

# 2024年上半年 中国零售地产市场报告

仲量联行研究部

2024年8月



SEE A BRIGHTER WAY  
向光而为



# 目录

01 | 宏观经济 3

02 | 零售物业市场 19

03 | 消费趋势 33

04 | 市场应对 39

05 | 未来展望 43



# | 宏观经济

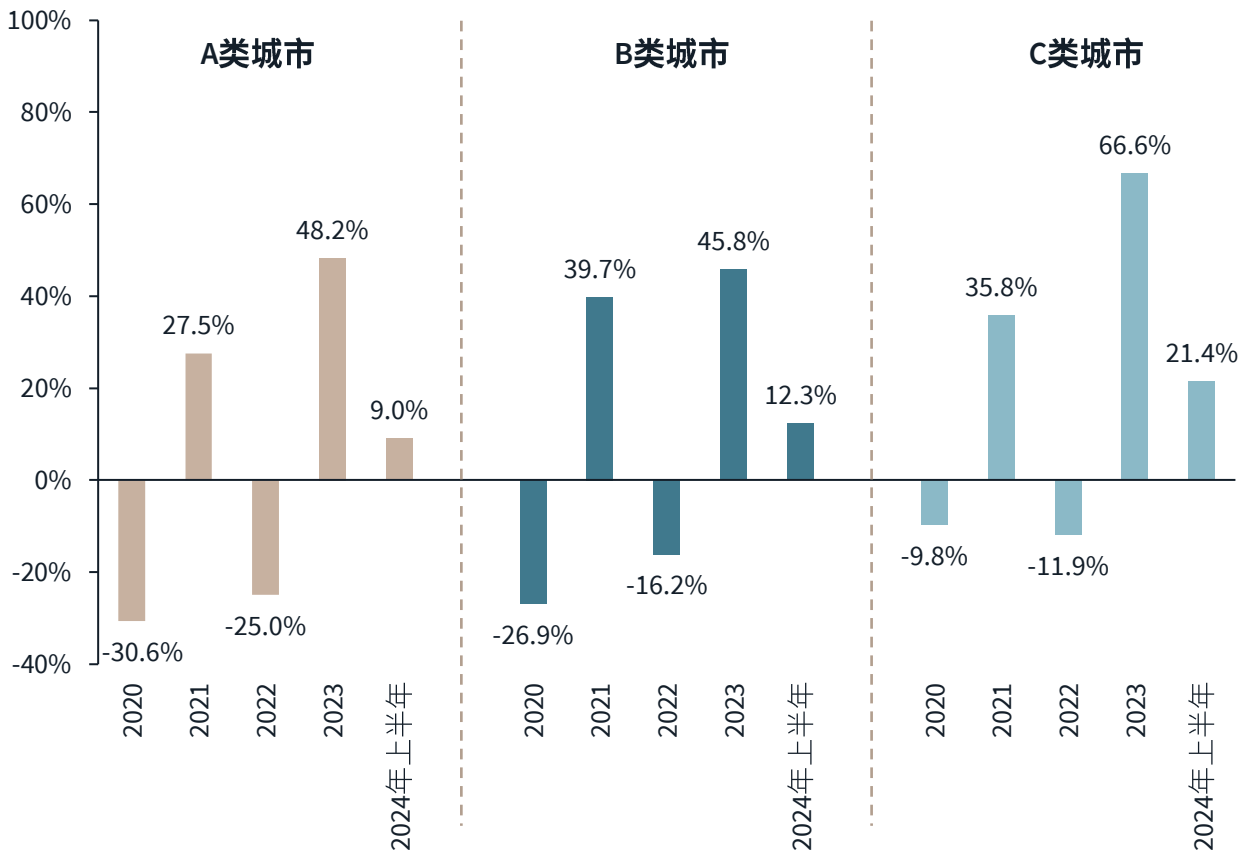
0

1

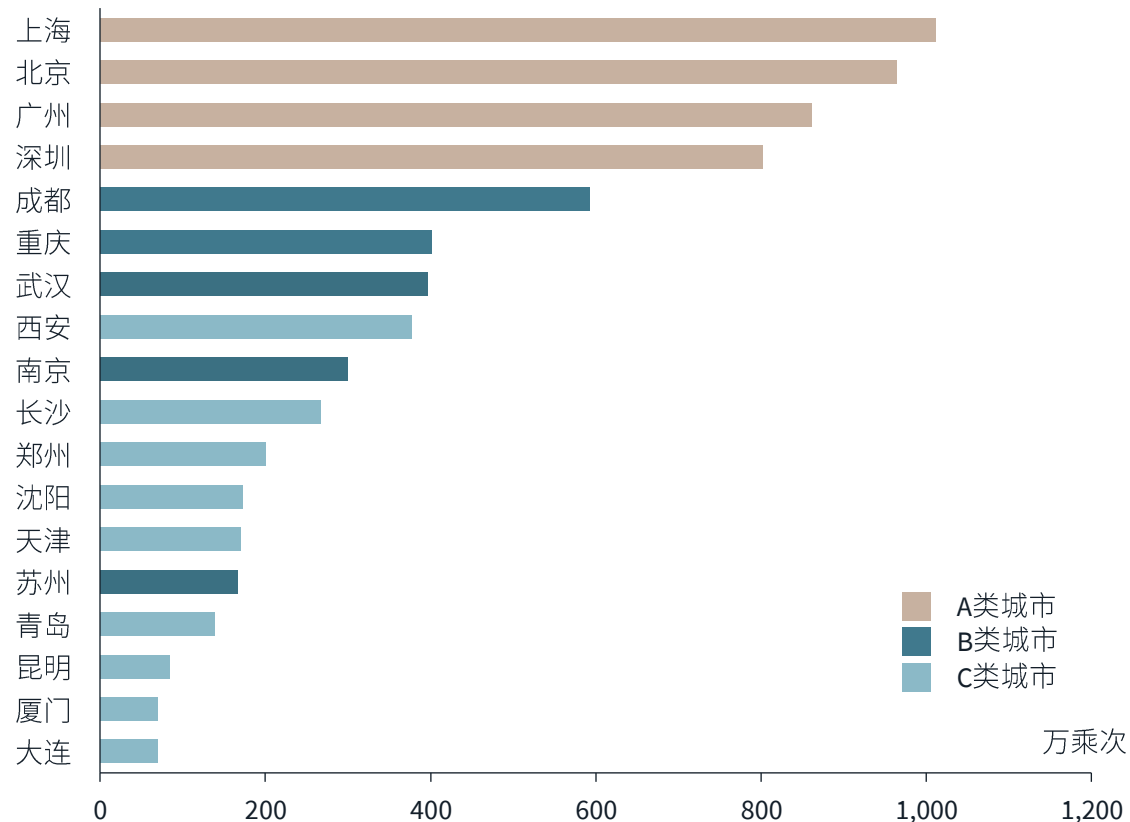


# 市内客流：日常通勤和旅游需求不断增长，地铁客运量持续攀升

## 地铁日均客流同比增速



## 2024年上半年主要城市地铁日均客流

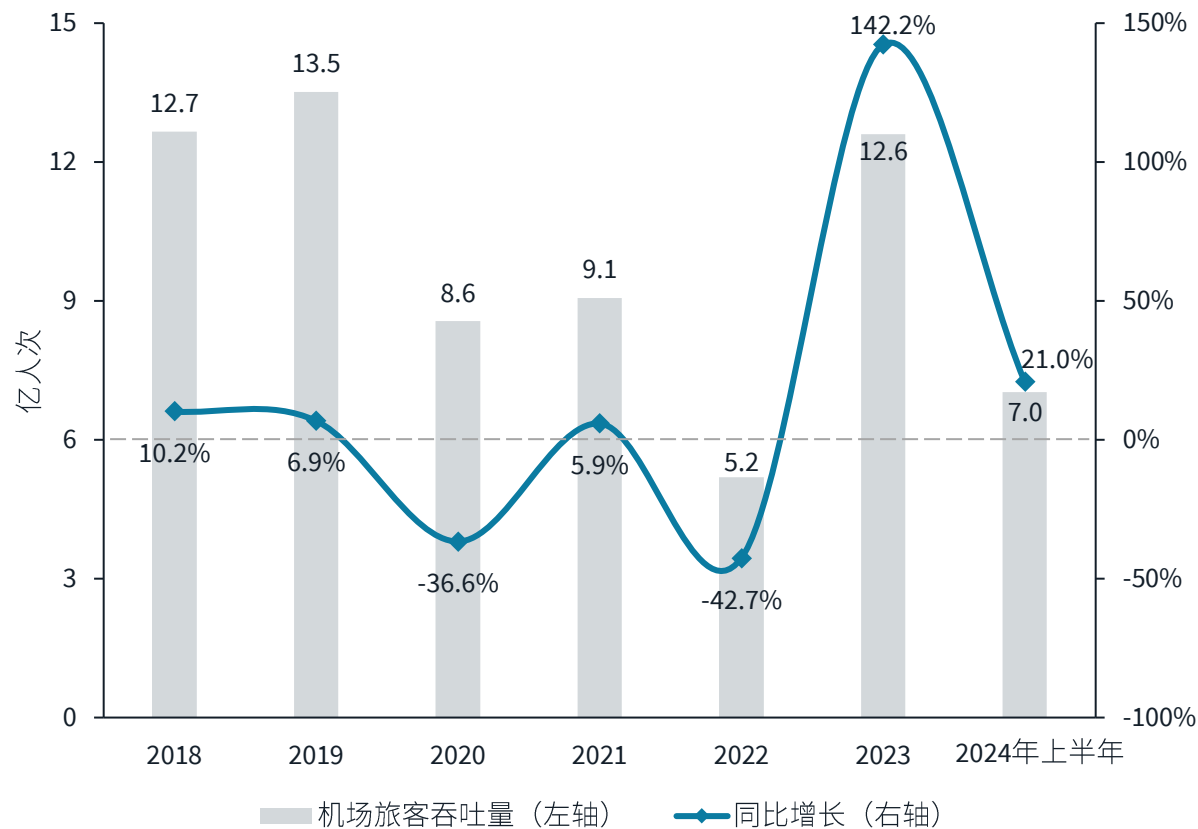


注：A类城市包括：北京、上海、广州、深圳；B类城市包括：成都、武汉、苏州、重庆、杭州、南京；C类城市包括：长沙、郑州、天津、西安、沈阳、青岛、宁波、无锡、厦门、大连、昆明，由于杭州、无锡、宁波数据不可得，故未纳入计算。

