

‘Buôn có bạn, bán có phường’ - Lợi thế kinh doanh của shophouse hiện đại

08:21 22/01/2019

“Buôn có bạn, bán có phường” là chìa khoá thành công của những trung tâm phân hoa đô hội đã được ông cha đúc kết qua bao đời. Tại những nơi “đất vàng” thời hiện đại, công thức nào để hội tụ khí chất, “kích hoạt” lợi thế của “hội buôn”, “phường bán” đã có chiều sâu cả ngàn năm tuổi?

Mô hình nào cho “phường, hội” thời hiện đại?

Thị trường BĐS 2018 tiếp tục chứng kiến sự khởi sắc của mô hình nhà phố thương mại – shophouse. Phó Cục trưởng Cục Quản lý nhà và Thị trường Bất động sản, Bộ Xây dựng Vũ Văn Phấn khái quát, nửa cuối năm, trong lĩnh vực thị trường du lịch nghỉ dưỡng, xu hướng có chừng lại ở dòng sản phẩm căn hộ khách sạn (condotel) vì có rất nhiều dự án được chào bán với nhiều phương thức khuyến mại. Tuy nhiên, phân khúc thị trường bất động sản (BDS) gắn liền với đất như shophouse lại có xu hướng tăng trưởng tích cực.



Nhà phố thương mại – shophouse đang là tâm điểm của thị trường BĐS. (Ảnh minh họa)

Báo cáo được công bố mới đây của Công ty Cổ phần DKRA (DKRA Việt Nam) – đơn vị chuyên phân phối các dự án BĐS cũng cho thấy shophouse chính là tâm điểm của thị trường BĐS du lịch năm 2018 khi đón dòng vốn lớn từ đầu tư condotel, biệt thự biển chuyển sang. DKRA Việt Nam nhận định, với đặc thù nguồn cung không lớn như các dòng sản phẩm khác, năm 2019 shophouse sẽ tiếp tục là nơi hút dòng tiền trên thị trường, đặc biệt là tại các dự án được đầu tư bài bản.

Giới chuyên gia, các nhà đầu tư cho rằng xu hướng chuyển dần từ thị trường căn hộ sang phân khúc nhà phố thương mại là vì yếu tố sinh lời cao trong dài hạn của dòng sản phẩm này.

Đây cũng là xu hướng phù hợp với diễn biến chung của nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Loại hình shophouse luôn phát triển cùng với sức tăng trưởng kinh tế, với môi trường thương mại sôi động, và được ưa chuộng với giá bán và giá thuê càng ngày càng đắt đỏ tại các điểm đến du lịch. Tại Châu Á, có thể kể đến một số khu vực khá nổi tiếng như dãy phố mua sắm Geylang của Singapore, các khu shophouse ở Penang, Malacca (Malaysia).



Buôn có bạn, bán có phường ở khu phố cổ Hà Nội. (Ảnh Internet)

Ở Việt Nam, Hà Nội 36 phố phường, khu vực Chợ Lớn - TPHCM rất nổi tiếng vừa là nơi sinh sống, vừa làm mặt bằng kinh doanh tạo nên một khu vực giao thương sầm uất mang nhiều nét đặc trưng vùng miền. Đặc biệt, với tâm lý “buôn có bạn, bán có phường”, các khu vực này trở thành nơi mua sắm có tiếng thu hút không chỉ cư dân trong nước mà đối với cả du khách quốc tế. Thậm chí, những phường hội buôn bán, quy tụ theo hàng dãy, hàng phố còn tạo thành nét văn hoá đặc trưng, càng thu hút số lượng lớn khách du lịch tới những khu vực này.

Điểm hạn chế kìm hãm sức sống, khả năng thương mại của những dãy hàng phố đã lưu truyền tên tuổi lâu nay là các khu phố cũ chật chội, hạ tầng lạc hậu, không đáp ứng được nhu cầu mở rộng kinh doanh nhiều ngành hàng cũng như cải thiện môi trường sống và sinh hoạt của các chủ sở hữu.

Theo đó, cùng với sự phát triển của thị trường BĐS du lịch, tại các điểm đến du lịch, nhất là với những quần thể du lịch, nghỉ dưỡng quy mô, đồng bộ, mô hình shophouse mới thực sự bộc lộ hết sức hấp dẫn, ưu việt. Những nhà phố thương mại tại đây vừa đảm bảo chất lượng cuộc sống của gia chủ vừa đáp ứng nhu cầu kinh doanh, sinh lời.

“Kích hoạt” ưu thế của shophouse



Shophouse ở các tổ hợp du lịch, nghỉ dưỡng và giải trí quy mô, được đầu tư bài bản luôn có sức hút lớn. (Ảnh minh họa)

Những khu shophouse hàng đầu tại các tổ hợp du lịch chuyên nghiệp hình thành thời gian qua được xác định là mang lại mức lợi nhuận trung bình tới 15-18%/năm cho chủ sở hữu. Đó là con số quá hấp dẫn nếu so với mức lãi suất gửi tiết kiệm mà lại vững chắc, tránh được rủi ro so với “chơi” chứng khoán hay lướt sóng vàng. Vì vậy, những khu nhà phố thương mại “vàng mười” tại các địa bàn du lịch trọng điểm luôn được săn đón. Có thể lấy ví dụ điển hình như sản phẩm

shophouse mới ra mắt cuối tháng 11/2018 là Boutique shophouse Melodia thuộc dự án Sun Premier Village Kem Beach Resort ở Bãi Kem, Nam Phú Quốc.

Sức tăng trưởng du lịch tới 35-50% của Phú Quốc thì không phải bàn, độ hot của BĐS cũng không thể chối cãi, có thể đo đếm qua đợt sốt đất “choáng váng” trong năm qua. Do đó, Boutique Shophouse Melodia với vị trí nằm ở cửa ngõ hệ sinh thái du lịch, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí Bãi Kem và kết nối, tương tác mạnh mẽ với chuỗi dự án tầm cỡ ở phía Nam hòn đảo du lịch sôi động nhất cả nước có sức hút lớn với giới đầu tư cũng là điều dễ hiểu.



Boutique Shophouse Melodia có vị trí đặc địa, thiết kế linh hoạt phù hợp với đa dạng ngành hàng dịch vụ du lịch (Ảnh minh họa)

Kể bên quảng trường rộng tới 8.500 m² – nơi hứa hẹn trở thành trung tâm tổ chức sự kiện, lễ hội, âm nhạc sôi động ở Nam đảo, Boutique Shophouse Melodia đóng vai trò trở thành trung tâm cung cấp các “dịch vụ du lịch 360 độ”, như cửa hàng mua sắm, ẩm thực, lưu niệm, spa, bar, cũng như các cơ sở lưu trú 3-4 sao.... Thiết kế linh hoạt trên diện tích sử dụng 545m², đặc biệt đảm bảo ít nhất 2 mặt thoáng nên dòng shophouse này có thể kinh doanh đa dạng các ngành hàng phục vụ khách du lịch.

Mô hình của Boutique Shophouse Melodia khiến người ta dễ dàng hình dung về chuyện muôn thuở: buôn có bạn, bán có phường. Với chuyện kinh doanh ở các thị trường du lịch đang phát triển ngoạn mục như Hạ Long, Phú Quốc,... thì không phải shophouse nào cũng hội đủ tiềm năng sinh lời dài hạn khiến nhà đầu tư yên tâm rót vốn. Những yếu tố quyết định một thương vụ đầu tư shophouse vẫn phụ thuộc vào uy tín của chủ đầu tư, vị trí dự án cũng như thiết

kế, công năng của mỗi căn nhà phố.

PV