

放弃摩天大楼 城市另有打算

摩天大楼的建设竞赛,在中国画上了休止符。

7月中旬,国家发改委在《“十四五”新型城镇化实施方案》明确,严格限制新建超高层建筑,不得新建500米以上建筑,严格限制新建250米以上建筑。

这是自2020年以来,相关部委第四次对城市建筑“限高”。

CTBUH(世界高层建筑与都市人居学会)发布的《2020 高层建筑年度回顾》显示,2020年,全球建成了106座200米及以上高度的建筑,其中中国完成56座,占比超一半。截至2020年底,中国150米以上的建筑达到2395座,200米以上建筑达823座,300米以上达95座。

截至2022年6月,世界高度前10的摩天大楼中,有5座在中国,而截至今年5月,中国共有停工、搁置的摩天大楼166栋,这一数据相比2020年9月已经翻倍。

曾经,超高建筑或者说摩天大楼被认为是城市现代化水平、经济发展的重要标志,现在超高层建筑即将随着超高层建筑的建设受到严格限制,摩天大楼的建设需求主要有三类:办公类型的摩天大楼主要基于大城市经济增长和商务活动的需要;百米高的住宅楼则与地方土地财政和地产商追求利润相关;第三类需求则基于特定文化背景。

拔地而起

2000年,中国共有245座超过150米的摩天大楼,到2010年,这个数字增长到了841座,其中60%都建在香港、北京、上海、广州、深圳,10年间,不仅超高层建筑在中国快速增长,中国的城市建设也进入快速发展期,摩天大楼成为许多新区的标配。

中规院(北京)规划设计有限公司高级规划师李昊告诉记者,摩天大楼的建设需求主要有三类:办公类型的摩天大楼主要基于大城市经济增长和商务活动的需要;百米高的住宅楼则与地方土地财政和地产商追求利润相关;第三类需求则基于特定文化背景。

李昊表示:“此前,很多地方都将摩天大楼当作一种现代化和都市文明的标志,类似地方政府的形象工程,通过树立地标招商引资,在企业、资本、人才的城市间竞争中取得优势的地位。尤其在一些中小城市,摩天大楼成为树立地标和名片的捷径,但都缺乏对实际市场需求的考量。”

据CTBUH全球高层建筑数据库数据,2018年,全球拥有最多在建或待建超高层写字楼的城市,前五名分别是深圳(18座)、沈阳(10座)、重庆(9座)、天津(8座)、南宁(7座),二线城市天际线的飙升速度远远超过北京、上海等一线城市。中国拥有摩天大楼(楼层高度超过150米的楼宇)最多的城市中,前三名为香港、上海和深圳,而沈阳、天津、武汉等城市同样位列前十。

“超高层建筑大多是商业写字楼,空置率非常高,越小的城市空置率越高。”李昊表示。

预期与现实

这些基于未来人口、经济发展预期的摩天大楼正面临着“被冷落”的现状。即使在一线城市的核心区域,一些摩天大楼的空置率同样高企。

根据一家专业机构提供的数据,北京CBD核心区一幢层高260米的摩天大楼,空置率接近50%,毗邻中国尊的另一幢摩天大楼,整体空置率也超过一半。

根据戴德梁行数据,2022年第二季度,北上广深四个一线城市甲级写字楼的空置率分别为13.9%、16.2%、9.6%和22.4%。重庆、长沙、天津等新一线城市甲级写字楼的空置率均超过了30%。武汉上半年核心区优质甲级写字楼的空置率也达到37.5%。

不仅出租率低,从投资交易角度看,一些超高层写字楼同样“遇冷”。高力国际资本市场及投资服务部中国区副董事总经理顾立宇告诉记者,在超高层建筑的交易中,地区差异明显。

近几年,大部分写字楼交易还是发生在北京,以投资为目的交易在



二线城市相对较少,二三线城市超高层写字楼的投资交易几乎绝迹。

顾立宇介绍,租金基本面、供应需求平衡和未来增长都是投资者考虑的因素。过去一段时间,许多二三线城市都在造新城,建新的CBD,供应增长的速度超过了需求。比如外资企业、跨国公司的总部大多会选择上海和北京,其他城市和地区的员工派驻规模会小很多,即使这些城市的办公需求有增长,也无法与入市的写字楼规模相匹配。

投资者考虑的另一个方面是未来的退出问题。顾立宇表示,在二线城市想要通过大宗交易方式退出仍然比较困难,工业类项目还可能通过公募REITs的方式退出,但商办写字楼目前没有真正意义上的资产证券化退出渠道。

此外,写字楼的宏观环境也在发生变化。顾立宇介绍,“资本最终看的是回报率和租金增长”,大宗交易资产类别的热点已经从过往的写字楼转到了新经济资产领域,比如物流、生命科学类产业园等,“外资今年在国内的投资超过60%都在这些领域”。

是否“经济”?

