



中国零售物业 供应/需求 核心趋势

疫后全面复苏，消费提质升级

2022年8月

CUSHMAN &
WAKEFIELD
戴德梁行

目录

中国零售市场核心趋势

摘要

01

报告介绍

04

中国零售物业
当前发展

05

中国零售物业
未来趋势

07

六大零售物业市场
核心趋势

23

要点总结

55

2022年上半年，受到疫情等因素超预期影响，中国经济增长放缓。受此影响，截至2022年二季度，中国16个主要城市的优质零售物业存量达到9,720.2万平方米，平均租金录得735.5元每平米每月，环比下跌0.9%。

展望未来，中国零售市场的长期基本盘依然稳健。零售物业持续优化运营和升级调改，为疫情后消费市场复苏做好准备。在零售物业市场供应方面，主要有以下发展趋势：

- 利好政策密集出台；
- 刚需型社区商业崭露头角；
- 全渠道零售被持续关注；
- 可持续发展受到重视。

受到中国经济发展、综合国力增强、人口结构改变、移动互联网普及、中国文化自信提升，以及新冠肺炎疫情等多重因素的影响，我国的消费主体及其消费行为发生了改变。中国的零售行业不断推出新商业模式、新服务内容，以及新零售业态，以适应消费人群和消费方式的变化。在零售物业市场需求方面，影响市场的趋势有很多。我们将研究分析以下五大发展趋势：

- 新消费品牌崛起；
- 餐饮企业抢滩预制菜市场；
- 新式烘焙引领风潮；
- 绿色消费迎来新风口；
- 运动健身消费新趋势。



截止到2022年二季度，北京零售市场总存量为1,506万平方米，其中购物中心存量为1,327万平方米，占比持续上升至88%。

随着疫情常态化，北京各购物中心客流及消费活力逐步恢复正常，各商场基本完成了一轮品牌及业态的调整。疫情的反复使市场仍旧承压前行，核心商圈平均租金报价略有下降，空置率基本保持稳定。截止2022年上半年，北京零售市场核心商圈标杆项目首层平均租金报价为人民币2,300元每月每平方米，空置率为10%。

疫情之下，市场恢复仍需时日，新项目招商及开业压力较大，预计整体市场供应的脚步将继续放缓。未来三年，北京零售物业市场预计将有277万平方米的新增供应入市，80%以上都位于非核心商圈，项目类型多为综合体或社区配套型。

2022年上半年，受新冠肺炎疫情影响，上海GDP同比下降5.7%。上海居民在四月份和五月份居家隔离。购物中心暂停营业两个月，于六月初恢复线下营业。今年上半年，上海零售物业市场没有新增供应，总存量维持在2,082.5万平方米。

由于疫情的冲击，上海零售市场租赁需求在2022年二季度锐减。截至季末，上海全市整体空置率环比上升0.8个百分点，至10.2%，为近五年来全市最高空置率水平。上海中高端购物中心首层租金报价为838.8元每月每平方米，环比下降3.4%。

展望未来，2022年下半年，上海经济运行将加快恢复，消费市场将逐步回暖。由于庞大的人口基数和强大的消费者购买力，上海零售市场在未来的发展前景保持积极。上海零售物业市场仍为投资者关注的重要市场。

过去一年，深圳全市共迎来82.0万平方米的新增供应，令深圳优质购物中心市场存量在2022年二季度达到591.6万平方米，较2021年同期存量同比增长16.1%。

受到疫情的冲击，2022年初全市优质购物中心租金有所下滑，但随着疫情逐步得到有效控制，市场回暖迹象明显。市、区政府相继发放多轮消费券，并出台汽车、电子及家电消费补贴提振信心。商场在举办五一、端午主题活动以及周年庆、年中促销的同时纷纷让利推出消费折扣券和团购券，激发市场潜力。全市整体空置率较2021年三季度高点回落1.26个百分点至5.67%，租金也回升至每月每平方米860.21元。

2022年，全市将有52万平方米的未来供应，且新供应均集中于下半年入市，主要包括后海汇、天河城等分布在核心商圈的项目。



从2021年第三季度到2022年第二季度，广州优质零售物业市场共迎来两座购物中心开业，推高全市存量达到4,793,086平方米，比2021年第二季度存量同比增长1.0%。外部环境不确定性的增加令一些新项目的入市节奏有所放缓。

过去一年全市优质零售物业市场净吸纳量录得125,530平方米，同比下降87.7%。其中体育中心占比34.9%，成为全市净吸纳水平最高的商圈。一些购物中心对业态布局或主力店铺进行调整，全市空置率同比上升1.2个百分点至5.7%。餐饮是开店主力，近一年新开门店数量占全市的44.1%。

预计年内广州还将有440,000平方米新增供应入市。尽管其中不乏位于核心商圈的优质项目，但由于多数供应量位于非核心商圈，在外围区域商业氛围得到增强的同时，全市最优层平均租金的增长或将受到限制。

从2021年第三季度至2022年第二季度，全市共计录得新增供应273,000平方米，推高全市存量至739万平方米，全市存量位居全国第三。

近一年来疫情反复，为扩大内需、提振消费，成都在2022年二季度发放消费券，促进了短期消费、刺激了消费意愿，从而推动全市租金环比上涨0.52%至624.11元/平方米/月；另一方面，在疫情中，主动或被动调场频率增加，截止2022年第二季度，大部分项目调场完成，推动全市空置率环比下降0.83个百分点至6.86%。

根据统计，2022年交子商圈还将迎来大魔方和SKP两个重量级项目，届时，交子商圈商业体量也将赶超春盐商圈达到约150万平方米，成都有望正式进入双中心时代。

过去一年，为应对复杂严峻的国际环境和疫情波动带来的严重冲击，杭州政府大力推进经济稳进提质八大攻坚行动，加快落实惠企纾困系列政策。有鉴于此，全市经济运行呈现稳中有进的发展态势。

杭州经济基本面的持续稳定，为零售市场的发展提供了重要保障。从2021年第三季度至2022年第二季度，杭州优质零售市场迎来十大商业项目的正式开业，共计新添体量约109.9万平方米，全市优质零售物业的总体存量攀升至578.4万平方米。

在复杂的市场环境中，商业项目投资减缓、施工延期将是大概率事件，未来新增供应也将出现明显放缓的节奏。预计后期开发商将会在投资规模、运营模式、融资机制等方面作出战略调整。对于头部企业而言，持续拓展“轻资产”模式不仅是完善网格布局的战略补充，也是参与存量市场的重要路径。

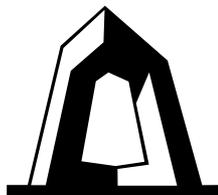
报告介绍

受政府推出的稳定经济发展的政策措施影响，中国居民的消费将会被催化，这将促使中国零售物业市场继续回暖。本报告着眼于中国的优质零售物业市场，并提供了以下方面的理解：

- 过去一年，中国零售物业市场的供需情况总结；
- 中国零售物业市场未来的供需动态展望；
- 最后，对中国各个主要城市的零售物业市场供需趋势进行深入分析。

报告涉及的六大零售物业市场包括：

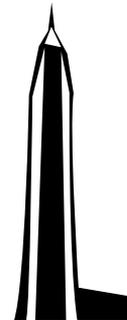
北京



上海



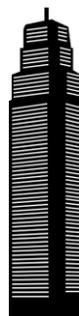
深圳



广州



成都



杭州



中国零售物业市场——当前发展

根据国际货币基金组织（IMF）的预测，由于地缘政治加剧、全球疫情形势再度严峻以及通胀上升等因素带来的负面影响，2022年全球经济前景大幅黯淡。在复杂严峻的国际经济形势下，2022年中国GDP增速目标为5.5%左右，但受到疫情等因素超预期影响，上半年中国经济增长2.5%。中国社会消费品零售总额为21.04万亿元，同比下降0.7%（图1）。尽管如此，消费仍是拉动经济增长的第一动力（图2）。2022年5月，中国消费者信心指数为86.8，创下10年以来的新低（图3）。

截至2022年二季度，中国16个主要城市的中高端商场存量达到9,720.2万平方米。二季度以来，受多地疫情散发的影响，一些主要城市的新项目推迟至下半年或明年入市。许多零售商搁置或缩减了其扩张计划。有鉴于此，二季度中国主要城市优质零售物业市场净吸纳量录得91.6万平方米，同比下跌48.1%。南京和西安分别以3.9%和20.2%的核心商圈空置率，成为中国一二线城市中空置率最低和最高的城市（表1）。

图1：中国社会消费品零售总额走势（2011年——2022年上半年）

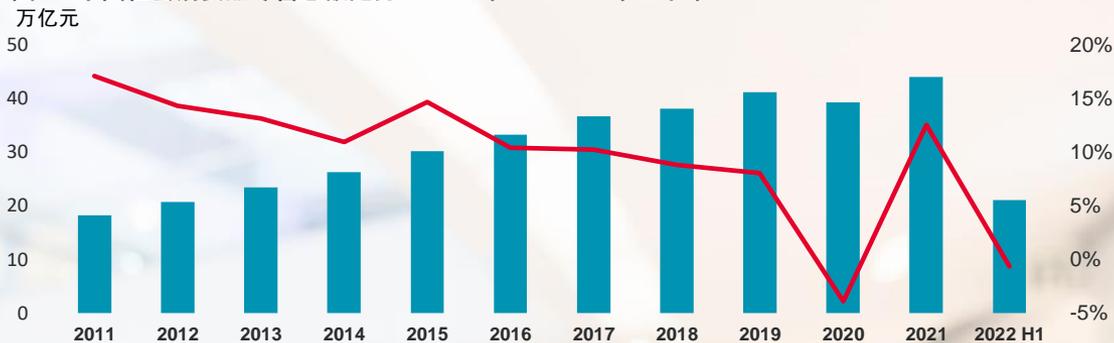


图2：中国消费支出对经济增长贡献率（2010年——2022年一季度）



图3：中国消费者信心指数（2011年——2022年上半年）



资料来源：国家统计局，戴德梁行研究部

中国零售物业市场——当前发展

表1：中国16个城市核心市场供应/需求速览（2022年二季度）

核心市场数据 中国区		2022年第二季度					
市场	存量 平方米	未来供应 平方米	净吸纳量 平方米 (当季)	空置率	租金 环比变化		
北京	13,265,114	2,449,499	145,710	10.00%	2300.00	-2.13%	RMB/sq m/mo
上海	20,825,018	10,069,372	-257,293	10.20%	1943.50	-2.23%	RMB/sq m/mo
广州	4,793,086	1,388,000	65,909	5.72%	776.10	1.28%	RMB/sq m/mo
深圳	5,916,329	1,514,083	7,540	5.67%	860.21	0.45%	RMB/sq m/mo
天津	2,426,409	556,750	-10,640	12.41%	435.10	-0.48%	RMB/sq m/mo
沈阳	5,575,251	846,357	133,499	17.24%	273.00	-1.80%	RMB/sq m/mo
大连	1,888,460	236,000	-13,650	16.59%	610.60	0.00%	RMB/sq m/mo
青岛	3,060,300	727,000	115,877	7.87%	439.00	0.00%	RMB/sq m/mo
南京	4,923,930	2,764,420	10,064	3.87%	676.26	0.13%	RMB/sq m/mo
杭州	5,784,070	1,074,000	244,750	6.82%	591.54	-2.30%	RMB/sq m/mo
重庆	6,359,000	1,564,700	131,411	10.19%	569.30	-1.85%	RMB/sq m/mo
成都	7,391,323	1,435,000	172,360	6.86%	624.11	0.52%	RMB/sq m/mo
西安	6,436,983	1,106,900	71,340	20.18%	226.90	0.00%	RMB/sq m/mo
武汉	3,153,599	507,571	161,129	13.81%	521.08	1.96%	RMB/sq m/mo
长沙	2,889,500	708,260	-40,844	10.44%	402.19	-1.46%	RMB/sq m/mo
厦门	2,513,700	1,065,858	-21,634	10.19%	519.13	-0.50%	RMB/sq m/mo

资料来源：戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

“

受新冠肺炎疫情、新消费的崛起、可持续发展等因素的影响，中国零售市场日趋复杂和多样化。品牌商和零售物业业主将不断深入挖掘细分市场，创新商业模式，以满足中国消费者日益个性化与多元化的需求。戴德梁行商业地产部将继续深耕中国零售市场，助力消费品牌和商业地产的升级，推动中国零售行业的发展。

”



甄仕奇

商业地产部董事总经理
中国区

duke.sq.zhen@cushwake.com

“

受疫情等因素影响，短期内中国消费市场受到冲击。但长期来看，中央和地方政府出台多项政策促进消费回稳，中国零售市场将逐步回暖。品牌商与零售物业业主将不断推陈出新，为疫情后消费市场复苏做好准备。戴德梁行多年来深度洞察中国零售市场和房地产市场，为政府、投资商、房地产开发商和零售商提供专业的服务。

”



Shaun Brodie

华东区业务拓展服务团队及大中华区内容主管
大中华区租户研究主管

shaun.fv.brodie@cushwake.com

中国零售物业市场——未来趋势

供应动态

随着中国疫情防控取得阶段性的成果，疫情管控措施也有所放松，省际和城际之间的人口流动逐步放开。2022年下半年，消费将会迎来恢复性上涨，带动投资以及出口贸易等方面的复苏。同时，在中央和地方政府出台的稳经济一揽子政策措施的有力推动下，中国的经济将恢复到正常的增长水平。

受新冠肺炎疫情的影响，一些原计划于2022年上半年入市开业的购物中心将推迟至2022年下半年或2023年入市。根据戴德梁行的统计数据，约2,801万平方米的新增优质零售物业计划于未来三年入市。从区域内六大市场来看，预计未来供给量最大的市场是上海市，为1,007万平方米；预计未来供给量最少的市场是杭州市，为107万平方米。

得益于中产阶级人数不断增长，城镇化持续推进，以及通货膨胀得到有效控制，中国零售市场的长期基本盘依然稳健。零售物业持续优化运营和升级调改，为疫情后消费市场复苏做好准备。在零售物业市场供应方面，主要有以下发展趋势：

- 利好政策密集出台；
- 刚需型社区商业崭露头角；
- 全渠道零售被持续关注；
- 可持续发展受到重视。



中国零售物业市场——未来趋势

利好政策密集出台

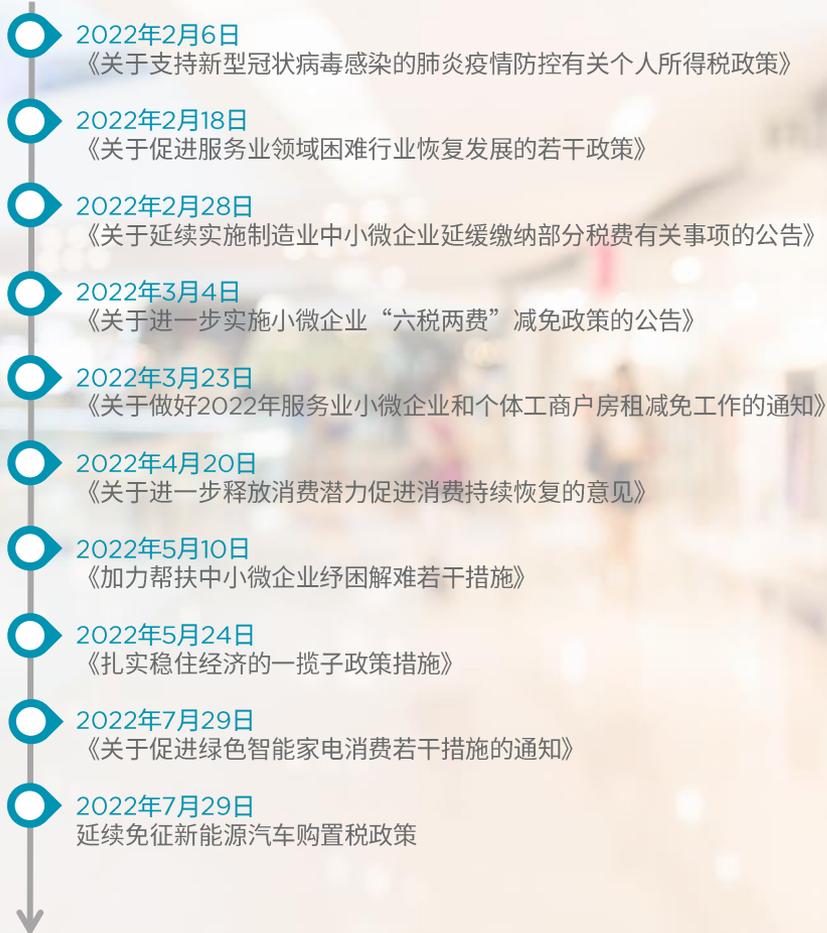
疫情期间，中央和各地方政府出台一系列政策措施，在资金支持、缓解融资难回款难、推动降成本扩需求、加强服务保障方面帮助中小微企业纾困解难。