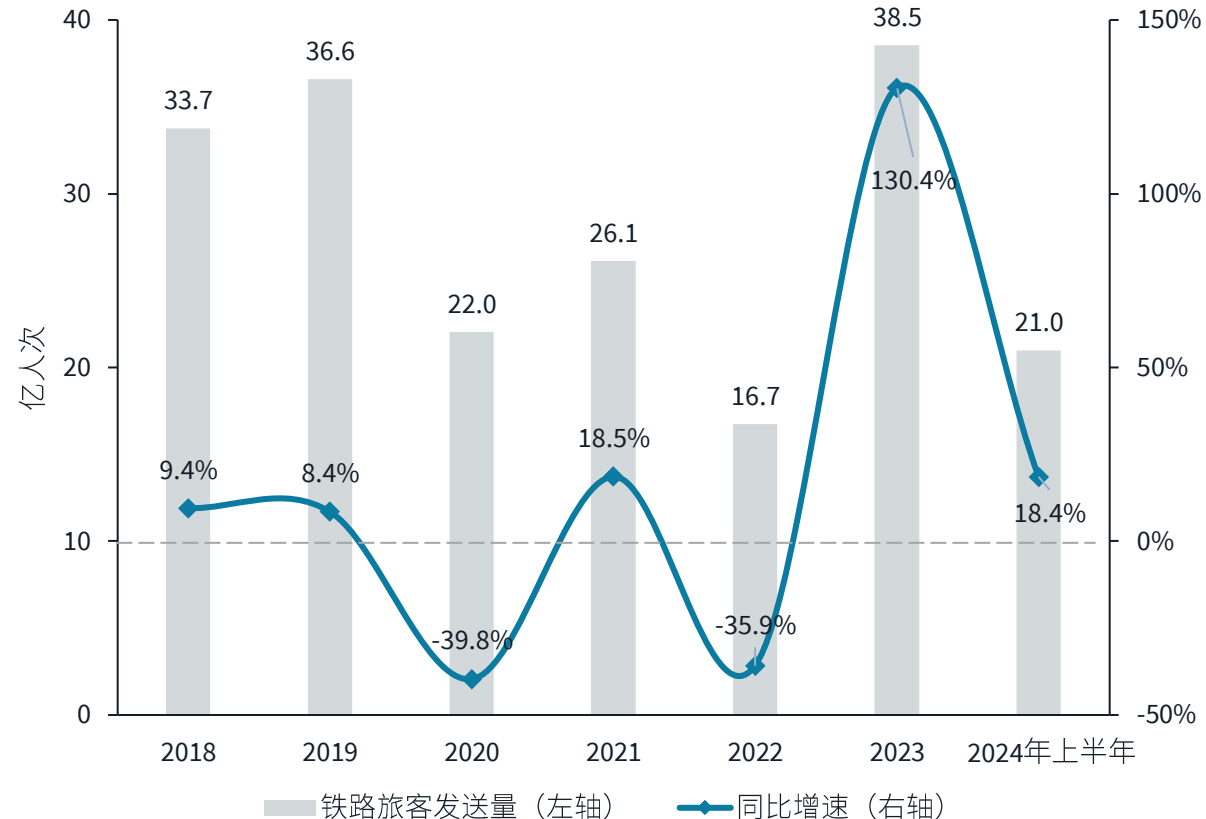
数据来源：iFind数据库，仲量联行研究部，2024年8月

# 城际客流：出行热度不减，空铁客流保持增长态势

## 全国民航旅客吞吐量及同比增速



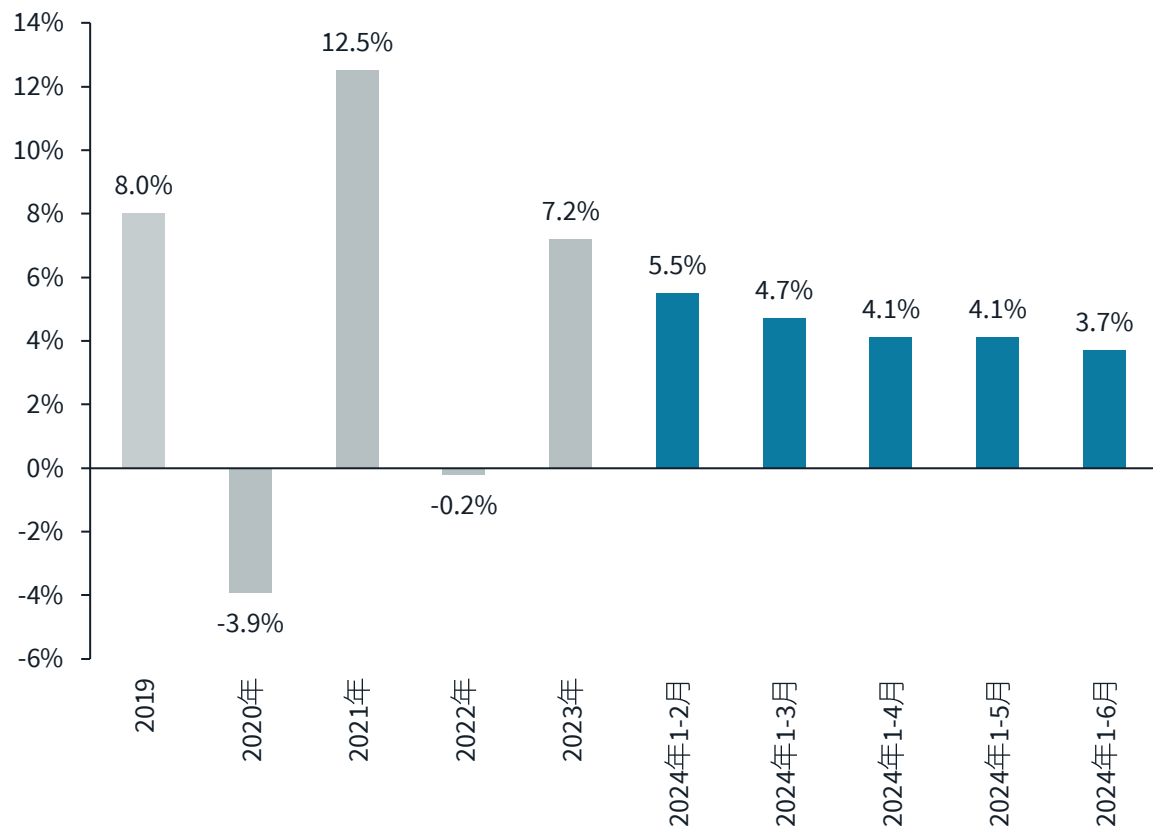
## 全国铁路旅客发送量及同比增速



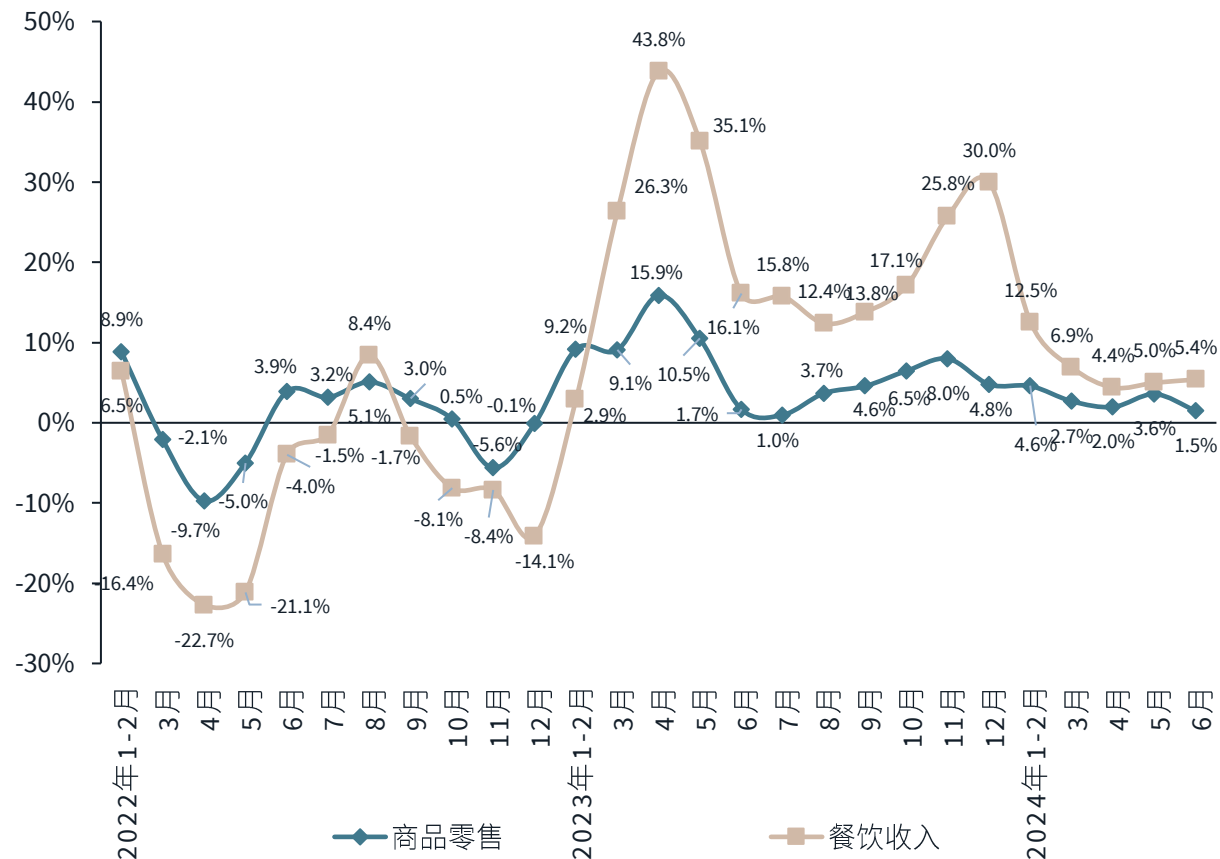
数据来源：中国民用航空局、中国交通运输部，仲量联行研究部，2024年8月

# 社零：上半年社零总额累计增幅逐月降低，餐饮增速由高点回落

中国社会消费品零售总额累计同比增速



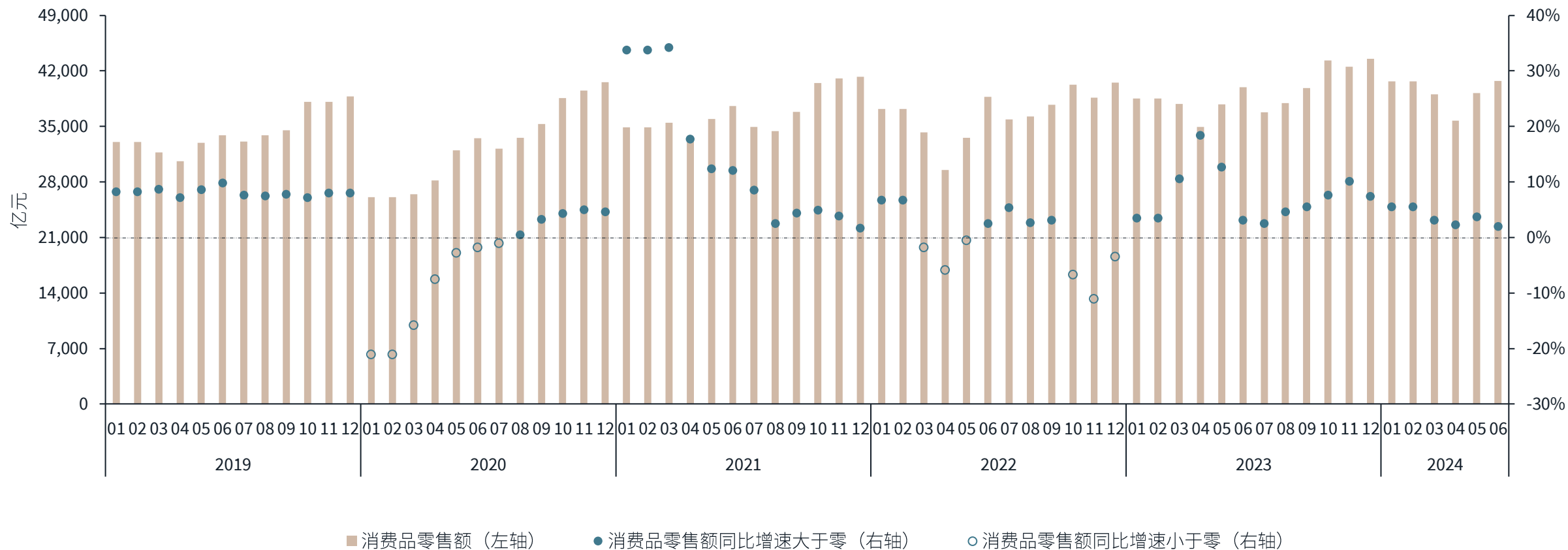
按消费类型分全国零售额同比增速（月度）



数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 社零：上半年月度社零同比保持正增长，但增速呈回落趋势

## 全国社会消费品零售总额及同比增速（月度）



注：1月和2月的当期值为1-2月累计值的平均数。

数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 社零：体育娱乐用品和通讯器材增长强劲，汽车、金银珠宝增速明显下滑

## 2024年上半年全国社会消费品零售总额及同比增速（按消费类型）

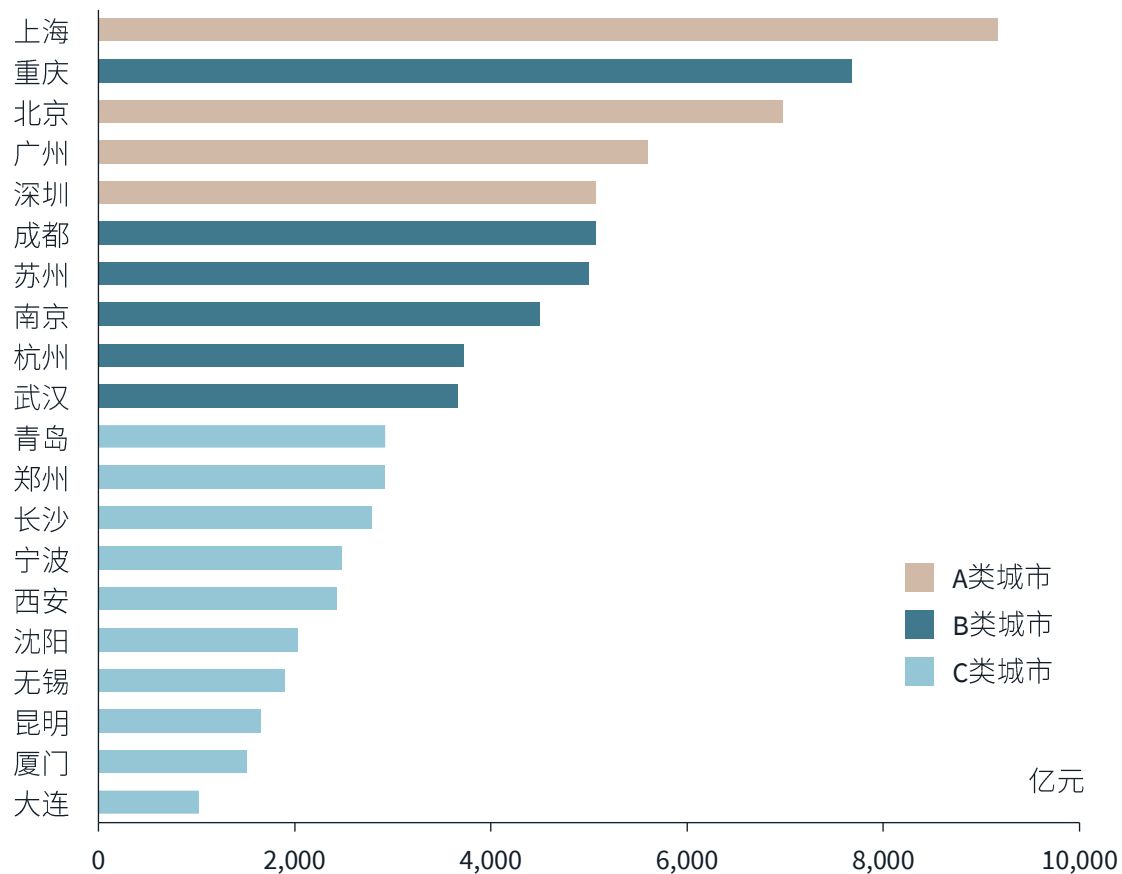
按消费类型分类	2024年1-6月累计 (亿元)	2024年1-6月同比增速 (%)	2024年1-3月同比增速 (%)	2023年1-12月同比增速 (%)
汽车类	22,962	-1.1	3.8	5.9
石油及制品类	12,026	4.1	4.5	6.6
粮油、食品类	10,353	9.6	9.6	5.2
服装、鞋帽、针纺织品类	7,098	1.3	2.5	12.9
家用电器和音像器材类	4,487	3.1	5.8	0.5
日用品类	3,923	2.3	0.7	2.7
通讯器材类	3,692	11.3	13.2	7.0
中西药品类	3,534	4.4	3.3	5.1
烟酒类	3,055	10.0	12.5	10.6
化妆品类	2,168	1.0	3.4	5.1
文化办公用品类	1,838	-5.8	-8.0	-6.1
金银珠宝类	1,725	0.2	4.5	13.3
饮料类	1,564	5.6	6.5	3.2
建筑及装潢材料类	782	-1.2	2.4	-7.8
家具类	721	2.6	3.0	2.8
体育、娱乐用品类	668	11.2	14.2	11.2