在李昊看来,突破一定高度后,越高的楼层越“不经济”,为了维持它的结构和功能会额外产生更多材料消耗和能耗。

高力国际超高层建筑技术委员会负责人鲁伟介绍,在垂直交通设计上,超高层写字楼通常需要关注电梯的数量及分区、载荷、梯速等指标,比如常规写字楼体量较小,在电梯高载的选择中多以1000kg为主,而超高层的电梯一般都会选用1600kg至1800kg的电梯;超高层写字楼的高区及高楼层往往会采用5m/s至8m/s的高速电梯,有些甚至会采用10m/s至12m/s梯速的高速梯,而常规写字楼通常选用4m/s梯速的电梯即可满足需求。

此外,超高层建筑消防要求也非常高。鲁伟表示,超过100米的建筑需每50米设置一个避难层,所以超高层建筑一般会有多个避难层,这些空间都需要安排相应的人员进行安全管理及消防巡查。

而为减小台风时楼体晃动,超高层建筑通常都会设置阻尼器,考虑到安全、幕墙清洗及更换效率的问题,有些超高层还会根据建筑形态设置多种类型的擦窗机。这些特殊设备都需要专业机构进行定期维保和检测。“这些设备也要有足够的专业人员去使用,因此对物业人员的素质也有一定要求。”鲁伟介绍。

不仅如此,高层写字楼对新风、暖通的设备有特殊要求。鲁伟解释,由于超高层楼体承受的风压较大,所以楼层高区开启扇较少,在相对封闭情况下,为保证楼内几千人甚至上万人的舒适,暖通设备一般需要全峰运行。

从物业管理的成本角度来看,在鲁伟管理的超高层建筑中,人工成本、水电能耗、机电设备及建筑本身的维保费用是支出的最大头。“通常维保费用占

10%左右,人工成本、水电能耗均超总成本的30%,特别是能耗成本,可能要比一般写字楼高出十几个百分点”。

而从城市交通规划角度看,超高层建筑把大量人聚集在一个空间里,同样不利于整个地区交通的疏解。李昊介绍,摩天大楼周边上下班的时候容易成为区域的堵点。从城市设计来看,交通路网中的“断头路”是不利于交通通畅的,而摩天大楼实质上是一条立体的断头路。李昊表示,比如人从一幢楼到另一幢楼都需要先下楼,再通过电梯上楼。“摩天大楼实际上造成了竖向的交通,而垂直交通系统相对于平地来说肯定是不高效的,通达度不高”。

风向转变

值得注意的是,除了“限高”,《“十四五”新型城镇化实施方案》同时提出推动开展城市设计,加强城市风貌塑造和管控,促进新老建筑体量、风格、色彩相协调。落实适用、经济、绿色、美观的新时期建筑方针,治理“贪大、媚洋、求怪”等建筑乱象。

“过去很多城市在建设新城新区的时候,都希望建造超高的楼宇、宽大的马路和特别大的广场。而这已经不符合城市发展的趋势。”李昊表示,过去我们采用的是一种汽车主导的,把城市作为一种经济增长的机器的发展趋势,这也是各地兴建摩天大楼背后的动力。而现在,我们越来越从物理空间上鼓励人行和公共交通,提倡把城市建得更加宜居,符合人的尺度。不仅是中国,全球都在告别宽马路、大广场和摩天大楼为代表的宏大叙事。

李昊认为,随着我国城市化进程进入中后期,各地对城市建设也越来越理性,摩天大楼作为经济快速增长时期城市竞争、城市建设和土地开发一系列机制的一个产物,这个阶段基本上过去了。

国家发展与城市建设趋势越来越追求集约化和生态化。李昊表示:“2016年,政策就开始提倡小街区、密路网这样一种更加环保、绿色、低碳、生态的发展模式。”近几年城市建设发展也都是向这种模式来做引导的,建筑要配合整个城市化的规律,“进入城市化中后期时,要对大规模的建设进行控制,让整个城市化和人口的发展进程能够适配。”李昊说,我们不再像以往一样过于强调宏大叙事,而是转向更加人性化和以人为本的建设模式。

在李昊看来,彻底告别摩天大楼之后,可能会出现一些更加理性、更经济的建造形式。更多地建筑的造型上体现特色和地域化的特点,在建筑材料和建造技术上,则会采用更加绿色低碳的技术,来打造一些比较好的楼宇。“可以肯定的是,不论是密度还是容积率,都会更加根据人的居住或者使用的需要来设计。建筑会变得更加理性,更加以人为本,更加绿色低碳、更加亲近自然。其实也是一种城市建设观念的成熟。”

本报综合消息

不存在“食品级”化妆品

随着社会和经济发展,人们对美的追求愈加强烈,化妆品市场逐渐显现出不断增长和老龄化的趋势。打开电商平台搜索“儿童化妆品”,唇膏、唇膏、腮红、指甲油、眼影、闪粉、修容膏、粉饼、粉扑等儿童化妆品琳琅满目,一些卖家还以儿童化妆品组合套装形式销售,销量颇为可观。这些产品都声称“儿童配方”“成分温和”“无添加”,但真的安全可靠吗?