疫情后，为促进消费回稳，中央和地方政府出台多项政策给予支持。2022年4月20日，国务院办公厅印发《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》（图4）。

各地政府积极响应，助力消费市场回暖。例如，北京推出27条促消费措施，发放1亿元餐饮消费券。上海于7月—9月期间举办购物节，统筹“国际消费季”“全球首发季”“全城打折季”。深圳投入1亿元鼓励市民购买消费电子和家用电器产品，购买符合规定的数码产品，按照销售价格的15%给予补贴。天津、重庆、湖北、四川、海南、浙江等地均推出补贴、优惠券、主题活动等措施带动消费……

随着国家新冠肺炎防疫措施不断调整，叠加降准降息、减税降费、畅通物流和刺激消费等政策措施的落地，零售业大盘趋稳态势明朗，消费复苏进一步增强。

图4：我国政府提振零售行业的相关政策（2022年）



资料来源：网络公开资料，戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

刚需型社区商业崭露头角

十四五期间，中国的城镇化建设仍将快速发展。根据中国社会科学院的预测，2030年中国城市化率将达到70%。这意味着未来每年将有近1,500万人口进入城市，中国将形成2万个以上的新社区。

同时，近年来，国家多次出台政策鼓励一刻钟便民生活圈的发展，社区商业作为一刻钟便民生活圈的重要组成部分，成为商业领域的当红赛道（表2）。

相较于区域级购物中心的“一站式”购物和体验性，社区商业更专注于服务周边几公里范围内的居民，为他们提供日常生活所需的购物环境、社交约会和亲子娱乐场所。此外，随着中国消费者消费方式和消费习惯的改变，社区商业采用新技术和创新商业模式，从而迎合不断增长的社区消费需求。

表2：发展社区商业的国家政策（2021年—2022年）

日期	国家支持政策
2021年4月	商务部、发展改革委等11部门发布《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》
2021年7月	商务部、发展改革委等11部门发布《城市一刻钟便民生活圈建设指南》
2021年8月	全国首批城市一刻钟便民生活圈试点地区30 1.北京市东城区、2.石景山区、3.河北省石家庄市、4.保定市、5.山西省运城市、6.辽宁省沈阳市、7.大连市、8.黑龙江省黑河市、9.上海市长宁区、10.普陀区、11.江苏省南京市、12.苏州市、13.浙江省宁波市计划单列市、14.福建省福州市、15.厦门市计划单列市、16.江西省南昌市、17.山东省济南市、18.青岛市、19.烟台市、20.河南省鹤壁市、21.湖北省武汉市、22.湖南省怀化市、23.广西壮族自治区南宁市、24.重庆市两江新区、25.四川省成都市、26.贵州省贵阳市、27.陕西省西安市、28.渭南市、29.宁夏回族自治区银川市、30.新疆生产建设兵团第八师石河子市。）
2022年7月	全国第二批城市一刻钟便民生活圈试点地区50 1.北京市西城区、2.天津市河西区、3.天津市滨海新区、4.河北省唐山市、5.山西省太原市、6.内蒙古自治区呼和浩特市、7.鄂尔多斯市、8.乌海市、9.吉林省长春市、10.黑龙江省齐齐哈尔市、11. 12. 13.伊春市、14.上海市静安区、15.徐汇区、16.嘉定区、17.江苏省无锡市、18.徐州市、19.常州市、20.南通市、21.盐城市、22.安徽省合肥市、23.芜湖市、24.山东省东营市、25.潍坊市、26.济宁市、27.威海市、28.河南省商丘市、29.湖北省宜昌市、30.十堰市、31.湖南省长沙市、32.广东省广州市、33.广西壮族自治区桂林市、34.北海市、35.钦州市、36.玉林市、37.重庆市九龙坡区、38.四川省绵阳市、39.南充市、40.贵州省安顺市、41.毕节市、42. 43.云南省昆明市、44.曲靖市、45.陕西省宝鸡市、46.铜川市、47.汉中市、48.甘肃省兰州市、49.新疆生产建设兵团第一师阿拉尔市、50.第四师可克达拉市。）

资料来源：网络公开资料，戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

受新冠肺炎疫情的影响，消费者对日常购物的便捷性和安全性提出了更高的要求。社区商业利用新技术，实现超市、菜市场、药房、餐饮等到家到店服务一体，形成社区商业新的经营模式。以上海为例，2022年4月与5月期间，一些购物中心与社区物业管理紧密合作，不仅保障了附近居民的生活物资，提高了居民的满意度。同时，有效帮助商户在疫情期期间正常营业。

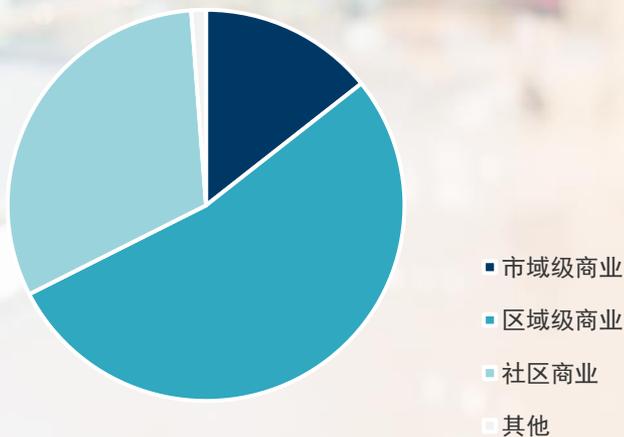
社区商业通过对租户组合、空间、环境等多方面的优化，提升顾客的消费体验。除了超市、零售、餐饮、生活服务等行业，社区商业还会引入共享办公、儿童、娱乐、诊所、宠物服务等业态，满足消费者的各类消费需求。一些运营成功的社区商业还会打造花园露台、屋顶花园、亲子游乐广场等，作为周边居民的公共活动空间。

此外，社区商业不仅是社区商业功能的载

体，更是社区文化的载体。社区商业与周边社区管理委员会合作，在社区商业的多功能剧场、中庭、广场等空间举办艺术策展、文艺演出、跳蚤市场、公益义卖和亲子交流等社区活动，吸引周边居民参与社区活动的同时，也提高了顾客的粘性，为社区商业带来稳定的客流。

根据戴德梁行的统计数据，未来三年，中国16个城市约31.3%的新增供应零售项目为社区商业（图5）。

图5：中国16个城市新增供应零售物业类型占比（2022年下半年——2024年）



资料来源：戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

全渠道零售被持续关注

疫情的反复，以及激烈的市场竞争，加速了零售行业的变革和升级。零售商与购物中心业主积极布局全渠道零售、精细化流量及用户运营、搭建私域会员体系，以及提升供应链效率，从而优化门店和购物中心的运营。

随着科技的进步，互联网已经成为消费者日常生活的一部分。以往所认知的线上零售和线下零售已经被全渠道零售所取代。

线上零售和线下零售的优势互补，才能提供给消费者便捷、优质的商品与服务，从而营造良好的购物体验。尤其在后疫情时代，为了满足消费者任何时间、任何地点、任何方式购物的需求，零售商与购物中心业主积极搭建线上零售平台，并且打造“千店千面”的线下零售场所，满足不同消费者多元化的消费需求。

与此同时，零售商与购物中心业主除了建立线上零售平台，提供商品配送到家服务外，还积极搭建集疫情防控管理（场所码）、智慧停车场、会员交流社群、商品精准营销、线下活动推广、会员积分优惠和专属优惠券发放等功能于一体的线上会员体系。线上会员体系不仅能够打破地理空间和营业时间的限制，还可以提升门店和购物中心的消费者参与度。

为了满足全渠道零售下更灵活的供应链要求，零售商和购物中心业主不断整合和优化其供应链体系。门店和购物中心将深刻洞察消费客群，以及他们的消费行为和消费偏好，建立具有高效反应能力和以消费者需求为基础的供应链体系，从而降低成本、提高运营效益。



中国零售物业市场——未来趋势

可持续发展受到重视

作为世界上第二大经济体，中国把可持续发展视为重中之重，并且于2020年提出力争实现“双碳”目标（“双碳”目标是指中国二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和）。

在可持续发展理念的推动下，ESG投资理念在中国乃至全球的资产管理领域逐渐兴起。ESG是一种通过环境、社会、公司治理，三个维度来综合评价公司的体系，从而考察企业能够创造的股东价值、社会价值，以及可持续发展的能力。ESG评级从高往低依次分为AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC共7个等级。

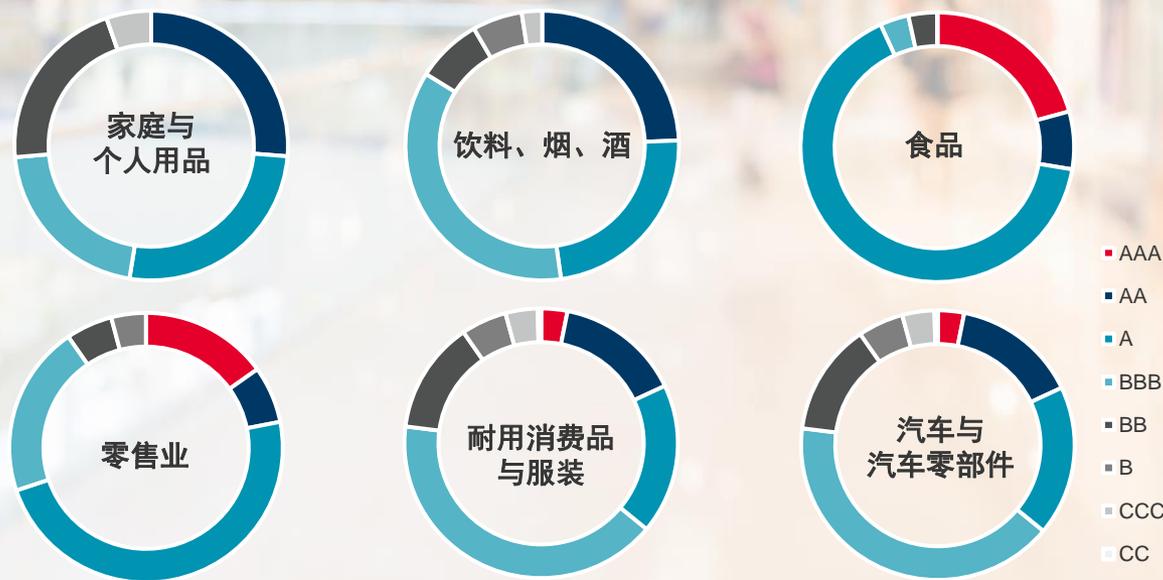
我国的消费品零售企业积极践行可持续发展理念，将ESG融入公司文化和日常运营中。同时，上市企业会按照证监会规定进行ESG信息披露。

根据华证ESG评级，中国A股市场消费领域企业ESG评级中，快速消费品中的食品制造与批发零售企业表现最为优秀。

20.7%的食品类公司得到AAA的评级，而且评分A级及以上的公司占比高达93.1%。零售业企业的ESG评级也表现良好，评分A级及以上的公司占比为69.8%（图6）。

随着我国可持续发展理念深入人心和“双碳”战略持续推进，中国ESG投资规模将大幅增长。消费领域上市公司重视ESG的表现，将有助于增强利益相关方信心，重塑企业品牌形象，提升风险应对能力。

图6：中国A股市场消费领域企业ESG评级情况（2021年）



资料来源：Wind，华证ESG评级，戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

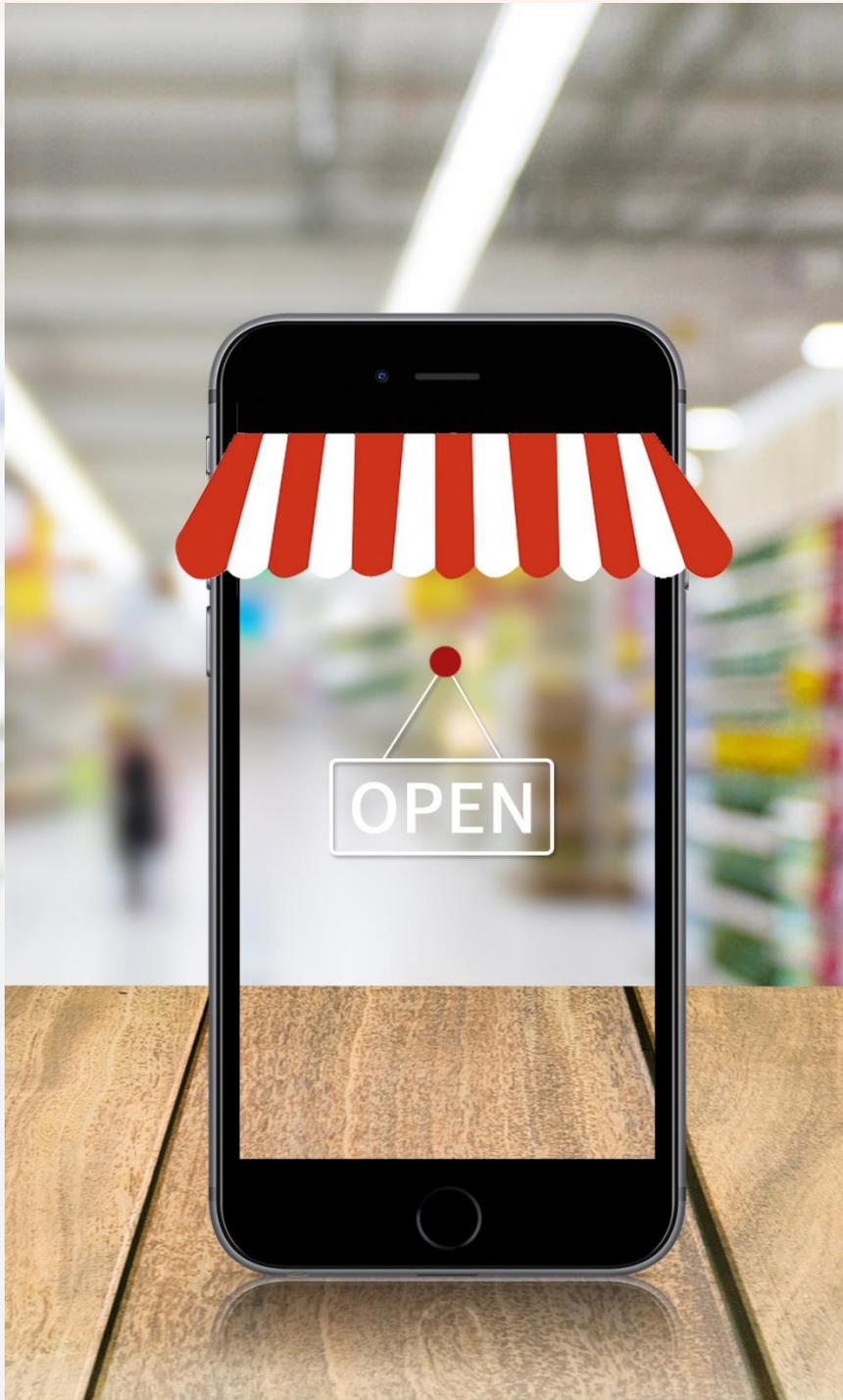
需求动态

展望未来，在新冠肺炎疫情形势逐渐好转、各地密集出台促消费政策、稳增长措施逐渐落地见效等因素的拉动下，我国消费市场将逐步回暖。

受到中国经济发展、综合国力增强、人口结构改变、移动互联网普及、中国文化自信提升，以及新冠肺炎疫情等多重因素的影响，我国的消费主体及其消费行为发生了改变。中国的零售行业不断推出新商业模式、新服务内容，以及新零售业态，以适应消费人群和消费方式的变化。