数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

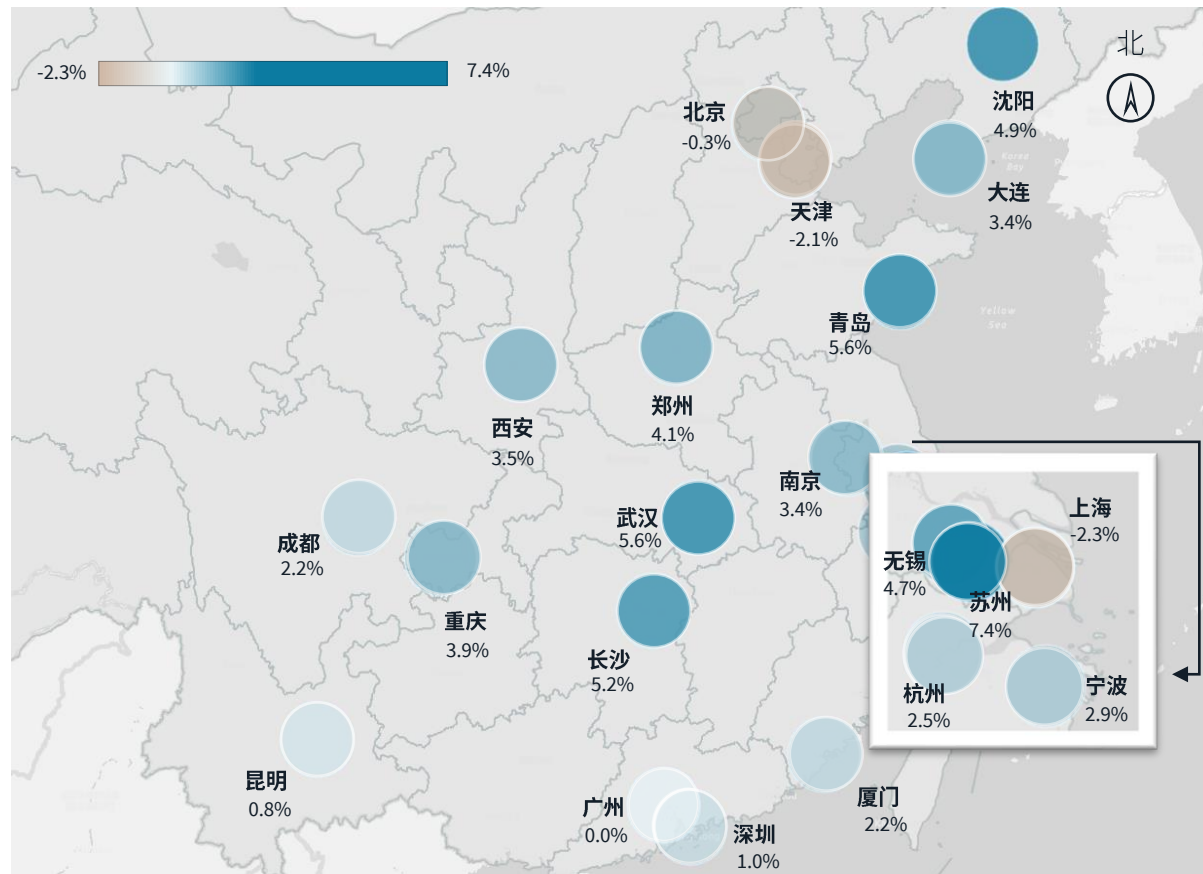


# 社零：全国多城市社零温和增长，苏州增速领跑

2024年上半年主要城市社会消费品零售总额



2024年上半年主要城市社会消费品零售总额同比增速

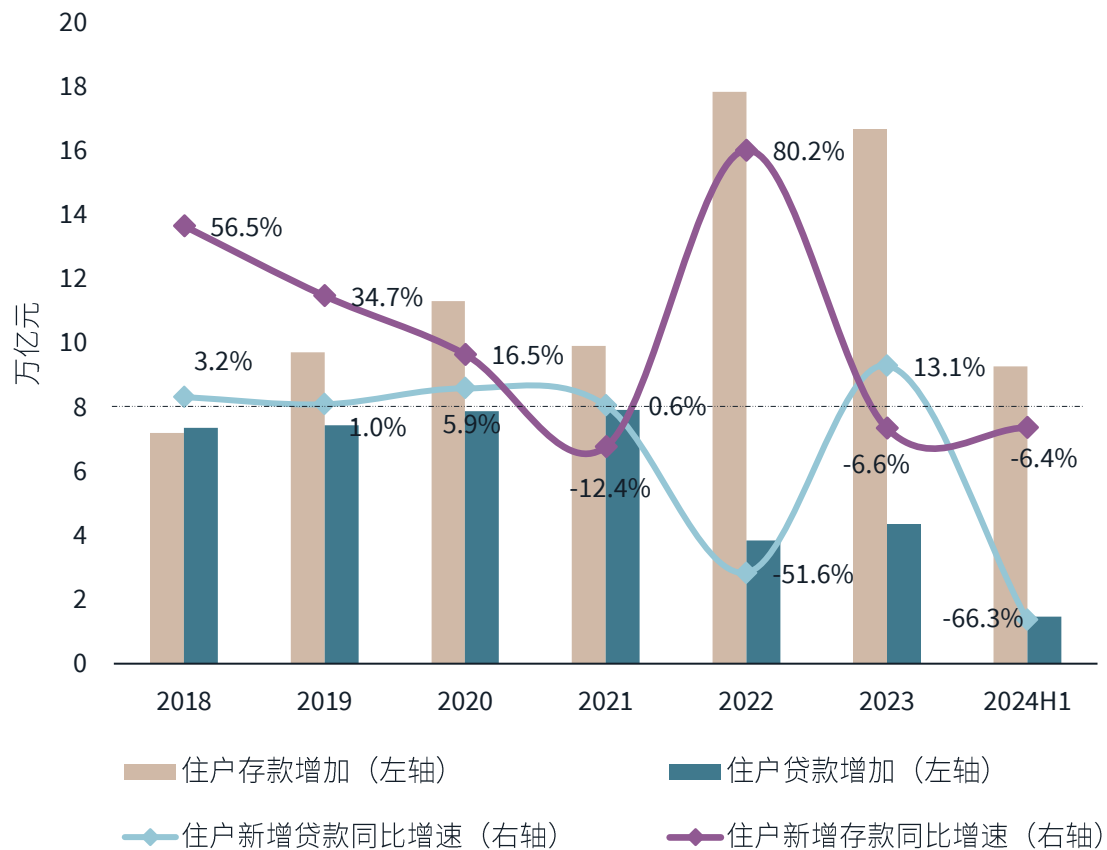


注：天津仅公布社会消费品零售总额的增速数据。

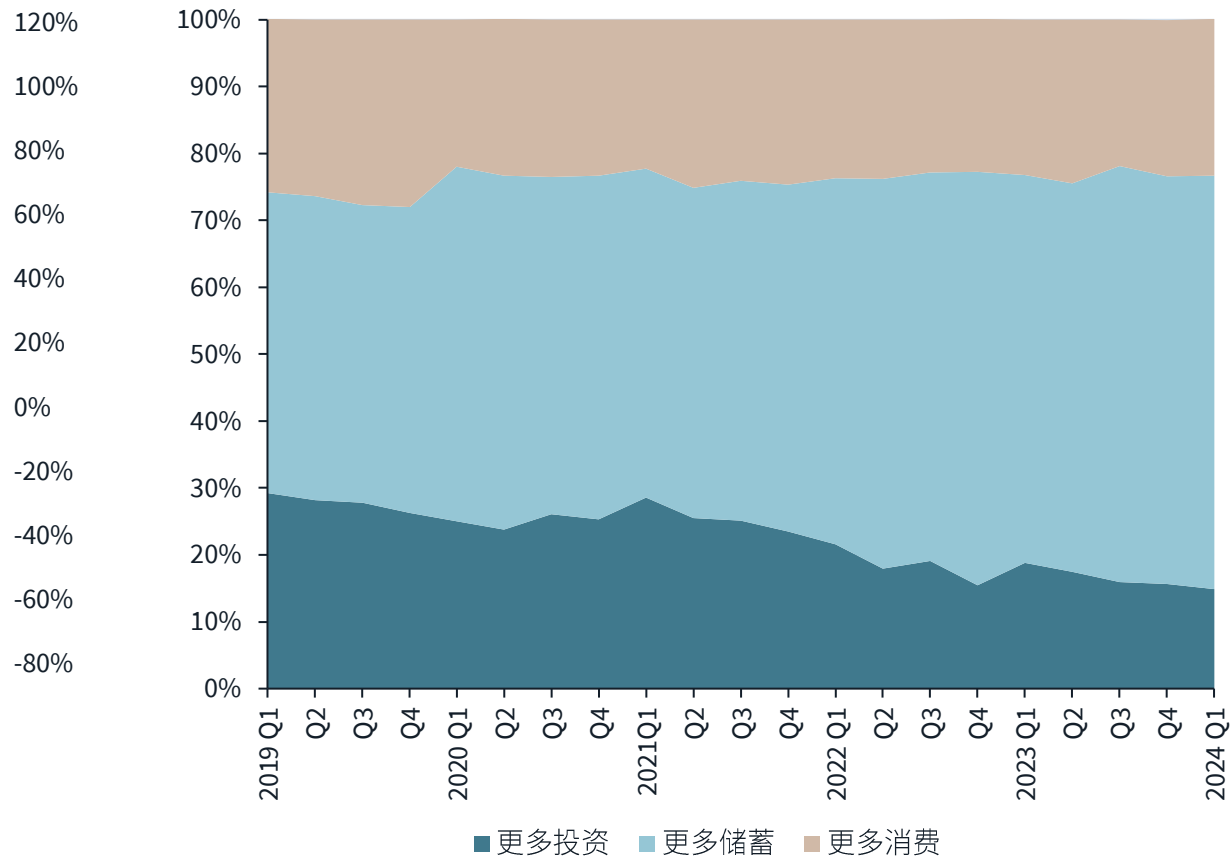
数据来源：各城市统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 消费意愿：住户新增存款远超贷款，储蓄意愿挤压消费意愿