近日,中国消费者协会、中国保健协会化妆品发展工作委员会发布暑期消费提示称,不存在“食品级”化妆品,误当食物摄入化妆品存在安全风险;购买儿童化妆品应选择有资质的正规商家,仔细阅读标签标注并核对产品信息,认准“小金盾”标志。

儿童化妆品是指适用于年龄在12岁以下(含12岁)的儿童,具有清洁、保湿、爽身、防晒等功效的化妆品。据有关方面统计,我国每年至少有5000万儿童使用化妆品,估算儿童化妆品市场份额已近50亿元,且呈现逐年递增的趋势。

儿童化妆品市场也暴露出一些问题,如无生产许可证生产儿童化妆品、伪造生产厂名厂址、非法添加激素和抗感染类药物、宣称“食品级”化妆品、售卖的“彩妆玩具”易被当成儿童化妆品等,不利于儿童的身心健康和安。

3岁以下婴幼儿不宜使用“彩妆”

中消协表示,与成人相比,12岁(含)以下的儿童,特别是3岁以下的婴幼儿皮肤屏障功能尚未成熟,对外界刺激的敏感性较强,防御能力较差,对细菌感染的易感性也较强。这些皮肤特点决定了对儿童化妆品配方有着更特殊的考量,不仅儿童化妆品与成人化妆品有较大不同,3岁以下婴幼儿与3岁~12岁儿童所使用的化妆品也不完全一样。

国家药监局发布的《化妆品分类规则和分类目录》规定,3岁~12岁儿童使用的化妆品的功效宣称有清洁、卸妆、保湿、美容修饰、芳香、护发、防晒、修护、舒缓、爽身;而0岁~3岁婴幼儿使用的化妆品功效宣称则仅限于清洁、保湿、护发、防晒、舒缓、爽身。由此可见,0岁~3岁婴幼儿使用的化妆品功效宣称中不包括美容修饰、卸妆等“彩妆”类别。为此,家长们不要为3岁以下婴幼儿购买“彩妆”。如果彩妆化妆品标签宣称3岁以下婴幼儿可用,则属于违法行为。

不得标注“食品级”“可食用”

一些商家在生产化妆品时使用了某些可用于生产“食品”的原料,就借机称这样的化妆品为“食品级”化妆品,暗示家长把这样的化妆品给儿童使用更安全。事实上,化妆品和食品是两种不同类别的产品,依据不同的法规规定,适用不同的产品标准、原料要求、生产条件等,根本不存在所谓的“食品级”化妆品。评价化妆品是否安全,需要评估其原料的安全性,同时还评估产品配方、生产工艺、使用方式、贮存条件等。

为此,《儿童化妆品监督管理规定》第十三条第二款明确规定,“儿童化妆品标签不得标注‘食品级’‘可食用’等词语或者食品有关图案”。

在日常使用中,如少量的口红、唇膏等质量合格的儿童化妆品被舔食入口,则不必过于担心,因为摄入量较小,一般仍在安全容许的范围内。但如果孩子把儿童化妆品误当作食品大量摄入,则可能出现健康风险,如果出现不适症状,要及时就医。

中消协表示,家长应主动监护孩子使用儿童化妆品情况,出现不适要立即停止使用。要将儿童化妆品与玩具严格区分,切勿将彩妆玩具当成儿童化妆品使用。

明年“五一”前须完成产品标签更新

中消协建议,消费者购买儿童化妆品时,首先,应认真查看经营者的营业执照等资质情况,选择证照齐全的正规商家进行交易,并保留发票、收据等购物凭证。

其次,要尽量选择知名度高、消费者评价较好的品牌和产品,仔细阅读产品包装上的标签标注信息,特别是产品成分、功效、使用人群、生产日期和保质期、注意事项等。

最后,要查看产品的注册或备案信息,儿童化妆品一般为“妆”字号,并可通过国家药监局网站或者化妆品监管APP进行核对,查验产品信息真伪。

为区别于其他产品,应注意中文名称或包装可视面上是否明示适用于儿童等说明用语、产品标签中是否标注“应在成人监护下使用”等警示用语。

此外,国家药监局还于2021年12月推出了儿童化妆品“小金盾”标志。自2022年5月1日起,申请注册或者进行备案的儿童化妆品必须标注“小金盾”标志;此前申请注册或进行备案的儿童化妆品,未按照规定标注“小金盾”标志的,化妆品注册人、备案人应当在2023年5月1日前完成产品标签更新,即2023年5月1日后生产或者进口的儿童化妆品将全部标注“小金盾”标志。

本报综合消息