在零售物业市场需求方面，影响市场的趋势有很多。我们将研究分析以下五大发展趋势：

- 新消费品牌崛起；
- 餐饮企业抢滩预制菜市场；
- 新式烘焙引领风潮；
- 绿色消费迎来新风口；
- 运动健身消费新趋势。



中国零售物业市场——未来趋势

新消费品牌崛起

近年来，伴随我国消费市场的不断扩大、智能科技的进步、利好政策的密集出台和雄厚资本的加持，品牌商与零售物业的业主积极抢占新消费市场风口。

我国年轻一代出生于中国经济腾飞与互联网普及的时期，其生活方式发生了质的变化。他们对新消费品牌也最为感兴趣。更健康、更新潮、更注重美学、更注重品质的新消费品牌正为迎合年轻人的需求而诞生。

资本的加持之下，新消费品牌成为了中国零售市场一股不可忽视的力量。据「新消费Daily」不完全统计，2021年新消费品牌共有842起投融资事件，共融资907.21亿元，其中有140轮融资未披露金额。展望未来，预计2022年新消费投融资金额可达到千亿规模（图7）。

新消费品牌成功与否，关键在于品牌战略的制定、运营与执行。新消费品牌零售运营以数据为中心，建立主要依托大数据分析支撑的选品策略，从而能够及时掌握最受当地消费者欢迎的产品，灵活调整各门店的产品组合，达到千店千面的效果。此外，通过与目标消费者的互动积累大量的

交易数据，在深刻理解消费者的基础上，从消费者购物体验的各核心环节进行创新，从而提供差异化购物体验。

图7：新消费品牌投融资事件数与投融资金额（2019年和2021年）



资料来源：新消费Daily，戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

餐饮企业抢滩预制菜市场

随着现代生活节奏的不断加快，人们愿意花费在厨房做饭的时间越来越少，擅长烹饪的人群也随之减少。加之中国冷链物流的高速发展，预制菜开始从大型连锁餐饮企业的中央厨房渗透到外卖餐饮平台。

后疫情时代，伴随着中国人的消费升级和年轻人消费观念的转变，国内预制菜行业快速发展。根据餐宝典的数据显示，2021年中国预制菜市场规模超过3,100亿元，预计到2025年将会突破8,300亿元。其中，C端市场的规模占比接近30%（图8和图9）。

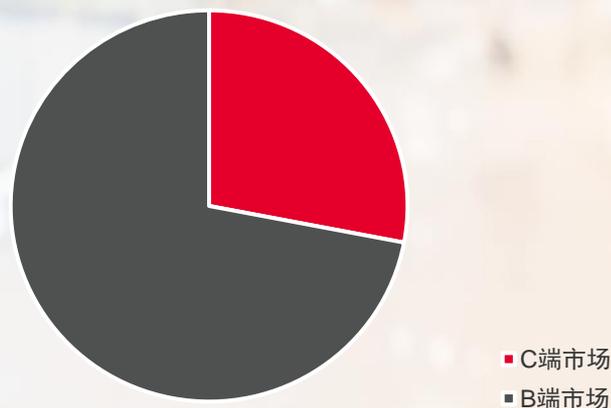
在广阔市场空间和强大需求推动下，连锁餐企入局预制菜市场。中国连锁经营协会数据显示，2020年疫情期间，超九成的连锁餐饮企业出售半成品和预包装食品，缓解堂食业务暂停带来的现金流压力、消化旺季备货库存。

图8：中国预制菜行业市场规模与增速（2016年——2025年）



资料来源：餐宝典，戴德梁行研究部

图9：中国预制菜市场细分领域占比（2021年）



资料来源：餐宝典，戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

对于连锁餐饮企业而言，中央厨房供应预制菜能够降低门店高昂的租金和人力成本，节约70%—80%的餐厅后厨空间，提高菜品出品效率，通过标准化流程确保味道和品质稳定，从而提升餐厅整体坪效。更重要的是，连锁餐饮企业采用预制菜可以减少后厨人员，提高出餐速度、降低生产成本、避免食材在生产中的浪费。

对于消费者来说，采用预制菜烹饪使得人们免于在休息时间钻研厨艺，花费较少的时间和精力就能在家里做出大厨级别的美味菜品。虽然，预制菜C端市场面对的用户需求更多元化、单笔订单金额小，并且商家需要具备更高的冷链物流能力。但是，预制菜可以增强连锁餐饮企业抗风险的能力，在疫情或春节期间仍可以对外销售菜品。

中国预制菜市场目前正处于快速发展时期，连锁餐饮企业、新零售企业、新兴预制菜企业群雄逐鹿蓝海市场。但从长期来看，中国预制菜市场将逐步发展成熟。这些企业只有不断研发特色热门单品，加强品控，完善升级供应链体系，才能在市场竞争中拔得头筹。

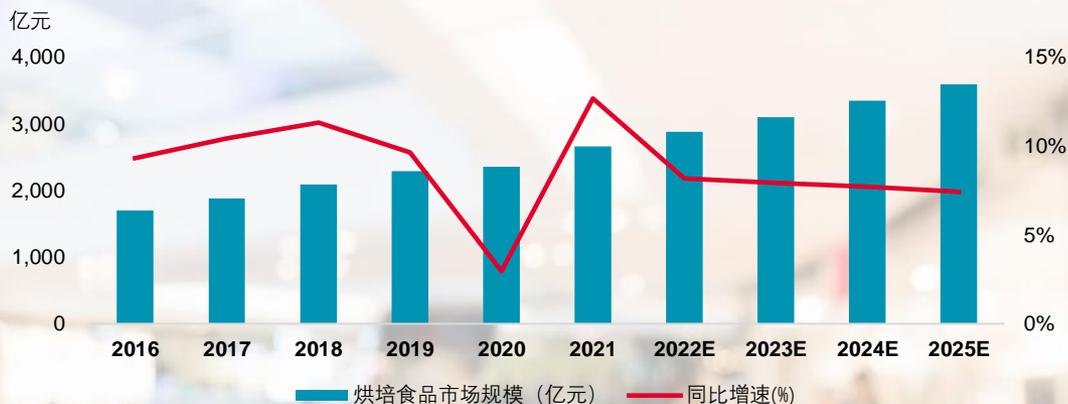


新式烘焙引领风潮

随着中国消费者对烘焙食品的认知度不断提升，我国烘焙食品行业市场规模增长迅猛。2021年，中国烘焙食品市场规模约2,657亿元，在过去六年以7.7%的复合增长率高速发展（图10）。但是，我国人均烘焙食品消费量仍与欧美、日本、新加坡等国存在较大差距。2021年，我国人均消费量为7.7千克，约为日本的1/3、美国的1/6、法国的1/9（图11）。有鉴于此，中国烘焙食品行业仍具有发展空间。

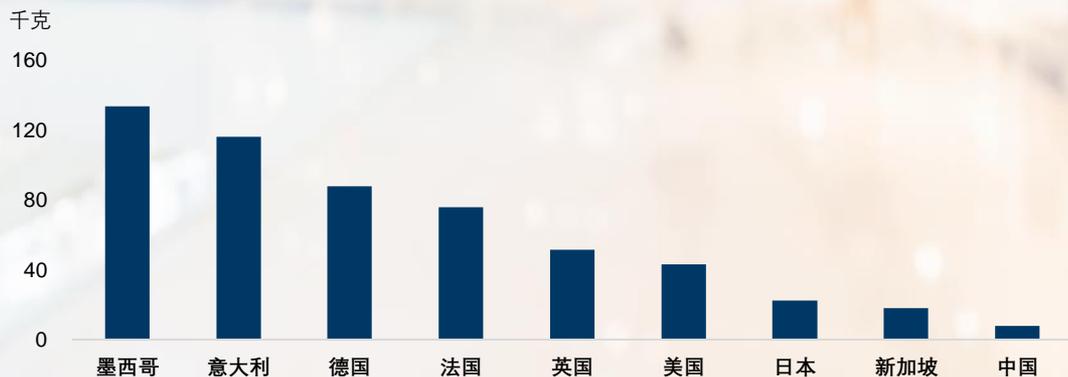
由于中国消费者的消费理念和饮食习惯发生转变，烘焙企业不仅积极推出更多创新型产品，还持续向多元化方向拓宽消费方式和场景，以此推动品牌业绩的持续增长。因此，新式烘焙引领中国烘焙食品行业风潮。此外，新式烘焙近年来已成为餐饮食品投资的大热赛道。2021年，中国烘焙食

图10：中国烘焙食品行业市场规模与增速（2016年——2025年）



资料来源：《2021年中国连锁餐饮行业报告》，戴德梁行研究部

图11：全球部分国家和地区人均烘焙食品消费量（2020年）



资料来源：中国食品工业协会烘焙专业委员会，戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

品行业投资事件多达18起，投资金额约61.4亿元（图12）。

新式烘焙主要在以下方面进行了创新：

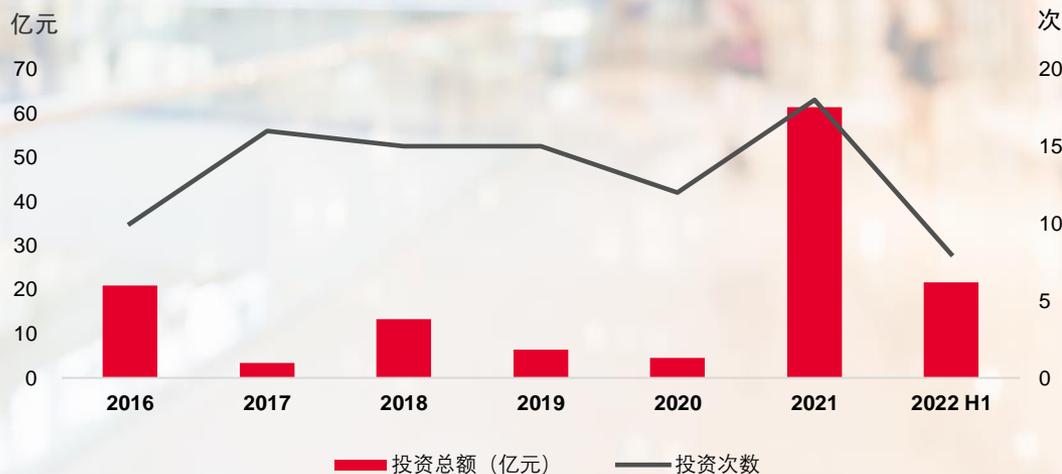
- 为了迎合中国年轻一代消费者的口味和消费习惯，中式点心品牌不断在产品 and 营销方面创新。中式点心汲取西式甜品灵感，做出创新产品，如麻薯、雪梅娘、芝士脆、肉松小贝等，受到市场的追捧。同时，中式点心品牌在品牌营销方面更加年轻化。品牌的宣传海报和产品包装能感受到浓浓的国潮风。
- 烘焙品牌推出了更多独立小包装的产品，方便消费者在早餐、午餐、下午茶、宅家休息、工作间隙，以及休闲郊游等多元化的场景携带和品尝，也更加容易保存。他们还推出了伴手礼

的产品。在节庆时，产品包装的高颜值吸引消费者购买送礼或者珍藏。

- 中国消费者对于健康的要求越来越高，对于饮食的营养搭配也愈发重视。因此，轻食和短保烘焙产品受到消费者的喜爱。烘焙品牌采用代糖和全麦材

料研发口味优良的产品，并且减少使用防腐剂等食品添加剂。五年前，点心的保质期在6个月左右，最长18个月。三年前，点心的保质期缩短到3个月左右。而在最近一两年，大多数点心的保质期不超过30天。

图12：中国烘焙食品行业投资数量及投资金额（2016年——2022年上半年）



资料来源：焯牛数据，戴德梁行研究部

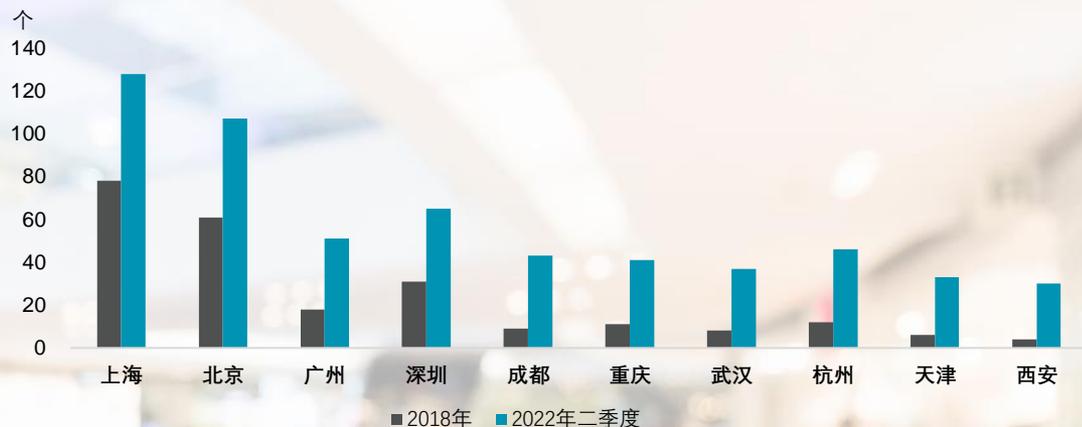
绿色消费迎来新风口

绿色消费主要有三层含义：一是消费时选择未被污染或有助于公众健康的绿色产品；二是消费者转变消费观念，崇尚自然、追求健康，在追求生活舒适的同时，注重环保，节约资源和能源，实现可持续消费；三是在消费过程中注重对废弃资源的处置，不造成环境污染。

2022年初，国家发展改革委等部门发布《促进绿色消费实施方案》，通过补贴、积分等方式鼓励消费者购买绿色产品。绿色服装、电动汽车、节能家电、智能家居等行业迎来发展机遇。