## 中国住户新增存贷款及增速



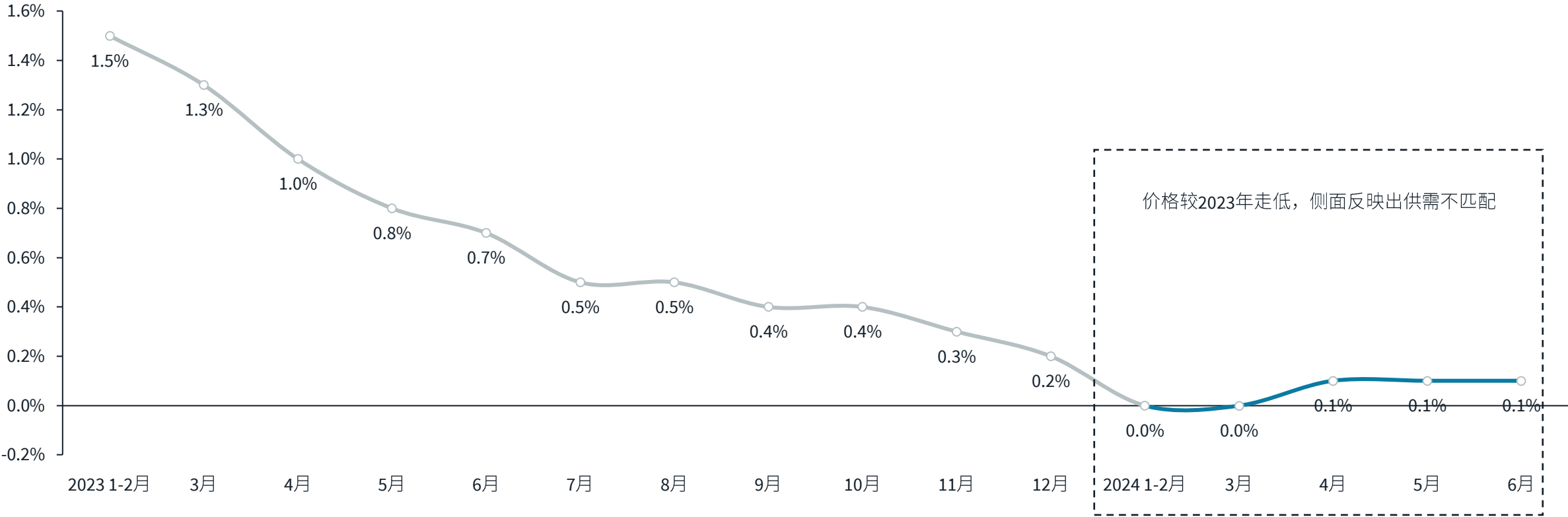
## 全国居民消费、储蓄、投资意愿



数据来源：中国人民银行，仲量联行研究部，2024年8月

# 价格指数：居民消费价格走低，侧面反映需求端疲软

全国居民消费价格指数走势（累计同比）

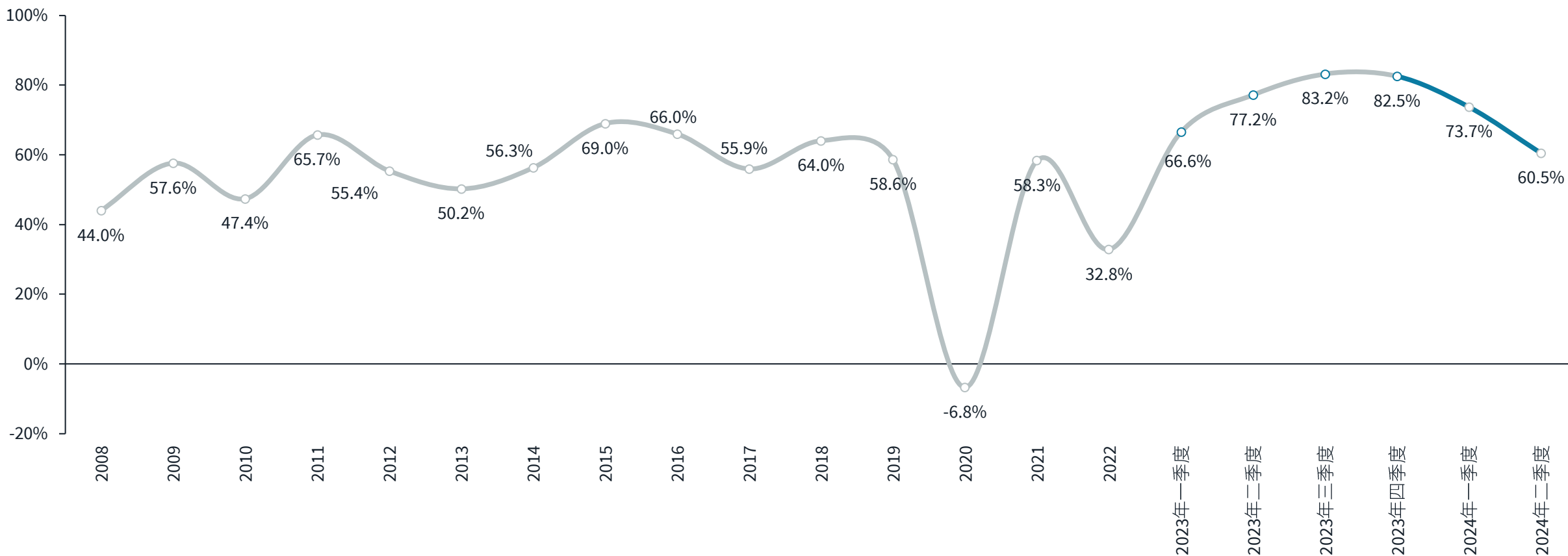


数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月



# 消费贡献率：消费对经济增长的贡献率有所下滑，但仍为主要推动力

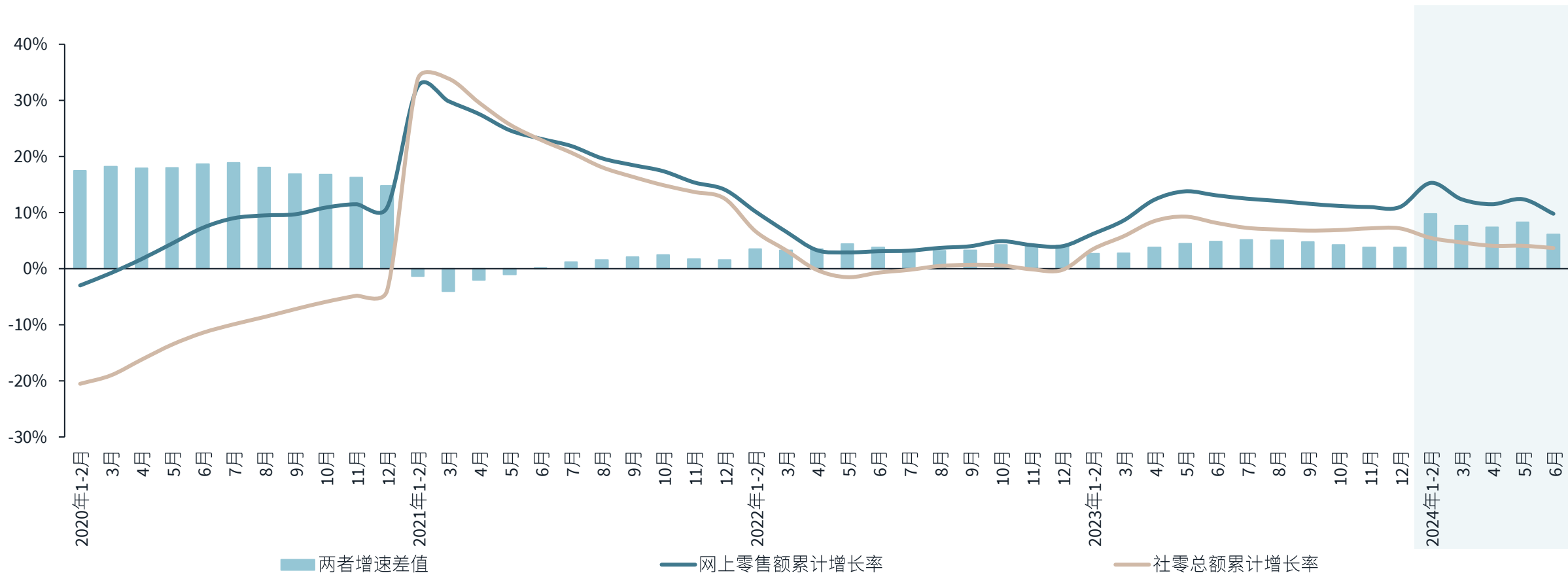
中国最终消费支出对国内生产总值增长贡献率（累计值）



数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 网上零售额：尽管线上消费增速有所回落，但仍高于社零增速

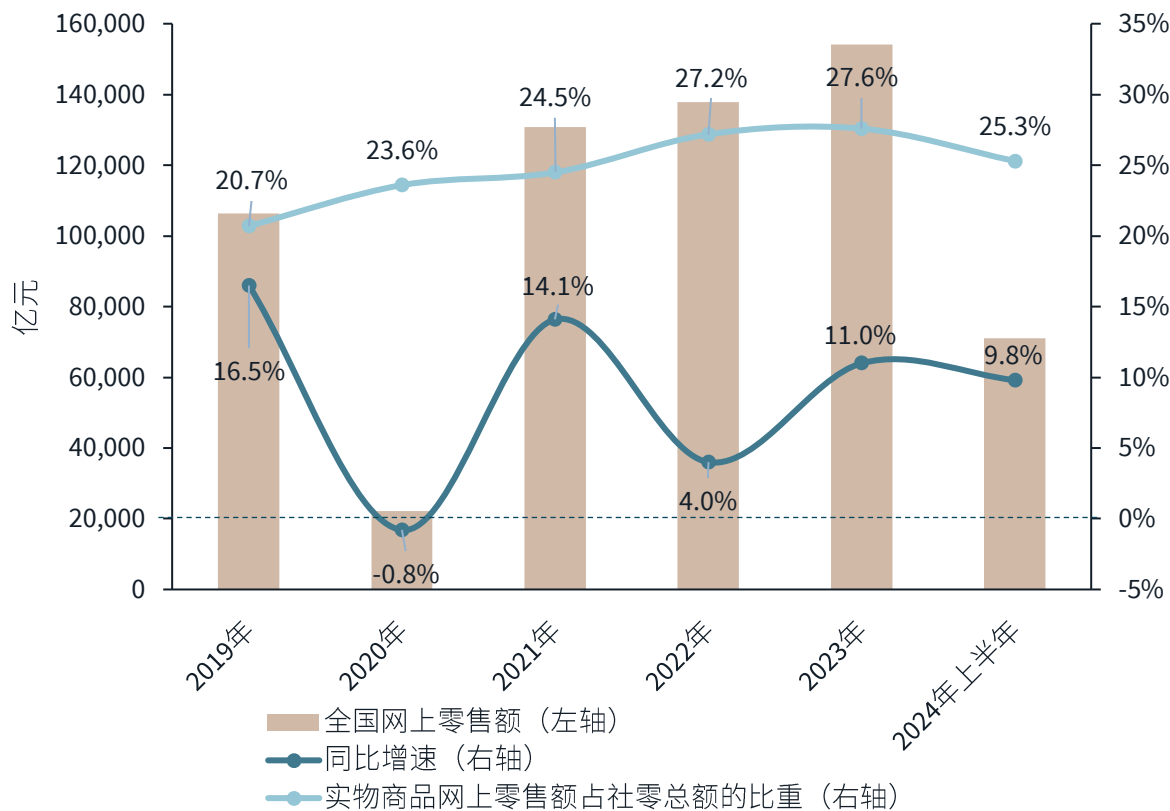
## 网上零售额与社零总额累计同比



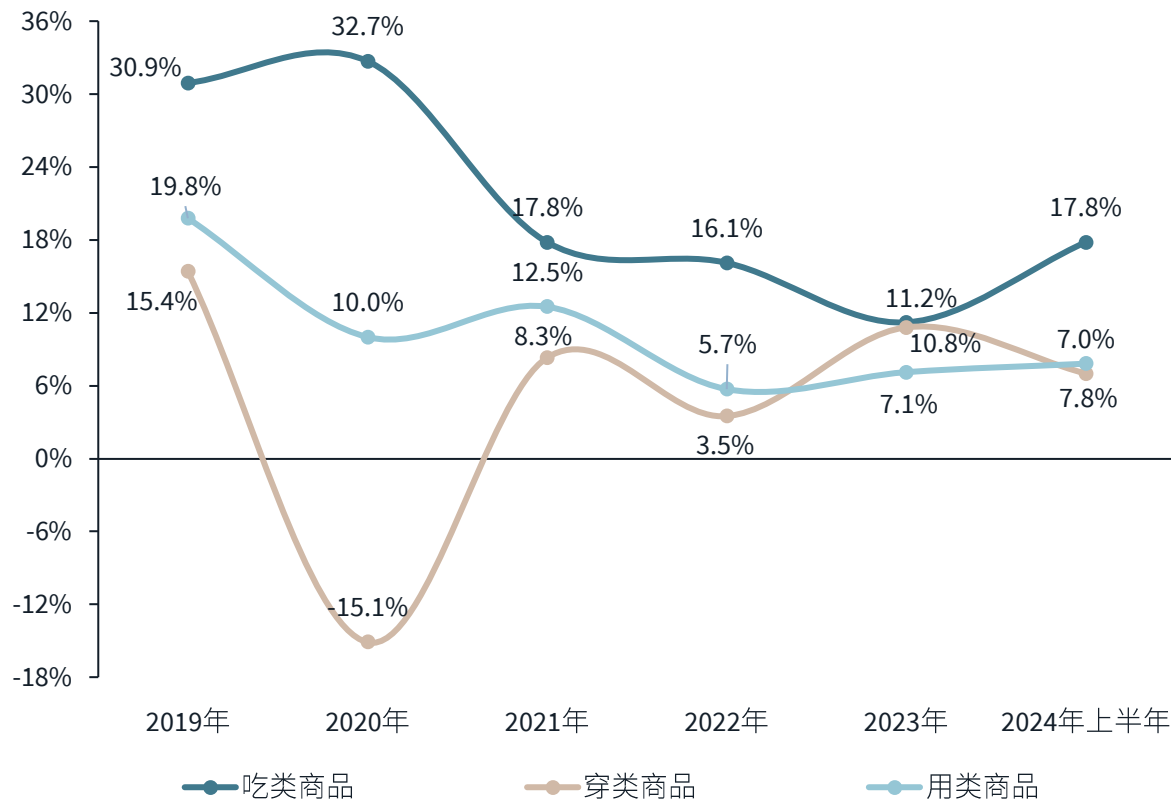
数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 网上零售额：线上消费保持增长，其中吃类商品增幅明显

