应，结合自身资源打造特色体验式消费将成为差异化竞争的有效途径，为消费者带来更多惊喜。未来的项目将更加重视打造消费者购物过程中的感官体验以及氛围营造。抛开传统的高端、低端定位外，艺术、文化、女性、儿童、青少年等都可以打造为项目主题来吸引特定的消费人群。

随着技术运用的推陈出新，未来的购物中心也将迈入更为科技化的时代。目前移动技术的升级给予商场更多与购物者沟通以及采纳信息的机会。商场能通过无线技术达到帮助购物者进行路径搜索、排队等位、商户促销等交互行为。同时通过数据整合分析，商场也将能辨别购物者的消费偏好和习惯，有效的推送相关商户的动态信息给予购物者更大的便利，从而创造出更强的客户粘度。

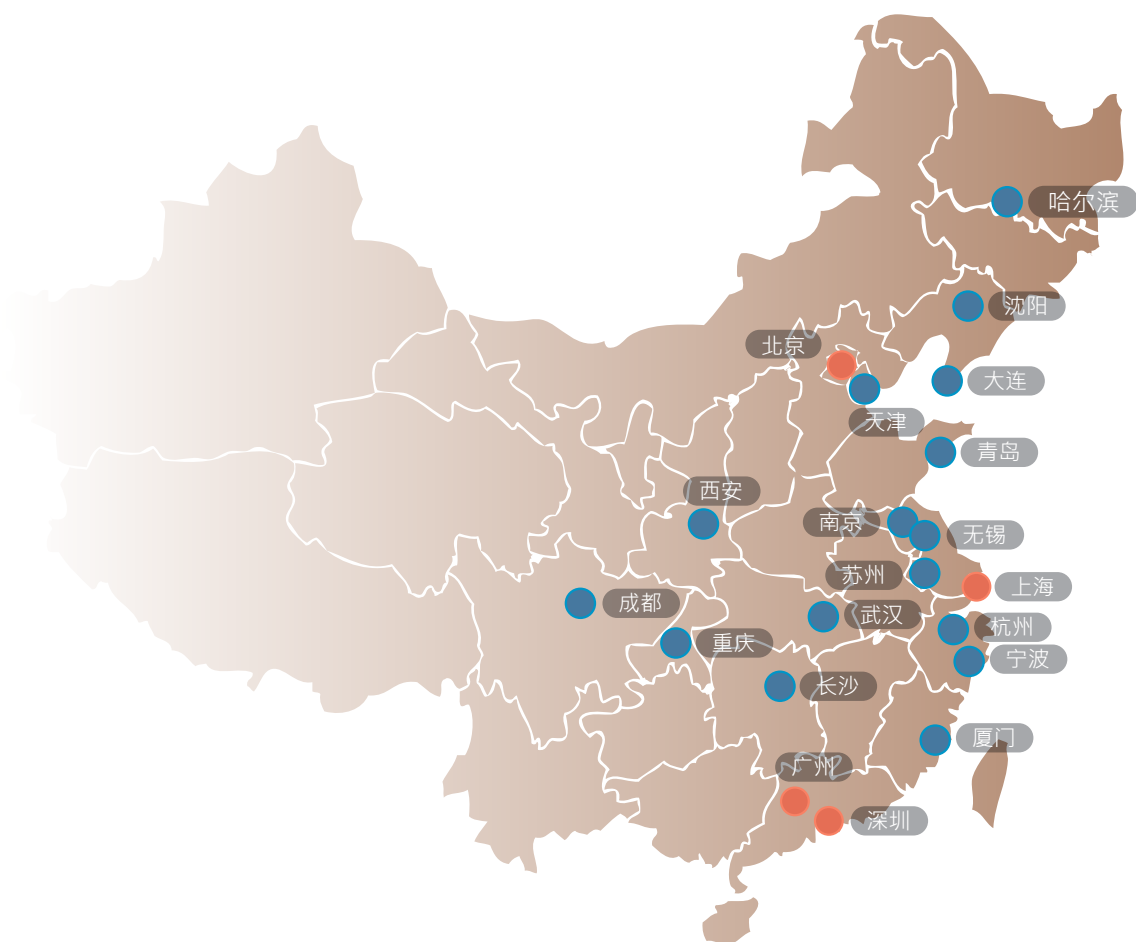


Insight by **INSITE** 盈石

盈石观点

17

盈石集团研究中心定期覆盖20大城市



关于盈石 / About INSITE

盈石中国由美国大型私募基金黑石（Blackstone）共同参与创建，是专注于中国商业地产的经营管理机构，旨在为中国商业地产市场提供高品质、专业化、全方位的商业资产增值服务。

盈石中国融合了香港司培思（SPACE）商业经营管理集团对中国商业地产市场十余年的运作经验及服务网络，以及盈石资产管理有限公司的创新商业零售地产形态的运营平台，通过深度整合内部资源，全面提升商业地产各环节综合服务能力，以专业合力筑就商业地产的里程碑，致力成为中国商业地产综合服务的引领者。

关于盈石集团研究中心 / About INSITE Research Center

盈石集团研究中心是盈石中国下属专业研究机构，凭借对中国商业地产的深刻认识和广阔视野，对中国商业产业进行深入分析，形成创新独特的盈石观点，建立盈石指数体系，填补行业空白，引领建立中国商业地产综合服务行业标准。

需要更多信息，请联系：

For more information, please contact:



司徒 文聪 Dickson Sezto

董事长 兼 总裁 Chairman & Chief Executive Officer
盈石中国商业投资控股集团
INSITE(China)Retail Investment Holdings Group
T : +(86 21) 6182 9188
E : Dickson@INSITEasset.com



张平 Sunny Zhang

英国皇家特许测量师 MRICS
总经理 General Manager
集团研究中心 Corporate Research Center
英国皇家特许测量师学会中国区发言人
Media Spokesperson of RICS China
T : +(86 10) 6538 8860-268
E : Sunny.Zhang@INSITEasset.com