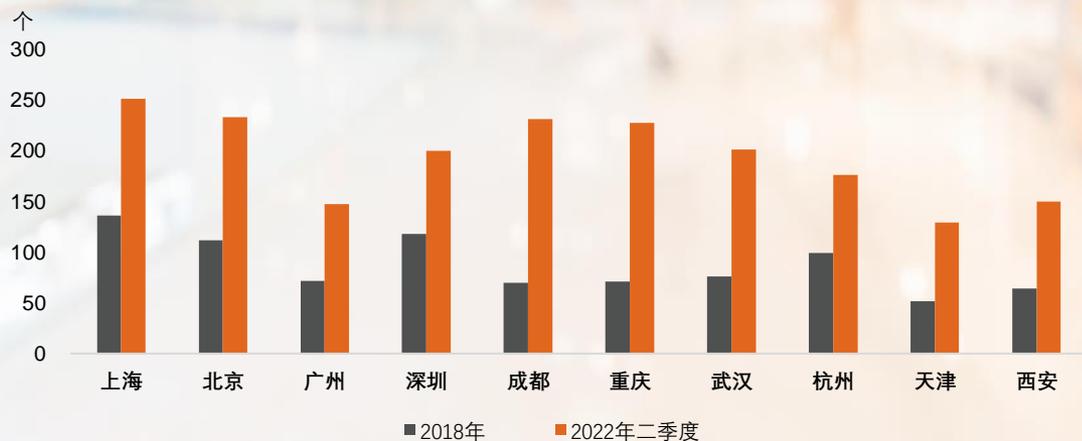
区别于传统品牌，新兴的绿色消费品牌更乐于把门店开到城市核心地段的购物中心，在体验店展示其最新技术或产品，与消费者建立有效的沟通和互动，进而拉升品牌形象。根据戴德梁行不完全统计，2022年第二季度，中国一线城市新能源汽车体验店数量已经超过350家，智能家居体验店超过830家，预计这一数字会在未来继续增长（图13和图14）。

图13：中国一二线城市商场内新能源汽车体验店数量（2018年和2022年二季度）



资料来源：戴德梁行研究部

图14：中国一二线城市智能家居体验店数量（2018年和2022年二季度）



资料来源：戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

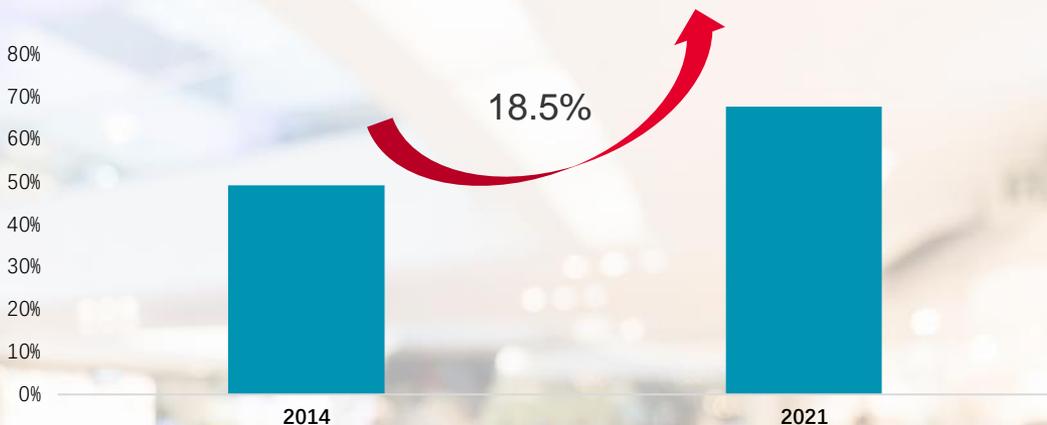
运动健身消费新趋势

随着收入水平的提高，国民更加重视品质生活和身体健康。体育运动作为保持人们身体健康的方式之一，其相关产品与服务迎来高需求。根据国家体育总局的统计数据显示，2021年，约67.5%的国人每周至少参加一次体育锻炼，相较于2014年人数增长18.5%（图15）。

近年来，中国政府出台了一系列政策鼓励体育和健身产业的发展。2019年9月国务院办公厅印发《体育强国建设纲要》；2020年10月，国务院办公厅下发《关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》；2021年8月，中国国务院印发《全民健身计划（2021—2025年）》。

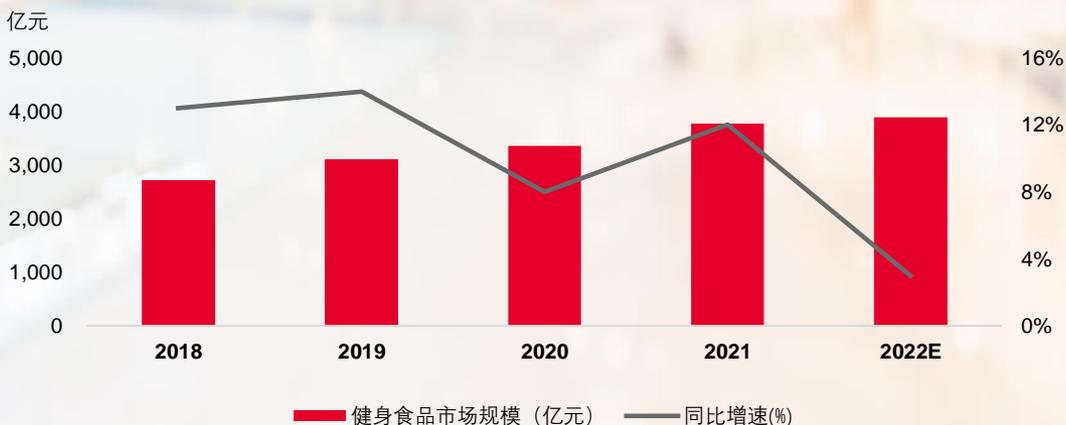
得益于人们健身消费需求的增长和政策的利好，中国健身行业市场规模保持高速增长，预计于2022年增长至3,890亿元（图16）。

图15：中国每周至少参加一次体育锻炼人群占比（2014年和2021年）



资料来源：国家体育总局，戴德梁行研究部

图16：中国健身行业市场规模与增速（2018年——2022年）



资料来源：中商产业研究院，戴德梁行研究部

中国零售物业市场——未来趋势

随着市场规模的增长，运动健身行业的零售模式出现了新的趋势，它们是：

- 传统连锁健身房企业正在被智能健身企业席卷市场份额。智能健身房采用智能科技，如大数据处理、云计算、传感技术和线上平台，缩减了成本，提高了运营效率，为顾客提供高性价比服务。2022年二季度，中国北京、上海、深圳、广州、成都、武汉、杭州的智能健身房数量均已超过700个（图17）。
- 2022年冬奥会推动了中国体育运动的普及。健身和运动已经逐渐成为国人的生活方式。受此影响，购物中心近几年对运动业态的布局越来越重视，运动业态已成为购物中心吸客新利器。其门店形式不仅仅局限于健身房、体

育馆等，而是融合了餐饮、演艺、娱乐、展览、教育、旅游等多种功能，成为家庭、朋友聚会娱乐新场所的室内运动中心。

- 除了室内运动中心，越来越多元化、娱乐化的运动业态，如马术、射箭、

滑雪、卡丁车等运动场馆品牌也受到购物中心的青睐。这些运动场馆品牌采用最新技术，节约场地，给消费者提供身临其境的运动感受。

图17：中国一二线城市智能健身房数量（2022年二季度）



资料来源：戴德梁行研究部

六大重点城市

零售物业市场

报告涉及的六个中国零售物业市场是：

- 北京
- 上海
- 深圳
- 广州
- 成都
- 杭州

以上六大市场提供了一个展示中国零售物业租户需求活动的横截面，覆盖了所有的一线门户城市。



北京



广州



上海



深圳



成都



杭州

北京

零售物业市场核心趋势



孟祎

商业地产部

amy.y.meng@cushwake.com



魏东

研究部

sabrina.d.wei@cushwake.com

“未来，北京将持续建设多层级的商业分级体系，并紧密围绕国家首都及“四个中心”打造一批更具品质的城市更新项目。核心区商业与历史、文化、科创、展示的关系将越发紧密。寻求多元融合与创新将成为商业发展之路径。新兴区域将关注职住平衡，着力满足于全年龄多元化的美好生活消费需求，区域及地区级商圈将加速发展。”

——孟祎

“未来，北京零售市场也将紧紧围绕北京“十四五”规划中关于“城市更新”及“建设国际消费中心”的主题持续推进传统商圈和老旧商业项目的升级改造，核心商圈在城市更新的推动下，各商圈及项目将持续得到提质升级。”

——魏东

零售物业供应趋势

过去一年

2021年下半年至今，北京共有6个零售物业投放市场，共为市场带来38.8万平方米的优质零售空间，较去年同期下降43%。新增供应的减少一方面由于整体市场供应节奏持续放缓，另一方面主要是入市项目多位于核心商圈且城市更新项目占到一半，均为小体量项目。

2021年8月，随着《北京培育建设国际消费中心城市实施方案》的发布，北京进一步推进零售市场的提质升级。非核心商圈的新增供应均为品牌开发商运营的项目，项目品质普遍较高，无论在业态设置还是品牌引入方面都为区域内注入了更多的新鲜血液；而核心商圈在城市更新的推动下，新增供应主要来自对原有品质较差或老旧项目的改造升级。如，三里屯太古里西区是由太古地产在原雅秀服装市场的基础上改造而成的；王府井商圈的传统百货东安市场也经过升级改造后以潮奢买手制百货亮相。

图18：北京零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年——2022年二季度）

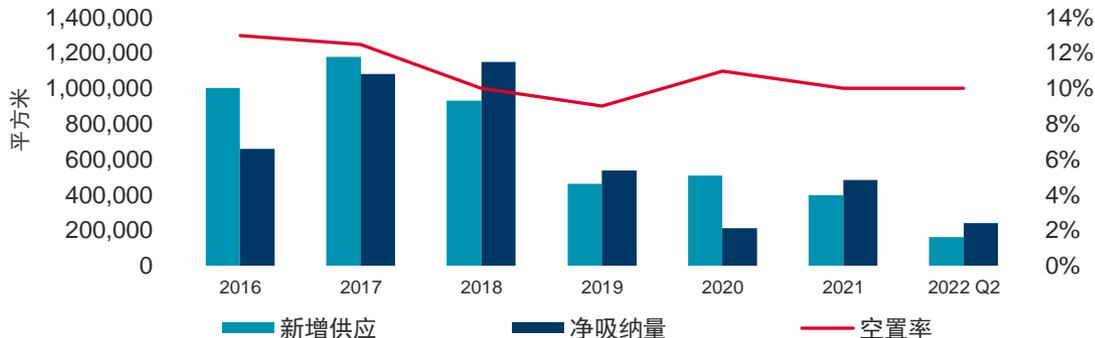


图19：北京零售物业市场新增供应动态——根据行政区域划分（2021年下半年——2022年上半年）

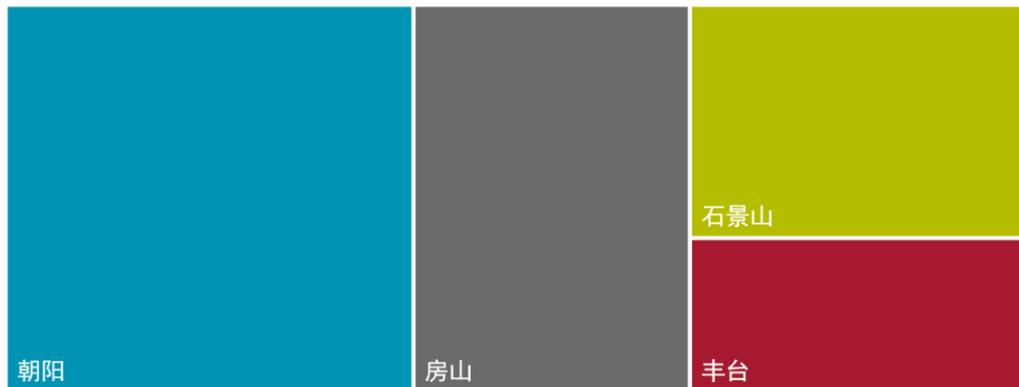
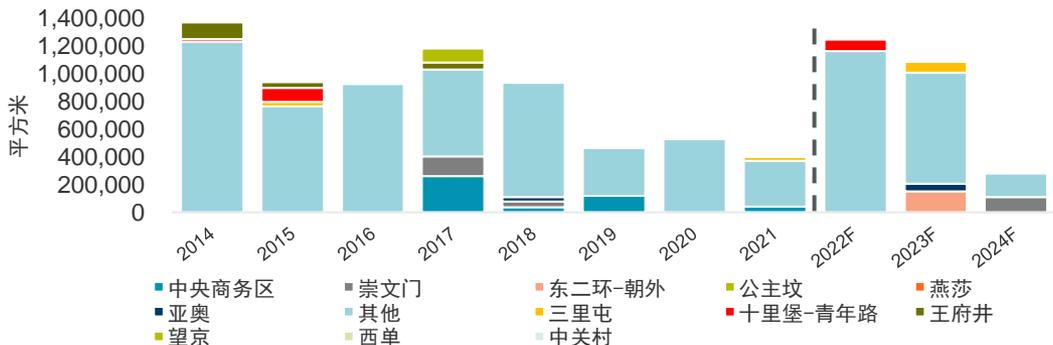


图20：北京零售物业市场历年新增供应及未来供应动态——根据子市场划分（2014年——2024年）



零售物业需求趋势

过去一年

虽然随着疫情的常态化，北京零售市场各项目客流及消费活力在过去一年也在逐步恢复正常。局部疫情的反复仍在一定程度上抑制着市场的消费活力，尤其是对低端餐饮、休闲娱乐、儿童教育等聚集性特征较为明显的业态影响较大，而时尚零售、高端餐饮、生活方式等品牌已成为商场品牌升级更替时的重点引进对象。

“首店经济”作为北京建设国际消费中心城市的重要内容，过去一年在各项政策的激励下，北京在首店引进方面成效显著。如，瑞士知名制表品牌TISSOT天梭表在SKP-S开出全球首家天梭T-Heart概念店；北京首家优衣库全球旗舰店在三里屯太古里西区开业；CBD商圈的华贸中心迎来星巴克中国首家“非遗文化体验店”的开业。

此外，在冬奥会的推动下，北京冰雪消费持续升温，冰雪运动品牌也在积极开拓北京市场。

图21：北京零售物业市场数据（2022年二季度）

商圈	存量 (平方米)	空置率	截至2024年未来供应 (平方米)	租金报价区间 (人民币/平方米/月)*
中央商务区	979,849	3.65%	0	800 - 2,000
三里屯	246,000	3.67%	80,000	800 - 2,500
西单	199,000	4.00%	0	1,000 - 2,000
王府井	450,000	2.80%	0	800 - 2,000
燕莎	234,000	4.00%	0	600 - 1,500
东二环-朝外	242,985	4.75%	150,399	500 - 1,200
崇文门-宣武门	309,000	9.00%	110,000	600 - 1,000
中关村	974,000	4.20%	0	800 - 2,000
其他	9,630,280	/	2,109,100	/
北京全市	13,265,114	10%	2,449,499	2,300*

*所有数据均为购物中心数据；

*全市平均租金为核心商圈标杆项目首层最佳位置报价租金；租金是指商圈内主要购物中心最佳位置（一般为地上首层）的租金报价，该租金报价是基于使用面积计算，不包含物业管理费和推广费等其他费用；

图22：北京零售物业市场历年租金走势（2015年——2022年二季度）

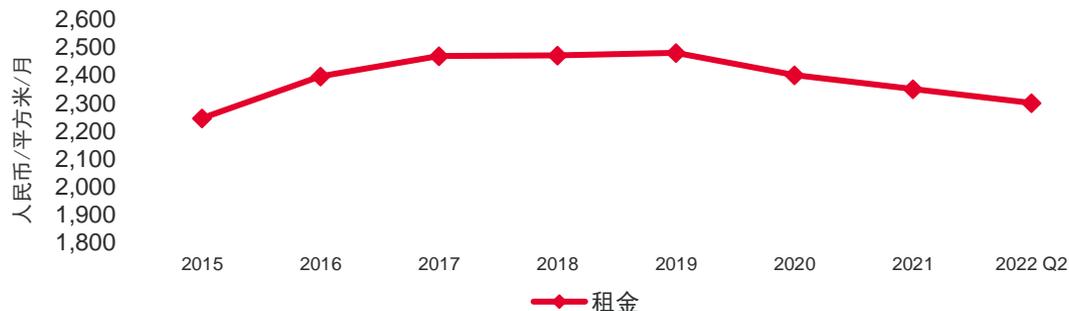


图23：北京零售物业市场主要品牌开业情况（2021年下半年——2022年上半年）

项目名称	商圈	租户	业态
国贸商城	中央商务区	SOLOX·SNOW51 北京首店	时尚零售
国贸商城	中央商务区	ROOT85新概念西餐厅	餐饮
SKP-S	中央商务区	全球首家天梭T-Heart概念店	时尚零售
太古里	三里屯	Goldwin中国首店	时尚零售
北京华贸购物中心	中央商务区	星巴克“非遗文化体验店”	餐饮