全国网上零售额、同比增速及实物商品网上零售额占社零比重



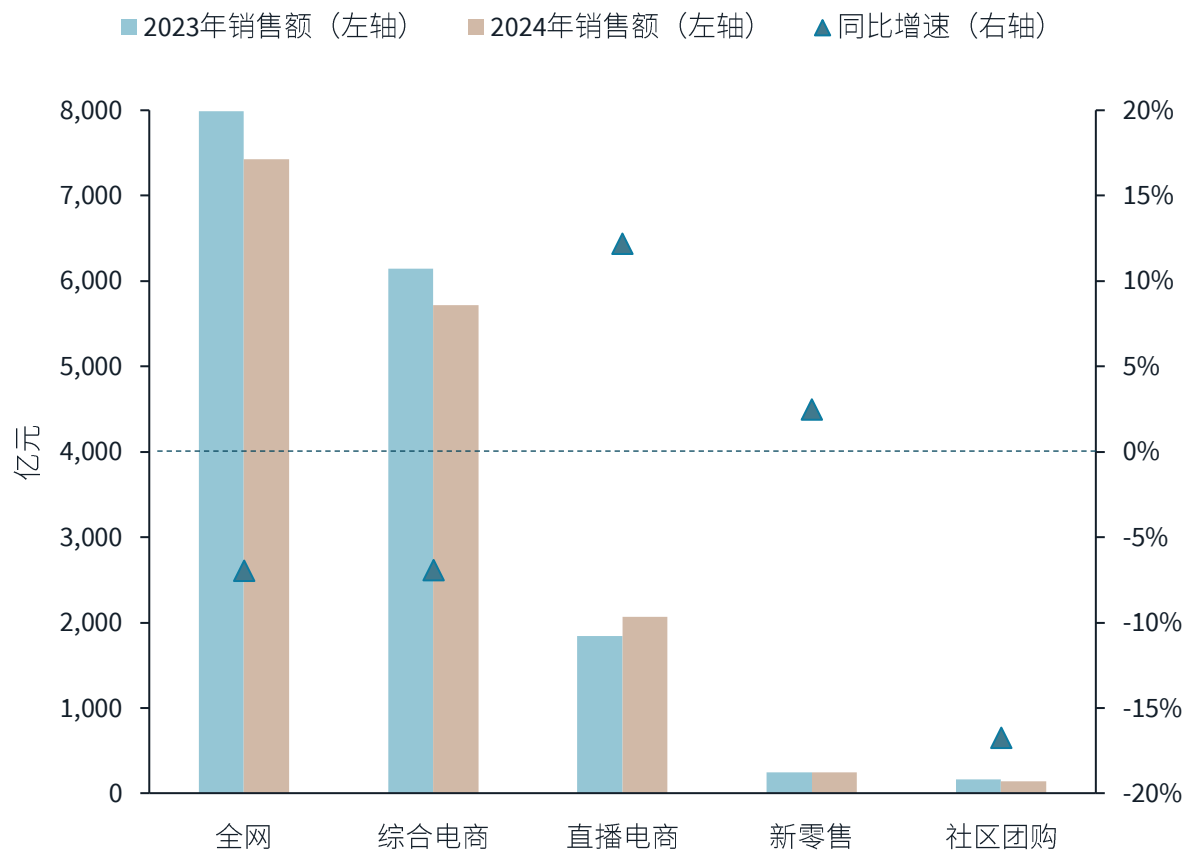
实物商品网上零售额增速 (按类别)



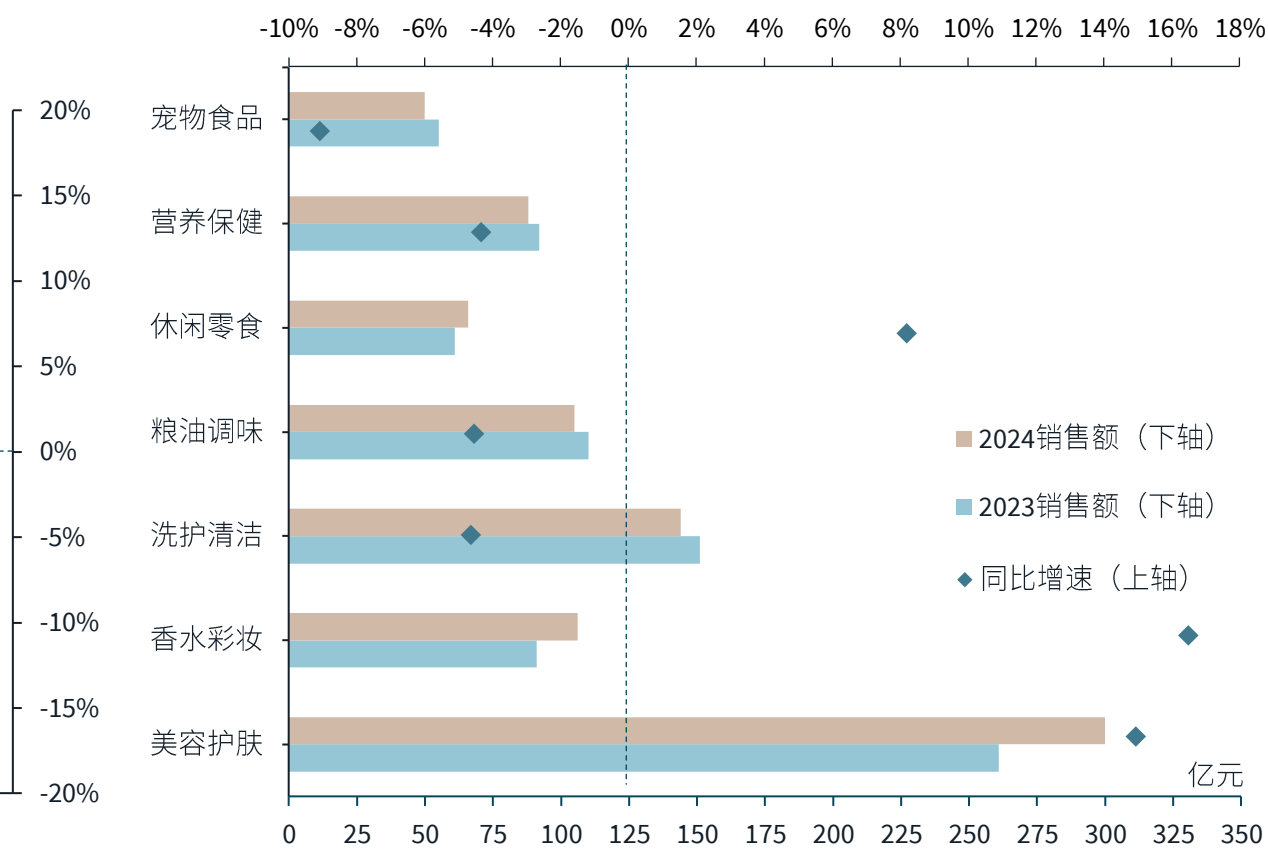
数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 618：需求不足致全网销售额下滑，直播电商与新零售赛道逆势增长

## 618年中购物节销售额及同比增速



## 618年中购物节按品类销售额及同比增速\*

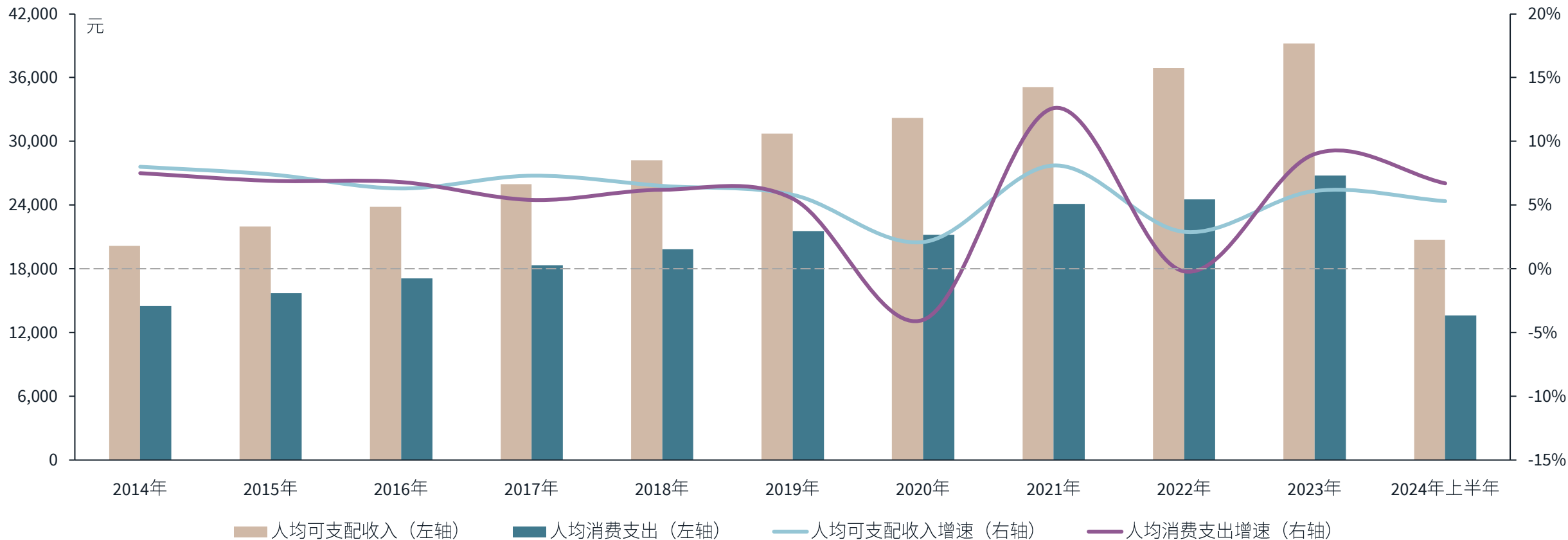


注：\*数据仅含综合电商平台及点淘。

数据来源：星图数据，仲量联行研究部，2024年8月

# 收支：居民支出增速连续两年高于可支配收入增速

## 中国居民人均收入与支出及同比增长率



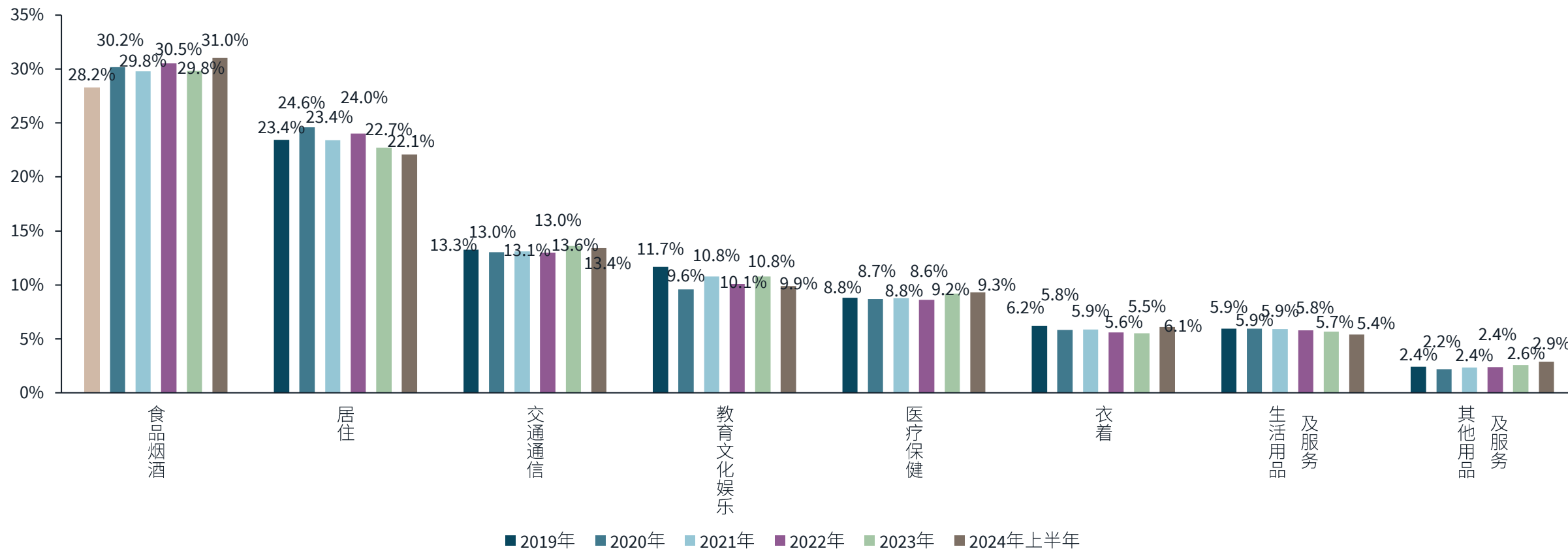
注：增速均为扣除价格因素的实际增速。

数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月



# 支出构成：居住支出占比下降，食品烟酒、衣着、医疗保健等占比回升

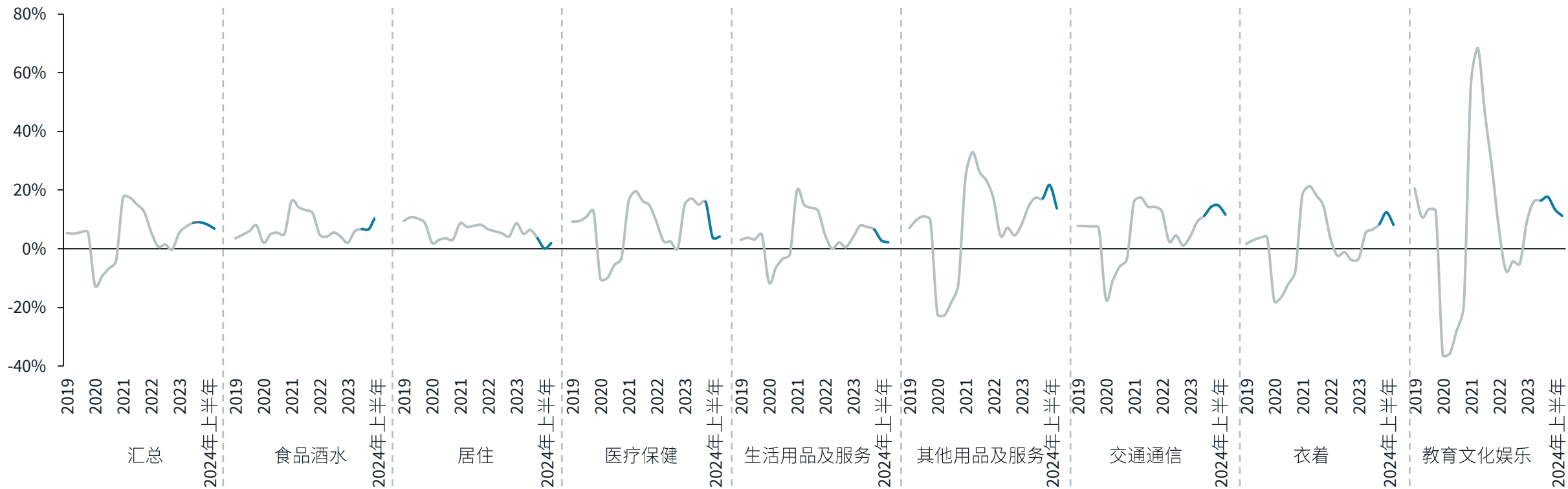
## 居民人均消费支出构成



数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 支出构成：总体支出增速放缓，食品酒水、居住、医疗保健支出逆势上扬

中国居民各类消费支出累计同比增速变化



数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# | 零售物业市场

# 仲量联行中国优质零售房地产市场概况



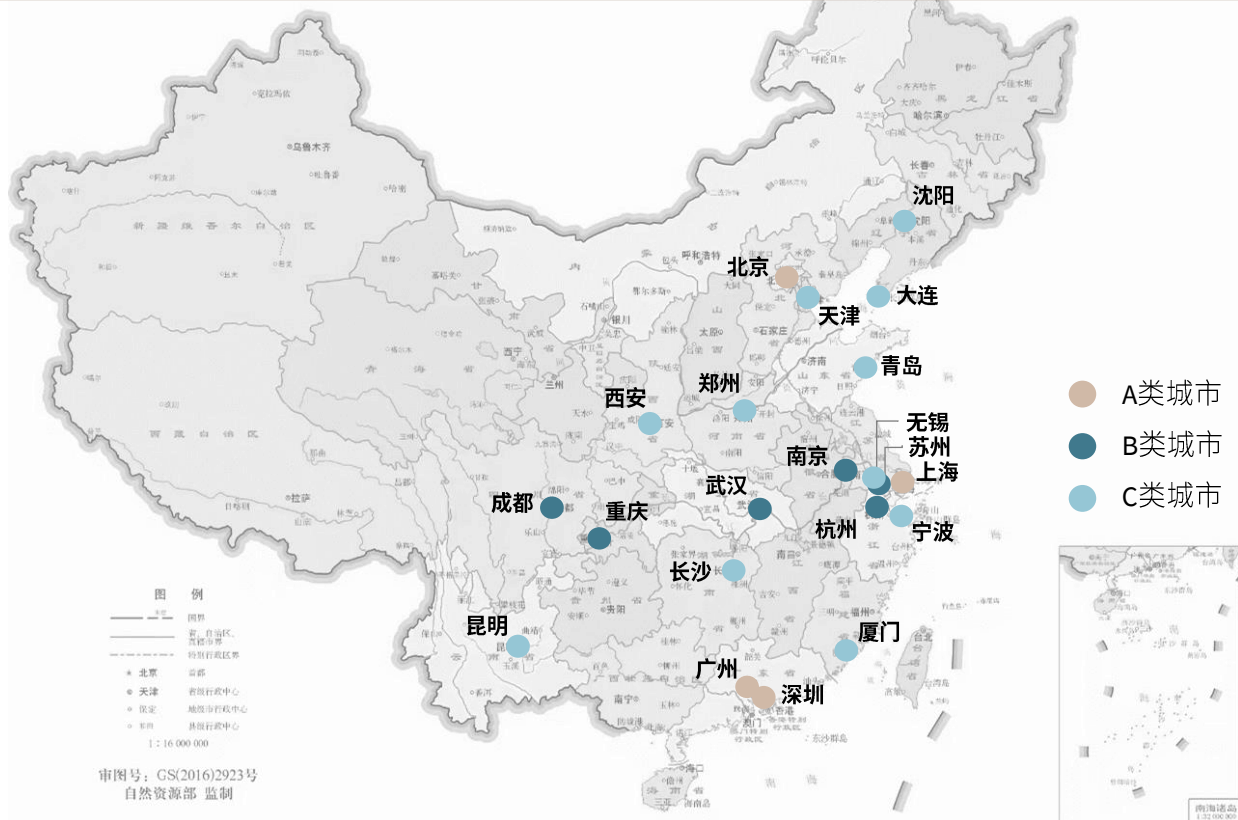
覆盖城市：21个



追踪项目：1,600+



零售面积：1.44 亿平方米



## A类城市

### 一线城市 (4个)

北京、上海、广州、深圳

## B类城市

### 除一线城市外，GDP排名前10的城市 (6个)

成都、武汉、重庆、南京、杭州、苏州

## C类城市

### 其他1.5线或二线城市 (11个)

西安、沈阳、青岛、长沙、宁波、天津、郑州、昆明、大连、厦门、无锡

	总存量 (平方米)	新增供应 (平方米)	租金 累计增速	空置率	空置率累计增速 (百分点)
全国	143,641,000	2,856,000	-0.7%	10.3%	-0.3
A类城市	44,842,000	1,015,000	-0.0%	7.1%	-0.3
B类城市	48,874,000	1,437,000	-1.0%	10.8%	-0.4
C类城市	49,924,000	484,000	-1.1%	12.6%	-0.2

注：下文所有分析沿用此城市分类。总存量和新增供应四舍五入至千位，加总或有误差。

数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 2024年上半年中国优质零售物业市场重点城市数据总览

## A类城市

	总存量 (平方米)	新增供应 (平方米)	租金累计增速	空置率	空置率累计增速 (百分点)
上海	16,437,000	90,000	-1.8%	11.1%	0.1
北京	15,531,000	768,000	2.9%	5.6%	-0.6
深圳	7,412,000	41,000	-1.1%	2.8%	-0.2
广州	5,462,000	116,000	-1.4%	5.0%	-0.5

## B类城市

	总存量 (平方米)	新增供应 (平方米)	租金累计增速	空置率	空置率累计增速 (百分点)
成都	11,961,000	489,000	-0.9%	11.3%	-0.9
武汉	9,259,000	412,000	-0.7%	13.2%	0.2
重庆	9,094,000	345,000	-1.1%	13.9%	-1.4
南京	6,385,000	126,000	-1.5%	4.1%	0.5
杭州	6,346,000	65,000	-0.7%	8.9%	-0.8
苏州	5,830,000	0	-1.4%	10.9%	0.4

## C类城市

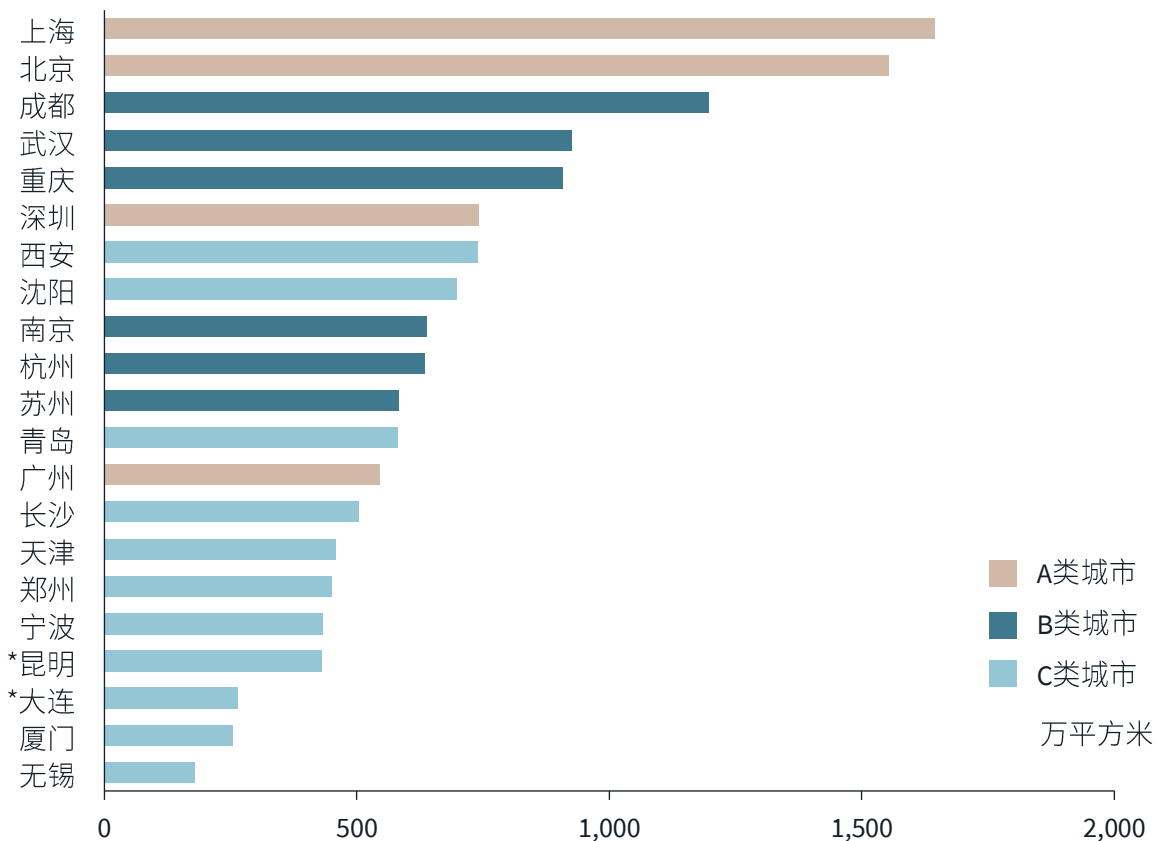
	总存量 (平方米)	新增供应 (平方米)	租金累计增速	空置率	空置率累计增速 (百分点)
西安	7,395,000	215,000	-0.9%	11.4%	0.1
沈阳	6,988,000	0	-1.0%	18.0%	-0.4
青岛	5,808,000	0	-1.8%	8.1%	-0.7
长沙	5,045,000	50,000	-0.7%	10.8%	0.3
天津	4,572,000	139,000	-0.5%	12.6%	-0.3
郑州	4,496,000	80,000	-0.8%	12.4%	-0.6
宁波	4,335,000	0	-1.4%	13.1%	-0.5
昆明	4,311,000	0	0.0%	14.9%	0.0
大连	2,636,000	0	0.0%	14.0%	0.0
厦门	2,553,000	0	-5.1%	6.6%	0.1
无锡	1,787,000	0	-1.4%	15.1%	0.8