零售

随着90后、00后对国潮品牌及设计师品牌的追捧，北京在积极引进国内外首店的同时也在积极推进国潮品牌及文化的发展。西单、王府井商圈多个商业项目都聚焦国潮品牌及买手店，深受年轻消费者喜爱。

实例

国潮品牌BEASTER入驻朝阳大悦城；胖虎二手奢侈品北京首店在三里屯通盈中心开业；国贸商城在春节开设了国潮市集。此外，位于王府井商圈的东安市场升级改造后，也以潮奢买手制百货亮相，引入多个设计师品牌及潮牌。



餐饮

后疫情时代，商场引入餐饮类品牌时也更注重有着较好环境及空间设计的中高端品牌的引进。此外，北京老字号品牌寻求产品创新的步伐仍在继续，在为品牌本身寻求新增长点的同时也掀起了新的国潮风。

实例

米其林一星餐厅“甬府”旗下品牌甬府尊鲜北京首店入驻国贸商城；萃泰北京首店在三里屯太古里开业。此外，北京老字号品牌北冰洋也开了全国首家线下旗舰店北平制冰厂，产品覆盖冷饮、茶饮、面包甜点，并融入了文创产品展示区。



休闲

为满足消费者多元化的消费需求，各购物中心通过引入互动场景、打造面向特定群体的主题街区等方式吸引客流。此外，冬奥会的召开使冰雪消费持续升温，冰雪运动品牌也在积极开拓北京市场。

实例

国贸商城携手潮玩品牌泡泡玛特举办全景式特展；北京朝阳合生汇在21街区打造出主打年轻化的夜生活轻酒吧；王府中环将冬季与穿搭结合启动“乐享冬季”活动，打造出“冰雪小镇”场景及BURTON“御雪之境”单板滑雪文化艺术展等。

零售物业市场趋势

展望未来

未来，北京零售市场仍将紧紧围绕北京“十四五”规划中关于“城市更新”及“建设国际消费中心”的主题持续推进传统商圈和老旧商业项目的升级改造、首店经济以及新消费品牌孵化试点等的发展。

疫情之下，市场恢复还需要一定的时间，新项目招商及开业压力也较大，预计整体市场供应的脚步将继续放缓。核心商圈的城市更新项目及非核心商圈的社区型商业将成为北京零售市场新增供应的主力。

核心商圈在城市更新的推动下，各商圈及项目将持续得到提质升级，如中关村商圈的中关村广场、食宝街等区域已启动改造；万达以轻资产方式拿下的多个核心商圈商业项目也在转型升级中。而非核心商圈的社区型商业作为城市15分钟生活圈商业配套的重要补充，在品牌引入及业态设置上也将更多地覆盖全年龄段的消费需求，成为未来零售市场消费的潜力所在。

图24：北京零售物业市场未来供应——根据行政区划分（2022年下半年——2023年）

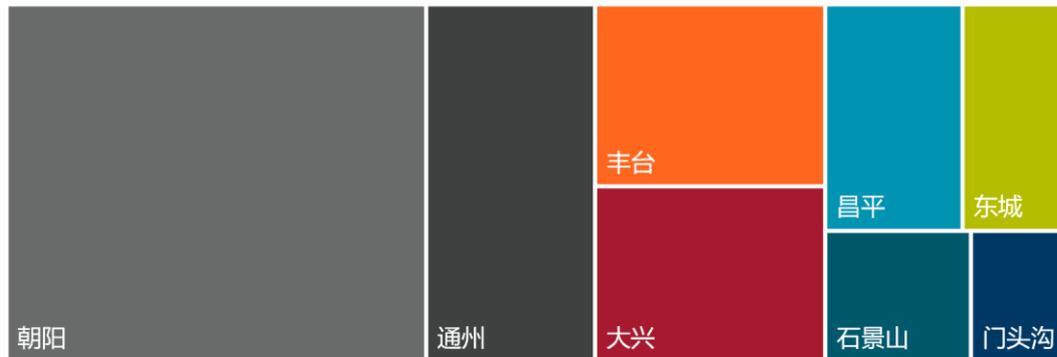


图25：北京零售物业市场未来供应——根据行政区划分（2024年）



图26：北京零售物业市场未来供应主要项目（2022年下半年——2023年）

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
新光大大融城	其他（通州）	2022	110,000
远洋乐堤港	其他（通州）	2022	100,000
北京京西大悦城	其他（石景山）	2022	123,000
龙湖北京亦庄天街	其他（亦庄）	2022	160,000
北京通州富力广场	其他（通州）	2023	80,000

上海

零售物业市场核心趋势



魏建历

商业地产部

jenny.wei@cushwake.com



Shaun Brodie

研究部

shaun.fv.brodie@cushwake.com

“今年春天，上海被笼罩在新冠肺炎疫情的阴霾之中。尽管如此，疫情并没有改变上海经济长期向好的基本面。上海零售物业市场未来的发展前景保持积极。作为具有全球影响力的国际消费城市，上海仍是备受投资商、商业地产开发商、品牌商备受青睐的投资目的地。”

——魏建历

“尽管新冠肺炎疫情对上海零售市场造成冲击，上海零售市场仍保持韧性。受《全力抗疫情助企业促发展的若干政策措施》、上海五五购物节、上海旅游节等零售业纾困扶持和刺激消费措施的提振，预计上海零售业将在2022年下半年保持温和复苏的态势。上海优质的商业基因将持续吸引全球企业入驻。”

—— Shaun Brodie

零售物业供应趋势

过去一年

回顾过去一年，2021年上海经济保持增长，多项经济指标继续向好，带动上海优质零售物业市场持续繁荣。2021年下半年，共计十六个新项目入市，分别是位于浦东新区的前滩太古里、康桥新田360广场、漫乐城和临港万达广场，虹口区的万泰广场、北外滩来福士和瑞虹天地太阳宫，静安区的大宁久光百货和中信泰富广场，宝山区的宝山日月光，松江区的松江印象城，普陀区的天安千树，徐汇区的西岸凤巢，长宁区的虹桥中心大融城，黄浦区的博荟广场，以及闵行区的啦啦荟城，为上海中高端购物中心市场新增205万平方米的供应量。新增供应推升市场总存量增至2,082.5万平方米。

但是，2022年上半年，受新冠肺炎疫情影响，上海GDP同比下降5.7%。此外，上海居民在四月份和五月份居家隔离。购物中心暂停营业两个月，于6月初恢复线下营业。今年上半年，由于部分购物中心推迟入市，上海零售物业市场没有新增供应。

图27：上海零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年——2022年二季度）

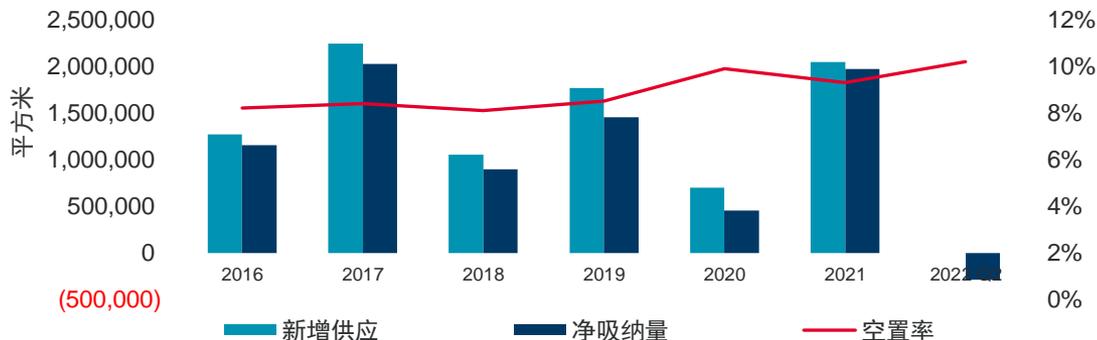


图28：上海零售物业市场新增供应动态——根据行政区域划分（2021年下半年——2022年上半年）

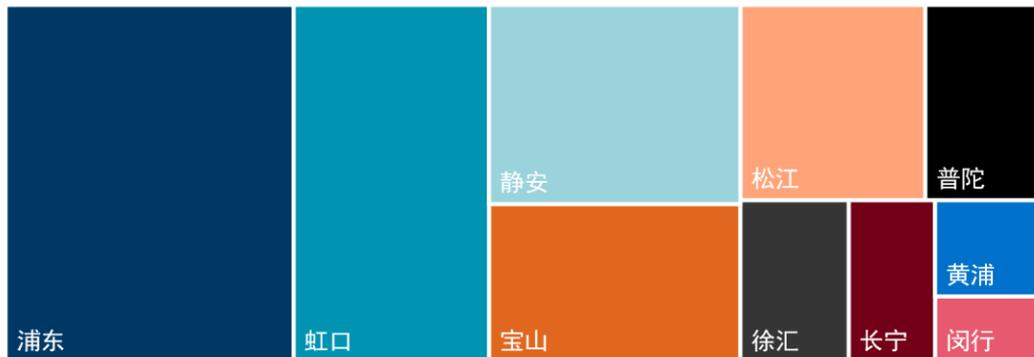
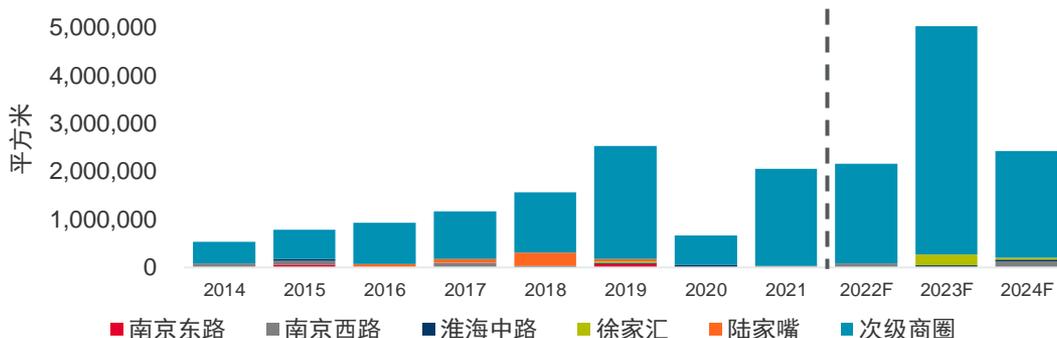


图29：上海零售物业市场历年新增供应及未来供应动态——根据子市场划分（2014年——2024年）



零售物业需求趋势

过去一年

2021年下半年，上海中高端购物中心整体需求保持活跃。市场的租赁需求来自多种业态，包括时尚、珠宝、餐饮、儿童、生活方式、生活服务、娱乐、美妆集合店和汽车体验店等。

但是由于新冠疫情的冲击，租赁需求在2022年二季度锐减。截至季末，上海全市整体空置率环比上升0.8个百分点，至10.2%，为近五年来全市最高空置率水平。上海中高端购物中心首层租金报价为838.8元每月每平方米，环比下降3.4%。对于大多数业主而言，减免租金和调低租金报价是保持其零售物业入驻率，以及市场竞争中吸引新品牌入驻所采取的直接有效的方式。

新冠疫情与经济下行的影响，使得上海的消费者开始捂紧钱袋子，其消费行为也更加理性。零售商和购物中心业主将积极探索数字化零售建设、消费体验和商业模式创新，以满足消费者不断变化的需求，从而保持其市场竞争力。

图30：上海零售物业市场数据（2022年二季度）

商圈	存量 (平方米)	空置面积 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
南京东路	482,060	24,737	5.1%	2,205.9
南京西路	578,820	24,872	4.3%	2,432.3
淮海中路	515,560	35,675	6.9%	1,574.0
徐家汇	313,000	5,530	1.8%	2,260.3
陆家嘴	1,029,978	85,514	8.3%	1,569.6
其他	17,905,600	1,946,964	10.9%	610.8
上海全市	20,825,018	2,123,292	10.2%	838.8

*平均租金是指商圈内主要购物中心最佳位置（一般为地上首层）的租金报价，该租金报价是基于使用面积计算，不包含物业管理费和推广费等其他费用。

图31：上海零售物业市场核心商圈历年租金走势（2015年——2022年二季度）



图32：上海零售物业市场主要品牌开业情况（2021年下半年——2022年上半年）

项目名称	商圈	租户	业态
前滩太古里	其他（前滩）	AMBUSH	时尚
前滩太古里	其他（前滩）	Rick Owens	时尚
新天地	淮海中路	KNOWIN	生活方式
新天地	淮海中路	阿嬷手作	餐饮
环贸广场	淮海中路	Elle美发沙龙	生活服务



零售

出境旅游因疫情受阻，使得中国消费者的海外奢侈品消费向国内转移。尽管由于疫情影响，上海的奢侈品店铺营业额出现下滑。但是，庞大的人口基数和强大的消费者购买力，上海仍是国际上最具影响力的消费城市之一。奢侈品品牌仍对上海的零售市场抱有信心。

实例

意大利奢侈品集团 OTB 的 Maison Margiela 全球最大旗舰店、MARNI 中国首家概念旗舰店、JIL SANDER 中国首家旗舰店、AMIRI 的亚太地区首店于7月在上海正式开业。



餐饮

上海已成为全球咖啡品牌必争之地。根据美团的数据，截至2022年6月30日，上海咖啡店数量达到7,857家，数量远超纽约、伦敦、东京等地，是全球咖啡馆最多的城市。当前，不论是国内网红咖啡品牌，上海本土新锐咖啡品牌，还是国际一线咖啡品牌均逐鹿上海市场。

实例

国际知名咖啡品牌蓝瓶咖啡的中国内地首店于上海裕通路开业。店内还提供来自上海老字号的传统点心作为咖啡搭配小食。



休闲

潮流室内运动中心以大面积、更具质感的门店设计、更复合的休闲体验业态、以及更高的性价比吸引了大批新生代年轻人。其门店形式不仅仅局限于健身房、体育馆等，而是融合了餐饮、演艺、娱乐、展览、教育、旅游等多种功能，成为家庭、朋友聚会娱乐新场所。

实例

新兴品牌弹力猩球划分区域包括运动、零售、餐饮，作为核心的运动区域包含包括项目、竞赛和演出三部分。

零售物业市场趋势

展望未来

展望未来，2022年下半年，上海经济运行将加快恢复，消费市场将逐步回暖。由于庞大的人口基数和强大的消费者购买力，上海零售市场在未来的发展前景保持积极。上海零售物业市场仍为投资者关注的重要市场。据估计，上海零售物业市场预计将于未来三年迎来82个新商业项目的入市，总建筑面积约761万平方米。

2022年7月上海政府发布了《关于推动向新城导入功能的实施方案》，向5大新城导入25项重要新功能。五大新城将加快建设具有全球影响力标志性商圈。未来三年，上海零售新项目将集中在非核心区域，如浦东、青浦、嘉定等区域。大量位于非核心区域的新项目集中入市，将在短期内推升上海零售物业市场空置率。为满足消费者不断变化的需求和应对新开业购物中心的竞争，购物中心的业主需要不断地审视品牌组合策略，并通过翻新和改造保持其购物中心紧随市场潮流。