注：大连更新至2023年第三季度，昆明更新至2023年第四季度；总存量和新增供应四舍五入至千位，加总或有误差。

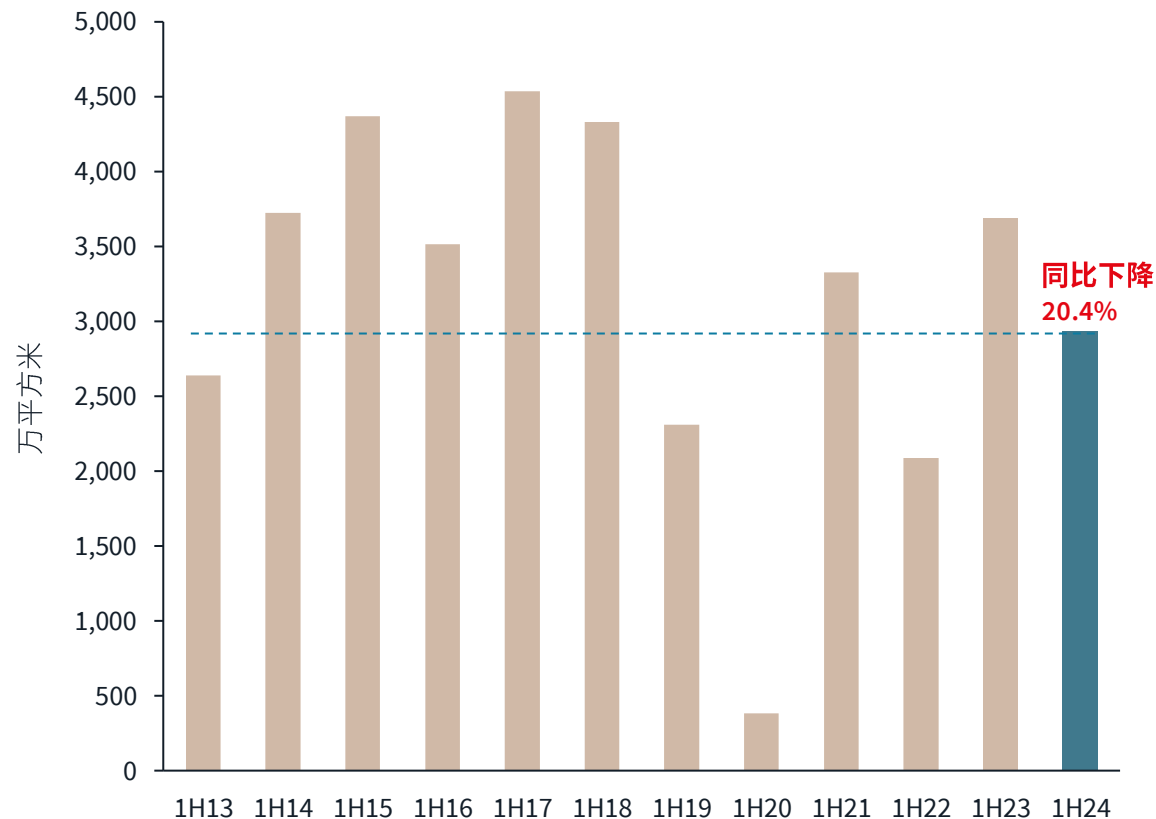
数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 全国供应：高存量压力加剧市场竞争，上半年供应量同比下滑

## 2024年上半年全国主要城市优质零售存量



## 全国优质零售物业市场供应

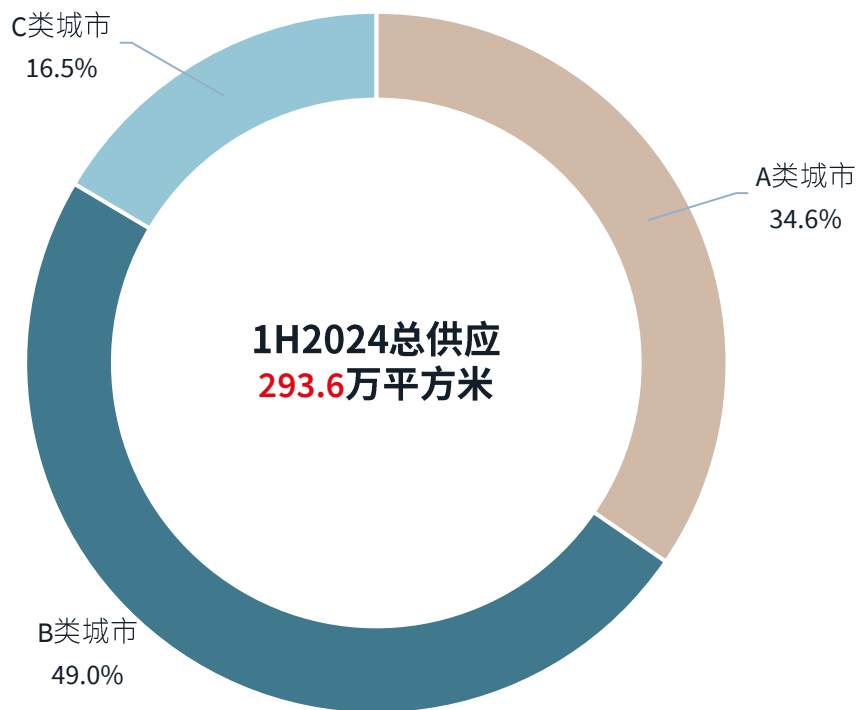


注：\*大连更新至2023年第三季度，昆明更新至2023年第四季度；总存量和新增供应四舍五入至千位，加总或有误差。

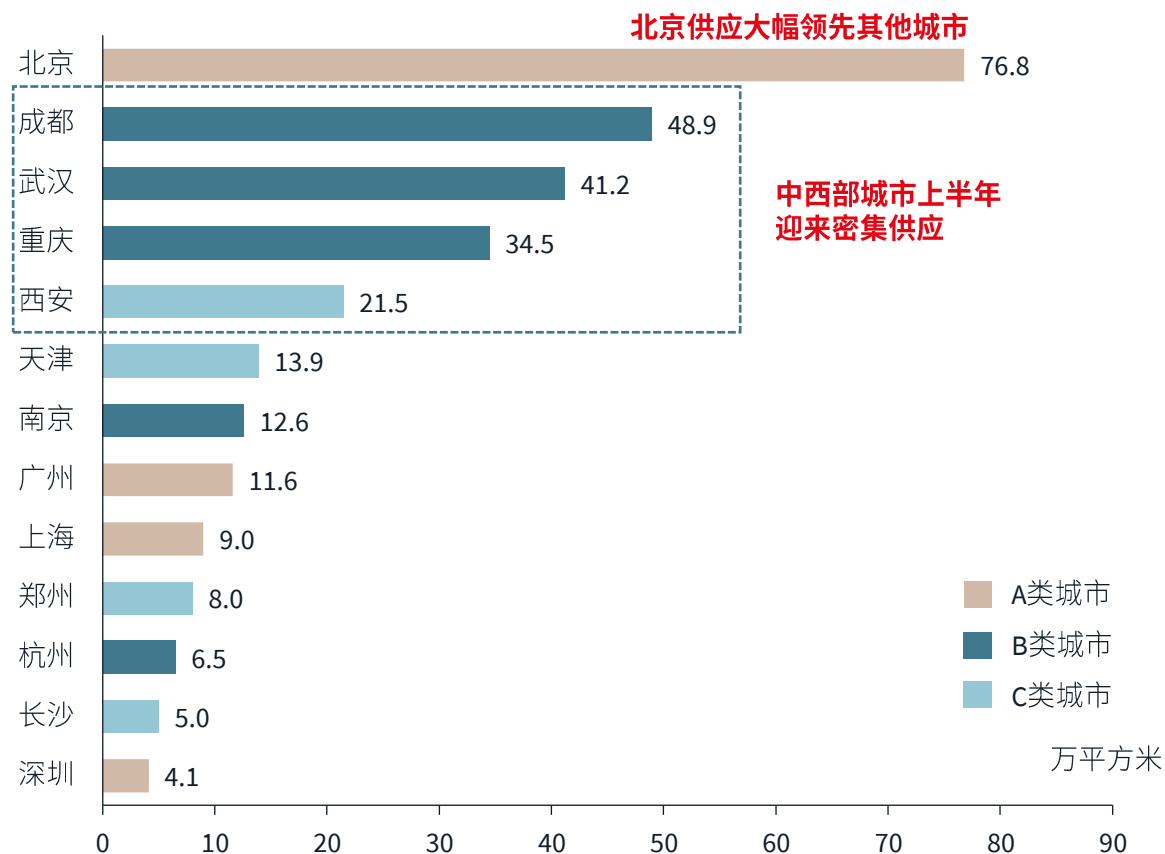
数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 全国供应：中西部城市供应加速，北京供应保持强劲

## 2024年上半年中国主要城市优质零售物业新增供应分布



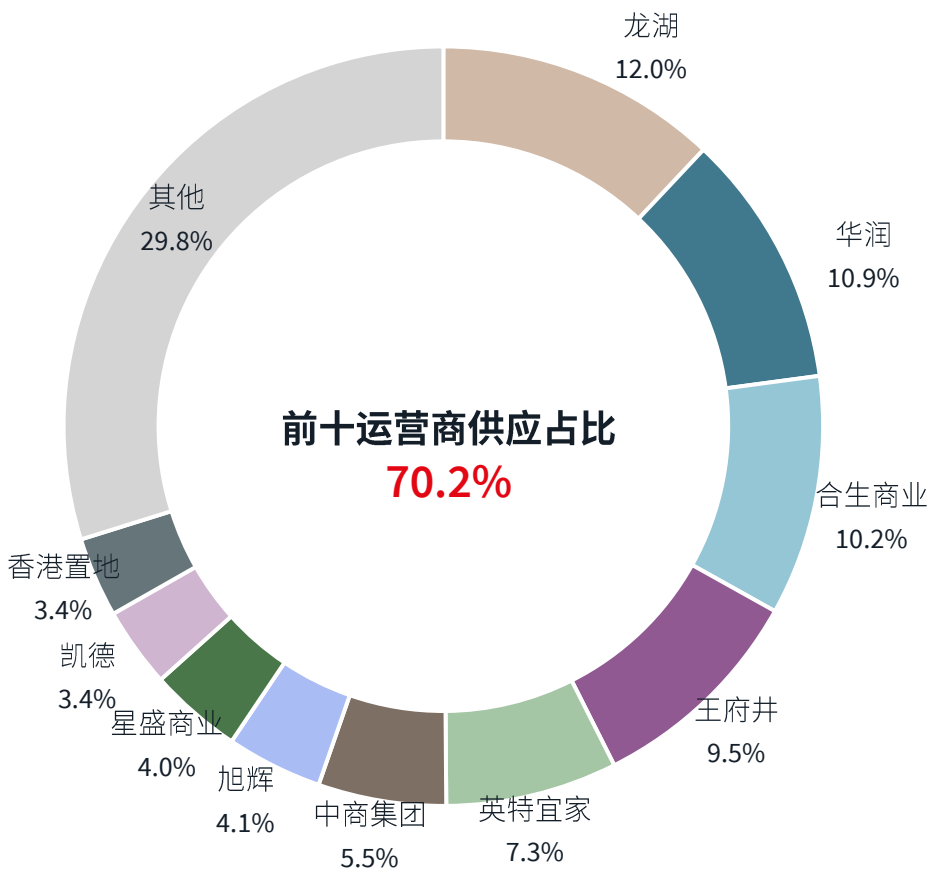
## 2024年上半年度主要城市优质零售物业新增供应



数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 全国供应：优质运营商主导新增供应，排名前十运营商供应占比超七成

2024年上半年新增供应按运营商占比



2024年上半年全国优质零售市场新增项目



数据来源：仲量联行研究部，2024年8月



# 全国供应：非标项目引领消费场景高品质创新，探索多元空间的可能性

## 2024年上半年新增非标项目代表

### 上海 | 上生新所2期

开业时间：2024年二季度

零售建筑面积：约1.3万平方米

运营商：万科

特点：融合花园景观与工业风街区，打造建筑与自然共生的“都市森林”