图33：上海零售物业市场未来供应——根据行政区域划分（2022年下半年——2023年）



图34：上海零售物业市场未来供应——根据行政区域划分（2024年）



图35：上海零售物业市场未来供应主要项目（2022年下半年——2024年）

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
锦沧文华	南京西路	2022	17,145
合生汇	南京西路	2022	80,000
尚贤坊	淮海中路	2023	40,000
徐家汇中心ITC二期	徐家汇	2023	231,417
张园	南京西路	2024	60,000

深圳

零售物业市场核心趋势



宋洁

商业地产部

Leomi.J.song@cushwake.com



张晓端

研究部

xiaoduan.zhang@cushwake.com

“ 2022年初疫情下的封控举措再次冲击深圳零售市场，尽管3月下旬后社会生活与消费有所恢复，但疫情散发的风险依然对消费需求构成影响。消费需求整体放缓，部分教培、餐饮业态闭店的情况偶发。但短时间的封控解除后核心商圈前期签约的优质商户相继入场装修或开业，加上部分项目完成升级更新后表现逐渐向好，存量商业缓慢去化支撑全市整体空置率维持在较低水平。 ”

—— 宋洁

“ 年初疫情偶发一定程度延后了部分项目的工期和招商进度，同时也推高下半年优质购物中心的未来供应。在疫后需求仍未完全恢复的当下，项目的集中入市预计会加大市场的竞争压力，下半年市场租金和空置指标料将双双承压。就目前寻租活跃度来看，商场偏向于引入高端或特色餐饮以满足差异化需求；而部分总部位于上海等地的零售品牌在疫情受控后重启发展计划，或成为后续物业租赁需求亮点。 ”

—— 张晓端

零售物业供应趋势

过去一年

截至2022上半年，深圳优质购物中心存量592万平方米。部分教培、餐饮业态受疫情管控影响导致需求、收入双下滑而选择闭店的情况偶发。但春节假期之前，在核心商圈的部分购物中心持续引进新商户并开业，个别调改项目亦逐渐完成租户调整。市场恢复正常营业后，核心商圈前期签约的优质商户相继入场装修或开业，加上包括云城万科里、领展中心城等在内完成大规模升级更新后的项目表现持续向好。在以上因素的共同作用下，上半年空置率较2021年末下降0.4个百分点至5.7%。

2022年上半年全市无新增供应，年初疫情偶发一定程度延后了部分项目的工期和招商进度，同时也推高下半年深圳优质购物中心的未来供应，主要包括后海汇、万象食家、天河城等分布在核心商圈的项目。

图36：深圳零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2017年——2022年二季度）

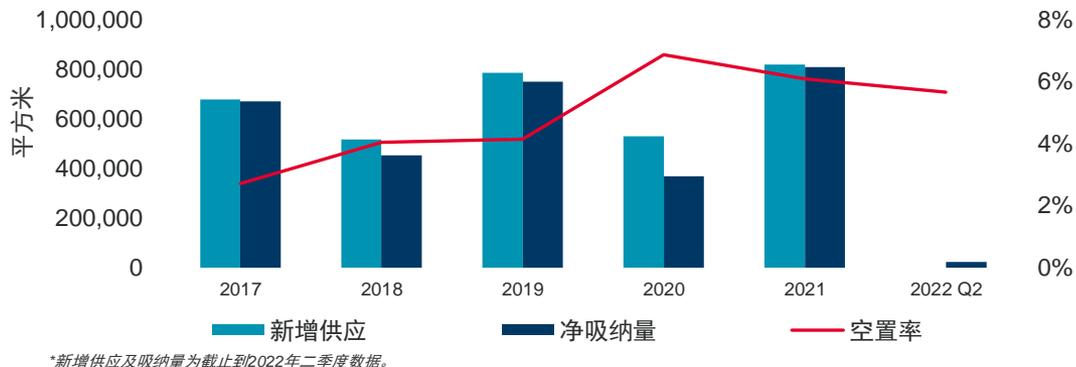
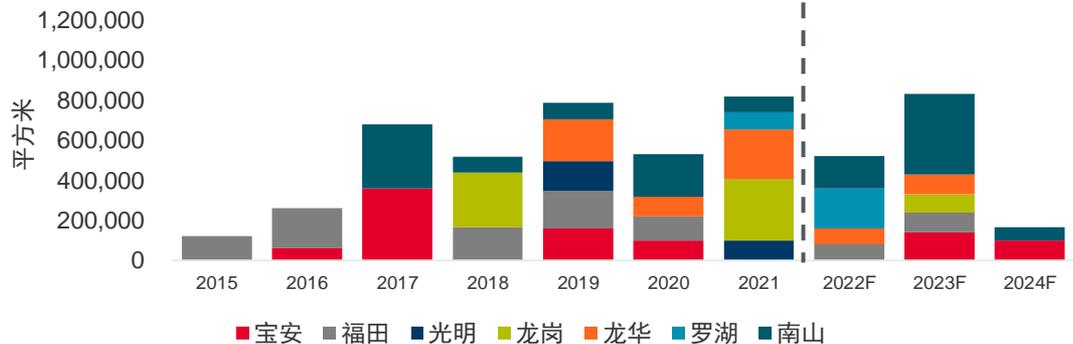


图37：深圳零售物业市场新增供应动态——根据行政区域划分（2021年下半年——2022年上半年）



图38：深圳零售物业市场历年新增供应及未来供应动态——根据子市场划分（2015年——2024年）



零售物业需求趋势

过去一年

随着疫情封控解除后深圳逐渐有序恢复日常生活，前期积压的社交、消费需求得以释放。市、区政府相继发放多轮消费券，并出台汽车、电子及家电消费补贴提振信心。商场在举办五一、端午主题活动以及周年庆、年中促销的同时纷纷让利推出消费折扣券和团购券，激发市场潜力。消费市场稳步回温，全市租金水平较上年末增长0.9%至每月每平方米860.2元。

分区来看，罗湖区在雄厚品牌资源及丰富运营经验的成熟标杆项目带动下，以租金每月每平方米1,637.5元维持全市之首；得益于较强的通达性及商务人群的聚集，同时成熟标杆项目的支撑令福田及南山租金水平保持稳健，分别较上年末增长1.3%、1.0%至每月每平方米1,002.5元、807.9元；龙岗及龙华其巨大的人口优势为成熟项目租金上涨提供动力，两区租金较上年末涨幅2.4%和3.1%，增速领先全市。

图39：深圳零售物业市场数据（2022年二季度）

商圈	存量 (平方米)	空置面积 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
罗湖	502,829	20,167	4.00%	1,637.50
福田	1,268,000	115,640	9.10%	1,002.50
南山	1,578,500	96,200	6.10%	807.86
龙岗	807,000	36,330	4.50%	571.67
宝安	950,000	27,840	2.90%	835.00
龙华	560,000	24,400	4.40%	443.33
光明	250,000	15,000	6.00%	385.00
深圳全市	5,916,329	335,577	5.7%	860.21

*平均租金取优质购物中心内最优租金楼层的零售业态标准铺租金平均值，按使用面积计算，不包含物业管理费和推广费等其他费用。

图40：深圳零售物业市场历年租金走势（2016年——2022年二季度）



图41：深圳零售物业市场主要品牌开业情况（2021年下半年——2022年上半年）

项目名称	商圈	租户	业态
壹方城	宝安	Shake Shack	餐饮
皇庭广场	福田	蕉下	零售
来福士	南山	五菱新能源	新能源汽车
万象天地	南山	HOKA ONE ONE	零售
海雅缤纷城	宝安	科沃斯机器人	零售



零售

疫情两年多来人们愈加关注健康生活及户外活动，专业运动类及户外防晒用品品牌持续扩张。同时，新增汽车指标、放宽申请条件、补贴激励、车展优惠等都为汽车消费带来强劲动力。

实例

网红品牌蕉下入驻皇庭广场，一汽大众ID.HUB在卓悦汇、壹方城、壹方天地、皇庭广场等开出新店，深圳首家五菱宏光新能源直营店在来福士广场开业。



餐饮

疫情的打击、堂食的限制令非核心区域的小型餐饮收缩趋势较为明显，知名品牌或连锁餐饮表现相对坚挺。餐饮在品类上愈加丰富，新式粤菜、台湾菜、日本料理等均有新品牌入深圳，创新概念店为餐饮零售带来更多元的体验。

实例

粤集·富贵饭店入驻卓悦中心，楠火锅入驻壹方天地，阿嬷手作全国首家学堂概念店在欢乐港湾开业，专注年轻化日料体验的摩打食堂深圳首店选址皇庭广场。



休闲

与健身和运动相关的场所等需求持续增长。人流密集型场所的人气仍有待恢复，亦开始新鲜尝试，作为文化传播途径之一的影院积极探索新商业模式引入脱口秀，在提高影院使用率用的同时，也为消费者提供更加丰富的体验内容。

实例

健身头部品牌超级猩猩开设全国首家沉浸式体验健身场馆，笑果文化在深圳以华夏艺术中心为主要商演场地，知名品牌硬核喜剧脱口秀深圳站在海岸城影院举办。

零售物业市场趋势

展望未来

下半年深圳优质购物中心供应达52万平方米，主要包括前海汇、天河城等分布在核心商圈的项目。集中供应必然面临较大的招商压力，尤其在商业分布相对集中的区域内，竞争将更加激烈。新增项目亮点纷呈，例如前海汇定位打造青年文化社区，首次提出“Z世代生活硬核场”概念，丰富全市商业场景层次。

未来3年，全市将约有150万平方米的未来供应计划入市，在途供应压力不减。同时，深圳近期发布《关于扎实推动经济稳定增长的若干措施》，提到大力挖掘消费市场潜力，特别是支持首店首发经济，对符合条件的企业首店给予最高100万元补助，预计将对丰富全市零售业态起到积极作用。就目前寻租活跃度来看，商场偏向于引入高端餐饮以满足差异化需求。外地服装零售品牌在疫情受控后重启扩张计划，或成为后续物业租赁需求亮点。

图42：深圳零售物业市场未来供应——根据行政区域划分（2022年下半年）



图43：深圳零售物业市场未来供应——根据行政区域划分（2023年）



图44：深圳零售物业市场未来供应主要项目（2022年下半年——2023年）

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
深圳天河城	罗湖	2022	120,000
中洲湾C FutureCity	福田	2022	80,000
超深活中心	南山	2022	90,000

广州

零售物业市场核心趋势



冼嘉曦

商业地产部

amond.jx.xian@cushwake.com



张晓端

研究部

xiaoduan.zhang@cushwake.com

“对于常住人口达1,880万、年度社会消费品零售总额超万亿的广州来说，旺盛的消费需求和粤港澳大湾区中心城市的辐射能力意味着城市还有巨大的消费潜力亟待挖掘。未来三年，广州预计还将有超过130万平方米的新增供应会陆续投入市场使用。对于供应紧张的核心商圈来说，城市更新将是扩大市场容量的重要途径之一。而对于城市外围商圈而言，除了传统的优质购物中心，一些小而精的商业项目，也将成为补足区域商业氛围的重要力量，为消费需求提供新的承载场景。”

——冼嘉曦

“过去一年，线下消费的景气度受到本土疫情反复的影响而有所回落。为了重塑积极活跃的消费市场氛围，广州政府陆续出台了各类惠民利企的政策以及一系列促消费活动。据统计局公布，2022年5月全市社会消费品零售总额同比下降3.0%，降幅比4月收窄5.8个百分点，消费市场出现回暖迹象。未来随着各项稳增长及纾困政策效应的进一步显现，因疫情受到限制的消费活力将重新得到释放。”

——张晓端

零售物业供应趋势

过去一年

过去一年，广州本土疫情仍有反复，多个购物中心因疫情防控需求采取临时管控措施，消费场景受到制约，客流量出现短期下降。同时，复杂的国内外形势对宏观经济的复苏产生干扰，消费市场亦受到影响，景气度有所回落。在此背景下政府发布了一系列稳增长措施。根据广州市统计局数据显示，2022年1-5月，全市社会消费品零售总额同比增速为-0.3%。其中，5月的同比增速降幅较4月收窄5.8个百分点，市场出现回暖迹象。

过去一年，一些原计划入市的新项目因受到疫情影响而延迟了开业时间，广州优质零售物业市场共迎来两座购物中心开业，为市场带来18.5万平方米新增供应。其中24.3%位于体育中心商圈，来自广州环贸天地，这是核心商圈自2018年第二季度以来时隔三年再次迎来新增供应。截至2022年第二季度，全市总存量达到479.3万平方米。

图45：广州零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年—2022年二季度）

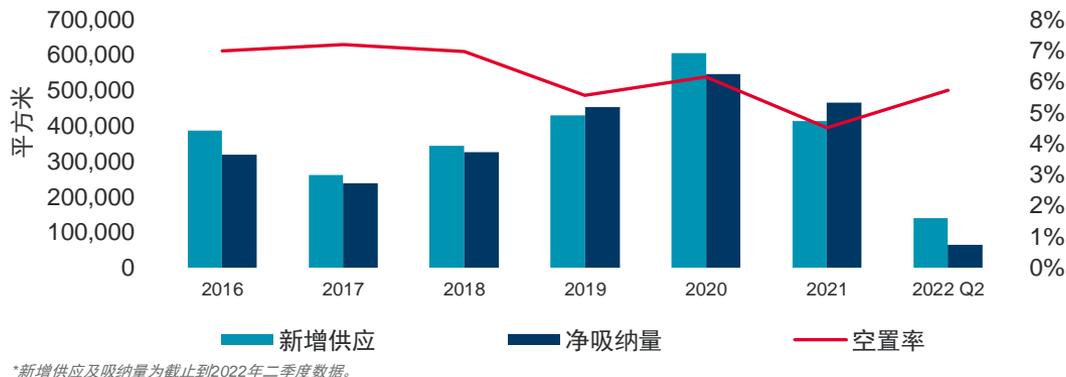
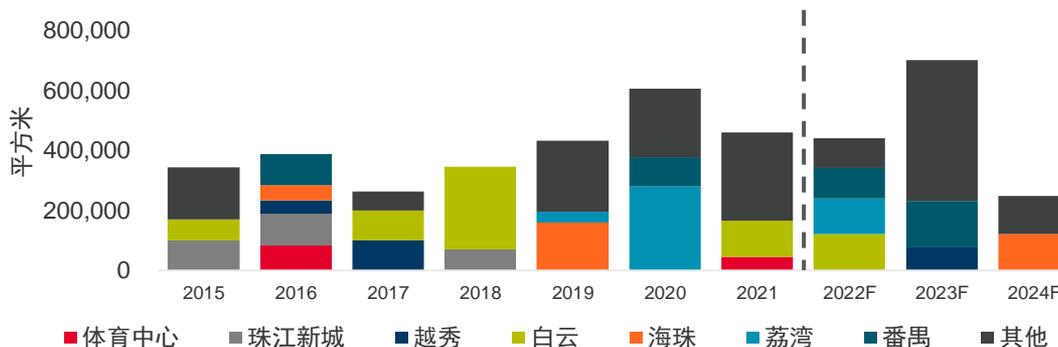


图46：广州零售物业市场新增供应动态——根据子市场划分（2021年下半年—2022年上半年）



图47：广州零售物业市场历年新增供应及未来供应动态——根据子市场划分（2015年—2024年）



零售物业需求趋势

过去一年

过去一年受疫情反复影响，广州消费市场承压，零售市场活动面临下行压力，全市空置率水平有所上升。其中外围区域项目空置率上涨幅度最大，同比上升3.9个百分点至9.6%，拉动全市空置率水平同比上升1.2个百分点至5.7%。

在消费市场承压的情况下，租金水平表现出区域分化。核心商圈得益于成熟的商业氛围和强劲的消费力，仍是品牌开店的首要选择。在成熟标杆项目的带动下，体育中心和珠江新城的租金水平分别同比上升了3.8%和8.5%，带动全市最优层商业租金同比上升7.4%至人民币776.1元每月每平方米，保持上升态势。

市场竞争日趋激烈，多个成熟商圈内的项目陆续完成存量调改和品牌升级以保持自身竞争力。餐饮和零售业态仍是商场吸纳主力，分别占近一年新开品牌的44.1%和35.4%。

图48：广州零售物业市场数据（2022年二季度）

商圈	存量 (平方米)	空置面积 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
体育中心	867,800	22,460	2.6%	1,800.0
珠江新城	564,359	52,961	9.4%	766.7
越秀	347,200	22,370	6.4%	978.3
白云	738,300	39,300	5.3%	490.6
海珠	309,000	5,600	1.8%	620.0
荔湾	405,900	12,980	3.2%	556.7
番禺	463,225	12,600	2.7%	472.0
其他	1,097,302	105,844	9.6%	350.0
广州全市	4,793,086	274,114	5.7%	776.1

*平均租金取优质购物中心内最优租金楼层的零售业态标准铺租金平均值，按使用面积计算，不包含物业管理费和推广费等其他费用。

图49：广州零售物业市场历年租金走势（2015年——2022年二季度）



图50：广州零售物业市场主要品牌开业情况（2021年下半年——2022年上半年）

项目名称	商圈	租户	业态
广州ICC环贸天地	体育中心	Lavazza拉瓦萨咖啡	休闲餐饮
万菱汇	体育中心	本来	时尚零售
天汇广场	珠江新城	Longchamp	时尚零售
中华广场	越秀	广州酒家	特色正餐
番禺天河城（粤海广场）	番禺	广州购书中心	休闲娱乐



零售

随着品质消费逐渐成为主流，跨界业态不断涌现，新消费场景的构筑有助于满足消费升级需求。另外，在行业旺盛发展的势头下，新能源汽车品牌寻租活跃，越来越多品牌在购物中心开设线下体验店。

实例

优衣库在维多利亚广场店开出广州首家优衣库生机花店，无印良品万菱汇店开出广州首家Café MUJI。过去一年录得超过30家新能源汽车品牌店铺新开业，包括特斯拉、零跑汽车等。



餐饮

疫情管控下，餐饮品牌的客流量和营业额受到一定影响，但部分细分业态仍然表现出较强韧性，呈现快速扩张态势，粤菜、日式料理、茶饮和咖啡业态在广州的扩张势头较强。

实例

年内录得日式料理品牌寿司郎先后进驻万菱汇、悦汇城、正佳广场等优质购物中心。咖啡赛道方面，连锁品牌和本土小众品牌均积极在穗扩张版图，如M stand和来回咖啡等。



休闲

随着人们对运动和健康的持续关注，过去一年，运动健身业态保持积极的市场扩张。另一方面，自助式娱乐业态在数字经济的快速发展下迎来发展机会，AMBOX、QQ Family和玩刻等品牌门店迅速增加。

实例

运动健身品牌超级猩猩入驻太古汇，威尔士健身则选址广州ICC环贸天地。QQ Family陆续进驻东方宝泰广场和凯德云尚广场。

零售物业市场趋势

展望未来

随着广州推进“国际消费中心城市”培育建设，提出要打造5个世界级地标商圈，城市商圈结构和资源布局的不断优化，有望进一步提升城市商业能级。同时，首店、首发和免退税经济迎来政策加持，亦为广州消费市场带来新的发展空间。

从供应端来看，复杂多变的市场宏观环境令项目的建设进度和招商进度受到一定影响，项目开业时间或将延迟。年内，广州零售市场将有约44万平方米优质新项目入市，短期内空置率水平将有所提升。同时，鉴于大部分新增供应位于非核心商圈，在增强区域商业氛围的同时全市租金增长将受到限制。

品牌方面，由于疫情的不确定性，品牌方的拓店计划趋于谨慎，但在新的消费习惯和生活方式下，预计新能源汽车、茶饮和运动健身业态仍将保持增长。

图51：广州零售物业市场未来供应——根据子市场划分（2022年下半年）

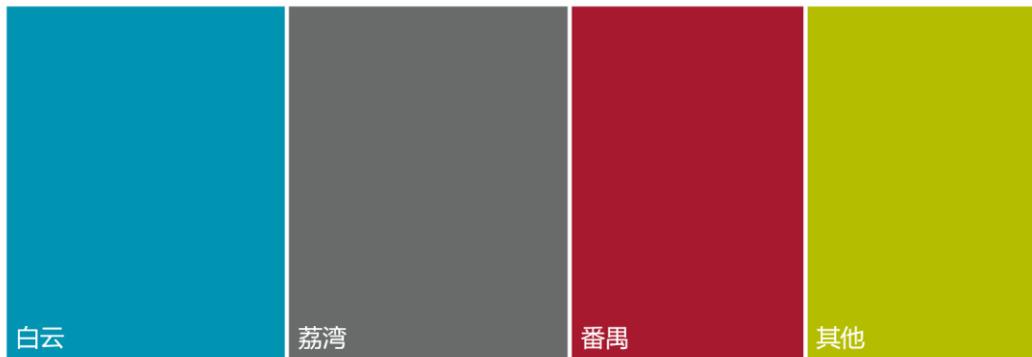


图52：广州零售物业市场未来供应——根据子市场划分（2023年）

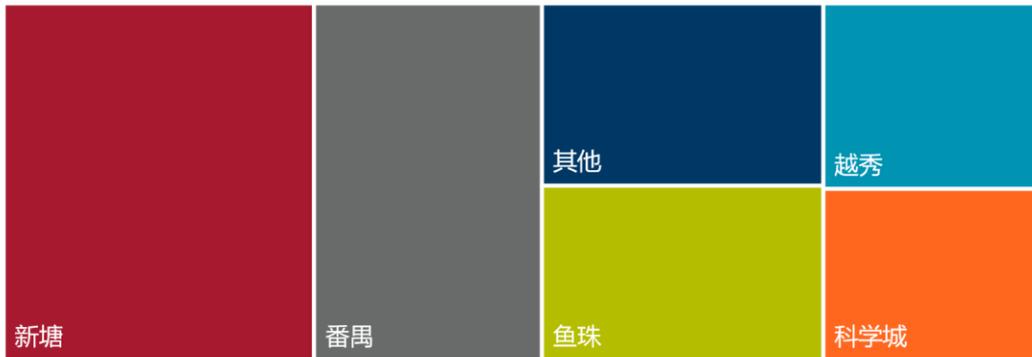


图53：广州零售物业市场未来供应主要项目（2022年下半年——2023年）

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
太和金铂天地	白云	2022	120,000
信达金茂广场	其他	2022	68,000
广州Cloud-9	其他	2022	32,000
星寰国际商业中心	越秀	2023	76,000
COCO Park	其他	2023	97,000

成都

零售物业市场核心趋势



罗俊崑

商业地产部

Jason.JW.Luo@cushwake.com



贾萱

研究部

Ivy.Jia@cushwake.com

“成都近年来商业能级不断提升，首店、奢侈品品牌加码布局成都，据统计，2021年共引进首店801家，另外，LV、Dior、Gucci等十余家奢侈品品牌在仅一街之隔的IFS和太古里布局双店，侧面反映了奢侈品品牌对成都商业市场的肯定。未来，随着SKP携众多大牌落地，成都商业能级有望再次提升。”

——罗俊崑

“随着消费者习惯的蝶变和年轻化，传统百货已经无法满足消费者的需求，再加上IFS、太古里等高品质项目入市的冲击，百货逐渐淡出人们的视野，继新世界百货之后，伊势丹百货也将陆续关店。未来，此类传统百货处境将愈发艰难。”

——贾萱

零售物业供应趋势

过去一年

2014年至2015年成都优质零售物业市场迎来供应井喷期，大量高品质项目入市，2016年起，市场由增量时代进入存量时代，新增供应大幅放缓，全市空置率逐年下降并维持在平稳的态势。

根据统计，过去一年成都优质零售物业市场录得3宗新增供应，其中，攀成钢迎来ICD，ICD的入市为攀成钢的商业氛围提供了强大助力，未来，ICD的优秀的运营能力有望使其成为商圈内的核心商业之一；印力集团在成都布局的首个印象城正式落地建设路商圈，开业期间引进了“圣斗士星矢黄金之境”西南首展，吸引无数人打卡，开业当天客流、销售额、会员量处于较高水平，全面提档加速了区域内商业氛围的打造；除此之外，大源也录得远大购物中心B馆，B馆引入了大量网红茶饮、文化创意品牌等，深的年轻人的青睐。

图54：成都零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年——2022年二季度）

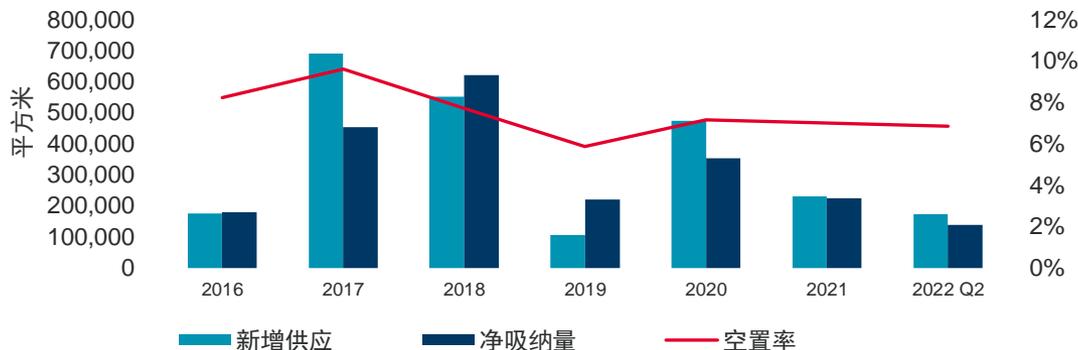


图55：成都零售物业市场新增供应动态——根据子市场划分（2021年下半年——2022年上半年）

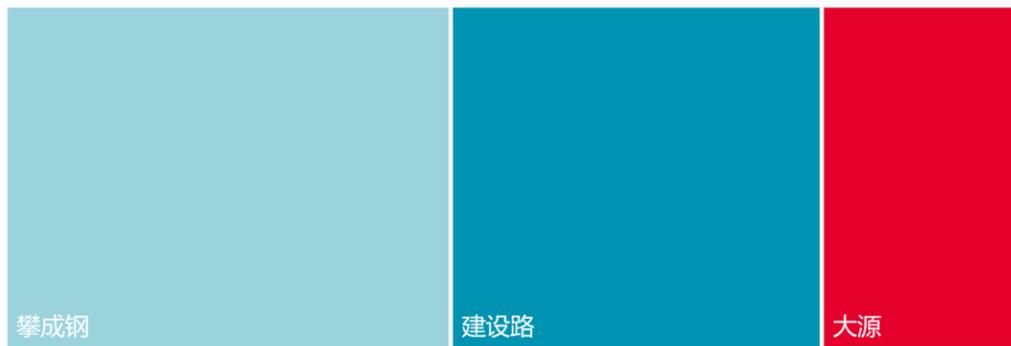
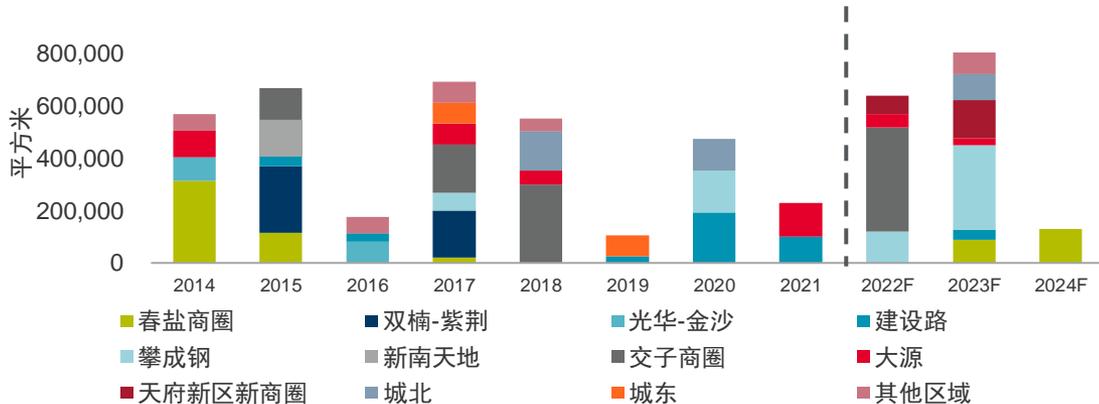


图56：成都零售物业市场历年新增供应及未来供应动态——根据子市场划分（2014年——2024年）



零售物业需求趋势

过去一年

疫情反复导致成都优质零售物业市场受到波及，但总体来说依旧在健康的水平。2022年2季度成都优质零售市场调场完成，空置率环比下降0.83个百分点至6.86%；成都为提振消费，本季度发放消费券，市场迅速回暖，同时推动全市租金环比上涨0.52%至624.11元/平方米/月。

过去一年里，作为成都最重要的春盐商圈受疫情影响有限，特别是作为地标项目的IFS和太古里，不仅不断进行提档升级，还引进了大量首店，为区域内商业能级的提振提供极大助力；另外，奢侈品对成都商业市场信心十足，纷纷在仅一街之隔的IFS、太古里开出双店，未来，随商业能级的不断提升，双店现象将愈发明显。

2021年交子大道开街为成都第二个城市级商圈——交子商圈的呈现拉开帷幕。有别于春盐商圈，交子商圈更聚焦成都城南及高净值客群，有望在政府的引导下快速成长为成都创建国际消费中心城市的核心商圈之一。

图57：成都零售物业市场数据（2022年二季度）

商圈	存量 (平方米)	空置面积 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
春盐商圈	1,268,956	114,102.6	9.0%	1,372.0
双楠-紫荆	663,000	76,276.3	11.5%	558.3
光华-金沙	306,171	3,633.6	1.2%	441.7
建设路	820,700	71,673.0	8.7%	389.8
攀成钢	592,239	29,444.8	5.0%	831.3
新南天地	281,773	9,040.0	3.2%	758.3
交子商圈	1,110,400	49,641.4	4.5%	517.9
大源	466,000	29,258.0	6.3%	356.7
城北	958,300	72,681.3	7.6%	452.4
城东	235,000	2,200.0	0.9%	386.1
其他区域	688,784	49,097.0	7.1%	484.0
成都市	7,391,323	507,048.0	6.9%	624.1

*平均租金是指商圈内主要购物中心最佳位置（一般为地上首层）的租金报价，该租金报价是基于使用面积计算，不包含物业管理费和推广费等其他费用。

图58：成都零售物业市场历年租金走势（2015年——2022年二季度）



图59：成都零售物业市场主要品牌开业情况（2021年下半年——2022年上半年）

项目名称	商圈	租户	业态
成都远洋太古里	春盐商圈	路易威登之家	时尚零售
成都远洋太古里	春盐商圈	乐高品牌旗舰店	时尚零售
银泰IN99	交子商圈	Chrome Hearts	时尚零售
成都远洋太古里	春盐商圈	Double RL & CO	时尚零售
万象城	攀成钢	namacocoa	餐饮



零售

疫情政策的严控下，成都奢侈品市场火热，据四川省连锁商业协会的统计数据，奢侈品最集中的成都远洋太古里2021年销售额高达95亿元；另外，随着消费者愈发年轻化，消费习惯发生蝶变，潮牌、买手店成为年轻人的新宠，部分项目在调整后受到年轻人的青睐，经营情况逆势回暖。

实例

晶融汇引进大量潮牌、买手店，如ADLV、只二、Delicates、Ruiruirul等，受到年轻人的喜爱。



餐饮

作为美食之都的成都餐饮行业百花齐放，除开传统口味的餐饮店铺外，近期涌现重量级跨界品牌餐饮店，如亚太首家的Ralph's Bar，全球首家Margiela咖啡店以及还未开业的Dior café、LV餐厅等。未来，在成都强劲消费力的支撑下，此类出错成本低、品牌溢价高的跨界品牌有望持续为成都餐饮提供强有力的助力。

实例

Ralph's Bar、Margiela咖啡店进驻成都远洋太古里。



休闲

随着生活水平的提高，大众对健康愈发关注，健身房、瑜伽店、推拿店等与健康相关的店铺大量涌入购物中心，不仅为购物中心快速去化提供助力，还为购物中心引流，创造更多的随机消费行为。预计未来，此类店铺将逐步成为一个成熟购物中心的标配。

实例

乐刻健身在来福士广场开业，百分百行动健身在凯德新南开业，常乐推拿进驻凯德天府店...

零售物业市场趋势

展望未来

根据规划，到2025年，交子公园商圈基本形成成都第二个都市商圈，到2035年建成国际消费中心城市的重要商圈。在此背景下，交子商圈发展提速，2021年交子大道开街，2022年交子商圈还将迎来大魔方和SKP两个重量级项目，届时，交子商圈商业体量也将赶超春盐商圈达到约150万平方米，同时，其商业格局的打造基本完成，成都有望正式进入双中心时代；除此之外，根据目前公布信息，SKP不仅将引进大量奢侈品店，还将带来大量首店，此举将推动交子商圈商业能级大幅提振。另外，如攀成钢商圈内项目按时入市，则攀成钢商圈将迎来供应高峰，区域内商业氛围有望大幅提振。

图60：成都零售物业市场未来供应——根据子市场划分（2022年下半年）



图61：成都零售物业市场未来供应——根据子市场划分（2023年）



图62：成都零售物业市场未来供应主要项目（2022年下半年——2023年）

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积(平方米)
SKP	交子商圈	2022	162,000
大魔方	交子商圈	2022	234,000
金牛大悦城	城北	2023	100,000
天府大悦城	天府新区新商圈	2023	144,000
万科天荟C地块	建设路	2023	37,000

杭州

零售物业市场核心趋势

“在消费升级背景下，消费者不仅关注产品的功能性、时尚性和稀缺性，而且也更加重视商场的体验感、社交化和数智化。因此，对于购物中心而言，发展首店经济、优化场景体验，以及融合经营线上线下渠道将是商业创新突破的三大重要举措。”

——魏建历

“随着中国绿色电力交易试点正式启动，2021年11月银泰百货与大唐公司签署绿电交易协议，交易电量总计3000万千瓦时，银泰将率先推动浙江省内25家门店使用绿电。未来，在碳达峰与碳中和的国家级战略目标下，加快绿色转型已然成为全社会的共识，而坚持低碳环保、可持续发展理念的零售物业必将更受市场青睐。”

—— Shaun Brodie



魏建历

商业地产部

jenny.wei@cushwake.com



Shaun Brodie

研究部

shaun.fv.brodie@cushwake.com

零售物业供应趋势

过去一年

为应对复杂严峻的国际环境和疫情波动带来的严重冲击，杭州政府深入贯彻落实党中央的“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”重要指示精神，大力推进经济稳进提质八大攻坚行动，加快落实惠企纾困系列政策，有序恢复产业链供应链。有鉴于此，全市经济运行呈现稳中有进的发展态势。

杭州经济基本面的持续稳定，为零售市场的发展提供了重要保障。从2021年第三季度至2022年第二季度，杭州优质零售市场迎来十大商业项目的正式开业，包括奥体印象城、江东天街、七堡花园城、空港德信之翼、丁桥天街、萧山银泰百货、吾角天街、西嘉广场、铂悦城以及滨江银泰百货，共计新添体量约109.9万平方米。

截至2022年第二季度，全市优质零售物业的总体存量攀升至578.4万平方米，相比2021年同期增长了23.5%。

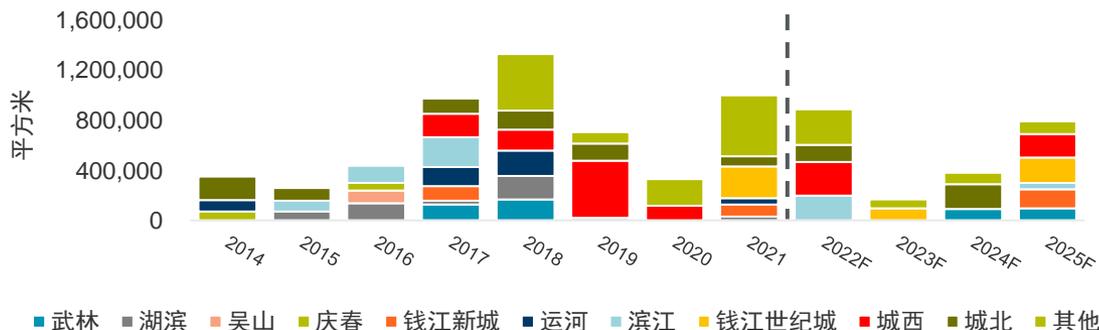
图63：杭州零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和出租率（2016年——2022年二季度）



图64：杭州零售物业市场新增供应动态——根据子市场划分（2021年下半年——2022年上半年）



图65：杭州零售物业市场历年新增供应及未来供应动态——根据子市场划分



零售物业需求趋势

过去一年

商业业态方面，首店经济持续升温，成为杭州消费市场的新增长点。政策层面来看，从政府去年发布的《杭州市建设国际消费中心城市三年行动计划（2021—2023年）》明确提出做强“首店经济”，到今年6月印发的《关于发展“首店经济”推动杭州消费转型升级政策的实施细则》，多项利好的政策扶持为首店经济的发展奠定了坚实的基础。

资本层面来看，不仅国内优质品牌对杭州市场青睐有加，许多国外知名品牌也积极拓店，在杭州设立全球性、全国性或区域性的品牌首店。例如，菓也点心工厂全国首店落地来福士；英国彩妆品牌Charlotte Tilbury浙江首店入驻武林银泰。

宏观数据方面，杭州消费市场呈现企稳恢复的态势。根据杭州统计局数据显示，2022年上半年，杭州全市实现社会消费品零售总额3,428亿元，同比增长3.0%，增速高于全国3.7个百分点。

图66：杭州零售物业市场数据（2022年二季度）

商圈	存量 (平方米)	空置面积 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
武林	398,930	10,771	2.7%	800 - 1,500
湖滨	574,400	27,571	4.8%	700 - 1,500
吴山	176,000	14,960	8.5%	500 - 1,000
庆春	193,000	7,141	3.7%	600 - 800
钱江新城	513,000	20,520	4%	600 - 800
杭州全市	5,784,070	393,317	6.8%	600 - 1000

*平均租金是指商圈内主要购物中心最佳位置（一般为地上首层）的租金报价，该租金报价是基于使用面积计算，不包含物业管理费和推广费等其他费用。

图67：杭州零售物业市场历年租金走势（2015年——2022年二季度）



图68：杭州零售物业市场主要品牌开业情况（2021年下半年——2022年上半年）

项目名称	商圈	租户	业态
来福士	钱江新城	菓也点心工厂	餐饮
武林银泰	武林	Charlotte Tilbury	时尚零售
湖滨银泰 in77	湖滨	霸王茶姬	餐饮
杭州大厦	武林	雅诺	时尚零售
城西银泰城	城西	李宁硬核篮球公园	休闲娱乐

零售物业品牌动态



零售

品牌集合店成流量担当。相比于传统店铺，集合店不仅可以为消费者提供多元化、品质化的商品选择，而且能够满足新一代消费者潮酷炫、高颜值、强体验的多维精神需求。凭借不断的探索和创新，具有流量号召力的集合店正在逐步实现品牌与购物中心的共赢。

实例

浙江首家KNOWIN潮流实验室落地湖滨88；杭州首家全球潮玩集合品牌X11落地滨江宝龙城；化妆品集合店品牌话梅首家彩色门店入驻天目里。



餐饮

新中式茶饮烘焙品牌大举拓店。随着中华优秀传统文化浪潮的涌起，中国特色和消费潮流相互交融，“国潮”已然成为Z世代的时尚文化新宠，并逐渐蔓延至茶饮烘焙领域。资本催化之下，各品牌方积极布局传统文化与现代饮食相结合的新中式茶饮烘焙赛道，以期探索流量密码。

实例

霸王茶姬杭州首店落地湖滨银泰in77，随后陆续在国大城市广场、庆春银泰百货店、萧山万象汇、滨江宝龙城等多地开出门店；泸溪河陆续入驻中大银泰城、湖滨银泰in77、大悦城等多个购物中心。



休闲

“运动经济”持续趋热。在北京冬奥会的契机下，叠加全民健身意识的提高，以及消费结构的升级等因素，自带社交属性的运动健身逐渐成为新一代消费者潮流生活方式的代表。为抓住消费领域的新红利，购物中心持续加码引入运动相关业态和品牌。

实例

全国首家李宁硬核篮球公园入驻城西银泰城；2,500平方米沉浸式运动主题乐园大鲁阁Plus入驻滨江宝龙城；Hopo Snow城市滑雪空间、I Go Surfing室内冲浪馆落地奥体印象城。

零售物业市场趋势

展望未来

未来三年，杭州优质零售市场预计将迎来约186.4万平方米的商业体量，其中81.8%位于非核心商圈，主要优质项目有恒隆广场、SKP、K11等。

在复杂的市场环境中，商业项目投资减缓、施工延期将是大概率事件，未来新增供应也将出现明显放缓的节奏。预计后期开发商将会在投资规模、运营模式、融资机制等方面作出战略调整。对于头部企业而言，持续拓展“轻资产”模式不仅是完善网格布局的战略补充，也是参与存量市场的重要路径。

继“杭十条”、“服务业40条”后，6月初杭州政府出台又一助企纾困重要政策举措：《杭州市贯彻落实国务院、浙江省扎实稳住经济一揽子政策措施的实施方案》。方案主要包括财政支持、金融支持、扩投资、促消费、稳外贸稳外资、保产业链供应链稳定、保粮食能源安全、保基本民生等8方面52条政策措施。可以预见，宏观经济在多方政策支持下将逐渐回暖，杭州零售市场亦将重拾信心。

图69：杭州零售物业市场未来供应——根据子市场划分（2022年下半年——2023年）



图70：杭州零售物业市场未来供应——根据子市场划分（2024年）

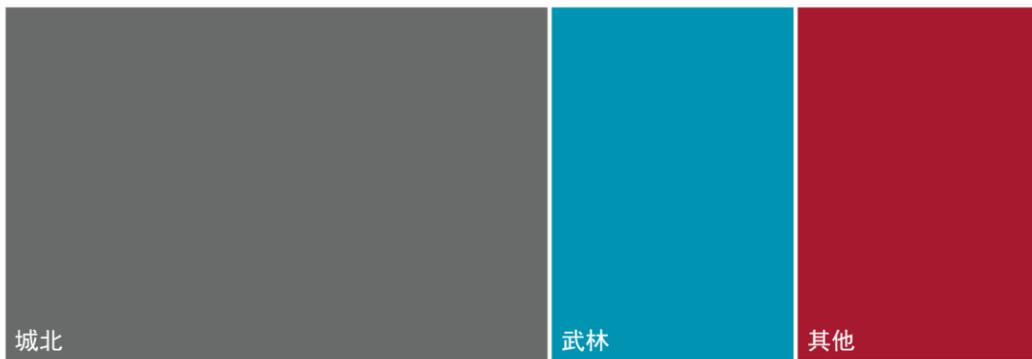


图71：杭州零售物业市场未来供应主要项目（2022年下半年）

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
信达中心	滨江	2022	70,000
宝龙城市广场	城西	2022	90,000
滨江宝龙城市广场	城北	2022	65,000
未来之光	城北	2022	70,000
港龙悠乐城	其他	2022	230,000

要点总结

- 受到疫情等因素超预期影响，上半年中国经济增长2.5%。中国社会消费品零售总额为21.04万亿元，同比下降0.7%；
- 截至2022年二季度，中国区16个主要城市的优质零售物业存量达到9,720.2万平方米；
- 中国区主要城市的优质零售物业平均租金录得735.5元每平方米每月，比上个季度下跌0.9%；
- 展望未来，随着中国疫情防控取得阶段性的成果，2022年下半年，消费将会迎来恢复性上涨，带动投资以及出口贸易等方面的复苏；
- 得益于中产阶级人数不断增长，城镇化持续推进，以及通货膨胀得到有效控制，中国零售市场的长期基本盘仍然稳健。



业务联系人



甄仕奇

商业地产部董事总经理
中国区

duke.sq.zhen@cushwake.com



孟祎

商业地产部主管
北区

amy.y.meng@cushwake.com



魏建历

商业地产部主管
华东区

jenny.wei@cushwake.com



宋洁

商业地产部主管
深圳

leomi.j.song@cushwake.com



冼嘉曦

商业地产部主管
广州

amond.jx.xian@cushwake.com



罗俊威

商业地产部主管
华西区

jason.jw.luo@cushwake.com

大中华区研究部联系人



林荣杰

大中华区

james.shepherd@cushwake.com



张晓端

华南区

xiaoduan.zhang@cushwake.com



魏东

北区

sabrina.d.wei@cushwake.com



贾萱

华西区

ivy.jia@cushwake.com



邓淑贤

香港

rosanna.tang@cushwake.com



薛惠珍

台湾

wendy.hj.hsueh@cushwake.com

这篇报告是由戴德梁行华东区业务拓展服务团队及大中华区内容主管，大中华区租户研究主管Shaun Brodie指导，研究部高级经理冀杨撰写，陈俊杰收集相关信息。特别感谢中国各区域研究团队的相关信息收集及数据分析。为更好地服务客户，戴德梁行研究部在各个领域建立了“卓越中心”，如资本市场、工业物流、零售商业等，Shaun主要负责大中华区租户研究板块。如对大中华区租户研究有任何疑问，请联系：

Shaun Brodie

华东区业务拓展服务团队及大中华区内容主管
大中华区租户研究主管

shaun.fv.brodie@cushwake.com



关于戴德梁行

戴德梁行是享誉全球的房地产服务和咨询顾问公司。通过兼具本土洞察与全球视野的房地产解决方案为客户创造卓越价值。戴德梁行遍布全球60多个国家，设有400多个办公室，拥有50,000名专业员工。在大中华区，我们的23家分公司合力引领市场发展，赢得众多行业重磅奖项和至高荣誉。2021年公司全球营业收入达94亿美元，核心业务涵盖估价及顾问服务、策略发展顾问、项目管理服务、资本市场、项目及企业服务、产业地产、商业地产等。更多详情，请浏览www.cushmanwakefield.com.cn或关注我们的微信（戴德梁行）。

免责声明

本报告刊载的一切资料及数据，虽力求精确，但仅作参考之用，并非对报告中所载市场或物业的全面描述。报告中所引用的来自公告渠道的信息，尽管戴德梁行相信其可靠性，但该等信息并未经戴德梁行核实，因此戴德梁行不能担保其准确和全面。对于报告中所载信息的准确性和完整性，戴德梁行不做任何明示或暗示的担保，也不承担任何责任。戴德梁行在报告中所述的任何观点仅供参考，并不对依赖该观点而采取的任何措施或行动、以及由此引起的任何风险承担任何责任。戴德梁行保留一切版权，未经许可，不得转载。