代表品牌：

Ozark Hub

Reebok&nautica

Jump+Joy

Blue Bottle Coffee

开吉茶馆

Pizzeria



### 上海 | EKA天物

开业时间：2024年二季度

零售建筑面积：约7.5万平方米

运营商：嘉韵投资

特点：改造中船历史工业建筑，成为集艺术、文化与商业潮流新地标

代表品牌：

兰巴赫

SOMEWHERE

Casa Pagoda

Peet's Coffee

Paulmann

Blantmonc



### 北京 | The Box朝外B馆

开业时间：2024年二季度

零售建筑面积：约1.8万平方米

运营商：盈展

特点：聚焦年轻客群，打造文化体验、潮流运动、社交活动首选地

代表品牌：

茑屋书店

香蕉攀岩

开心麻花

Madverse

One Moment

糖泡芋泥脑袋



### 成都 | CPI岛

开业时间：2024年一季度

零售建筑面积：约1.3万平方米

运营商：万华

特点：“自然野生花园式”独栋商业集群坐落于岛屿之上

代表品牌：

Snow Peak

SND

eggsinn

Bake No Title

jojo&nana

Haus 101



### 成都 | 此地CyPARK

开业时间：2024年二季度

零售建筑面积：约4.4万平方米

运营商：赛元

特点：骑行主题商业，与城市骑行道无缝接驳的半围合式开放街区

代表品牌：

MUCHBIKE

Undeafated

On昂跑

nice rice

Grid Coffee

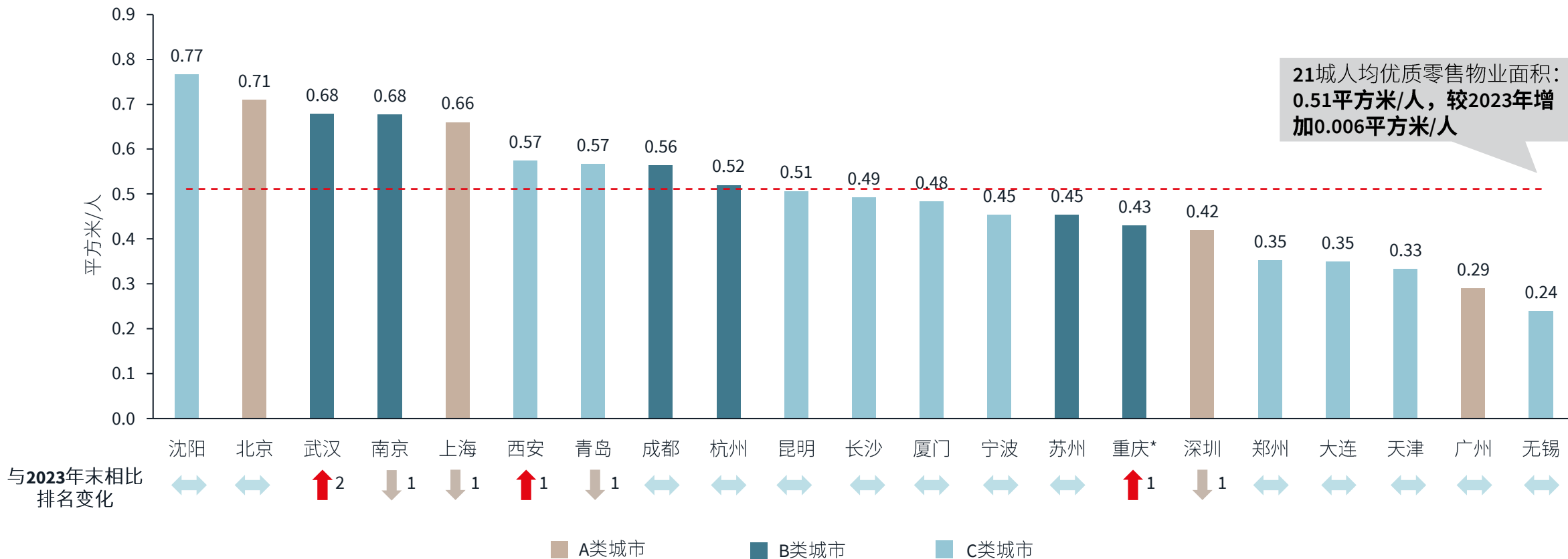
KOLOR



数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 人均零售面积：二季度中西部城市新项目密集入市，致人均面积排名上涨

## 中国主要城市人均优质零售物业面积

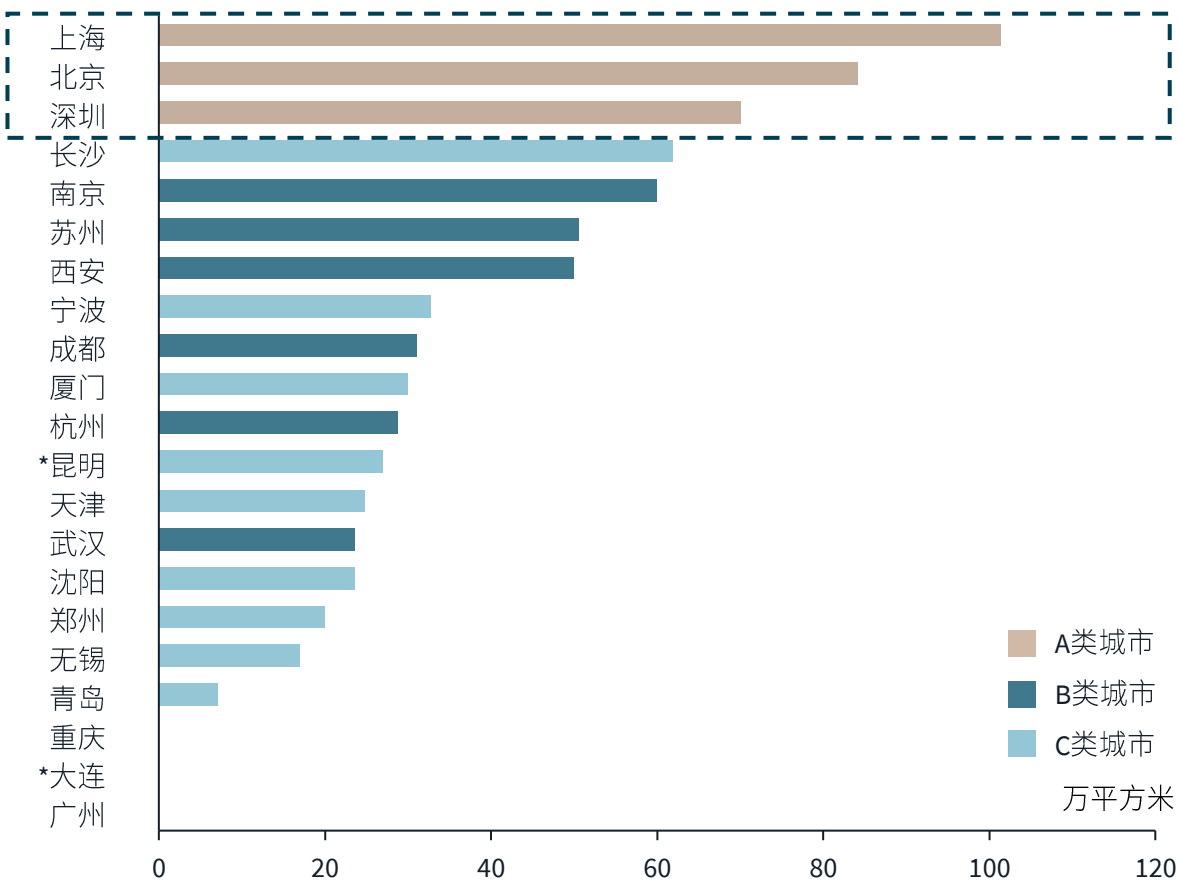


注：大连数据截止到2023年第三季度，昆明数据截至到2023年第四季度，人口数为七普常住人口；\*重庆人口数据调整为重庆主城都市区常住人口。

数据来源：各城市统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 短期供应：一线城市下半年供应高企，多个高端和地标项目将入市

2024年下半年中国主要城市优质零售物业新增供应预测



2024年下半年中国主要城市部分优质零售项目

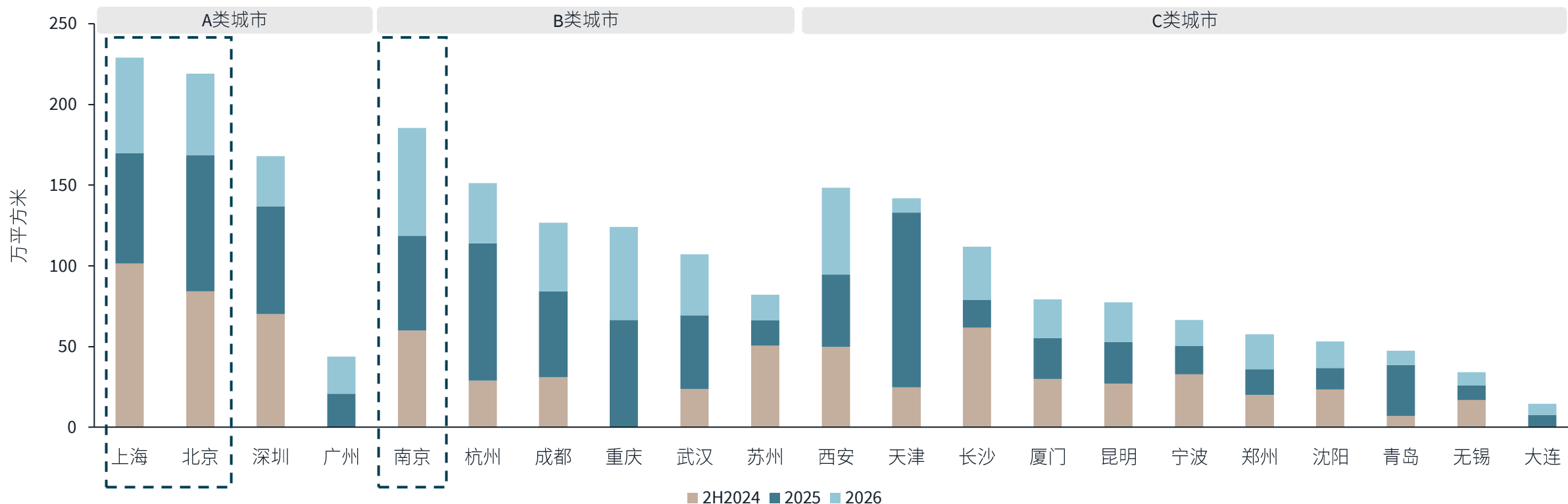


注：\*大连更新至2023年第三季度，昆明更新至2023年第四季度。重庆、大连、广州下半年无新增供应。\*\*武汉SKP已于7月26日开业

数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 长期供应：上海、北京、南京面临较大供应压力

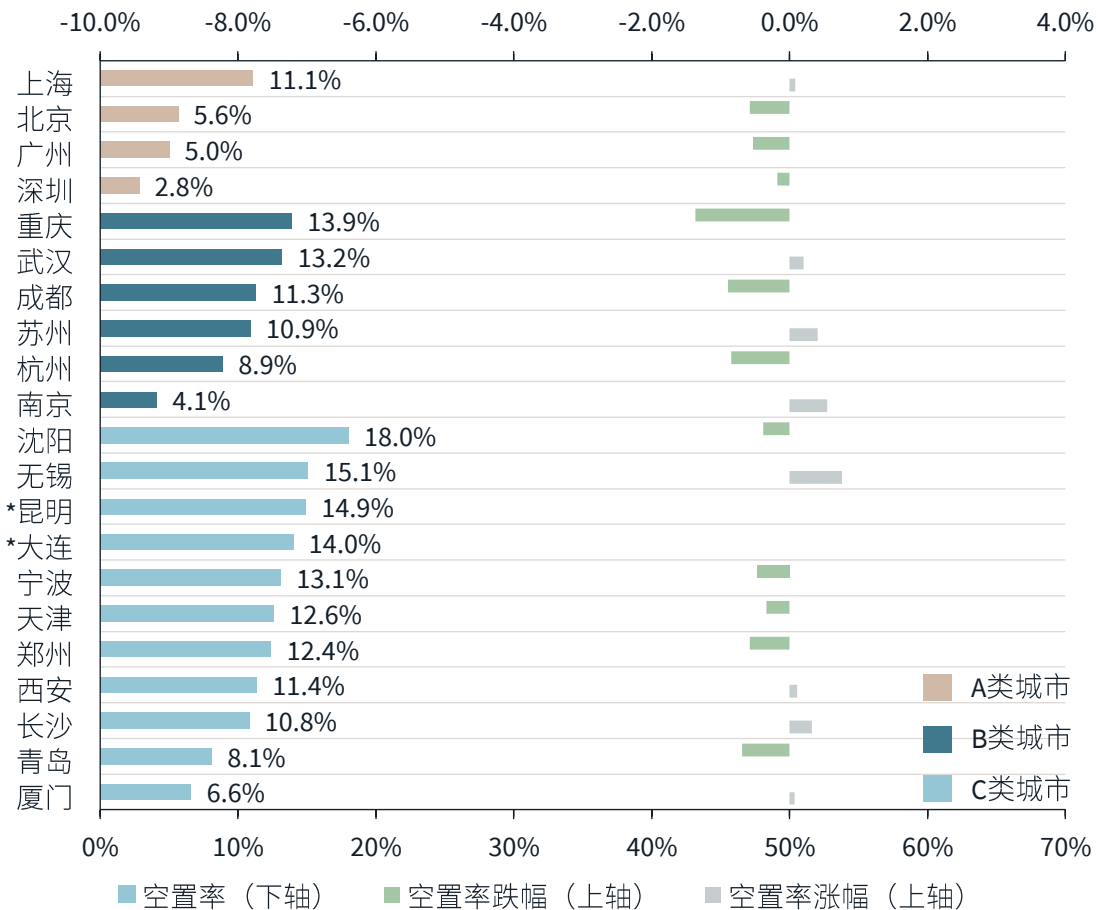
2024年下半年至2026年中国主要城市优质零售物业新增供应预测



数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

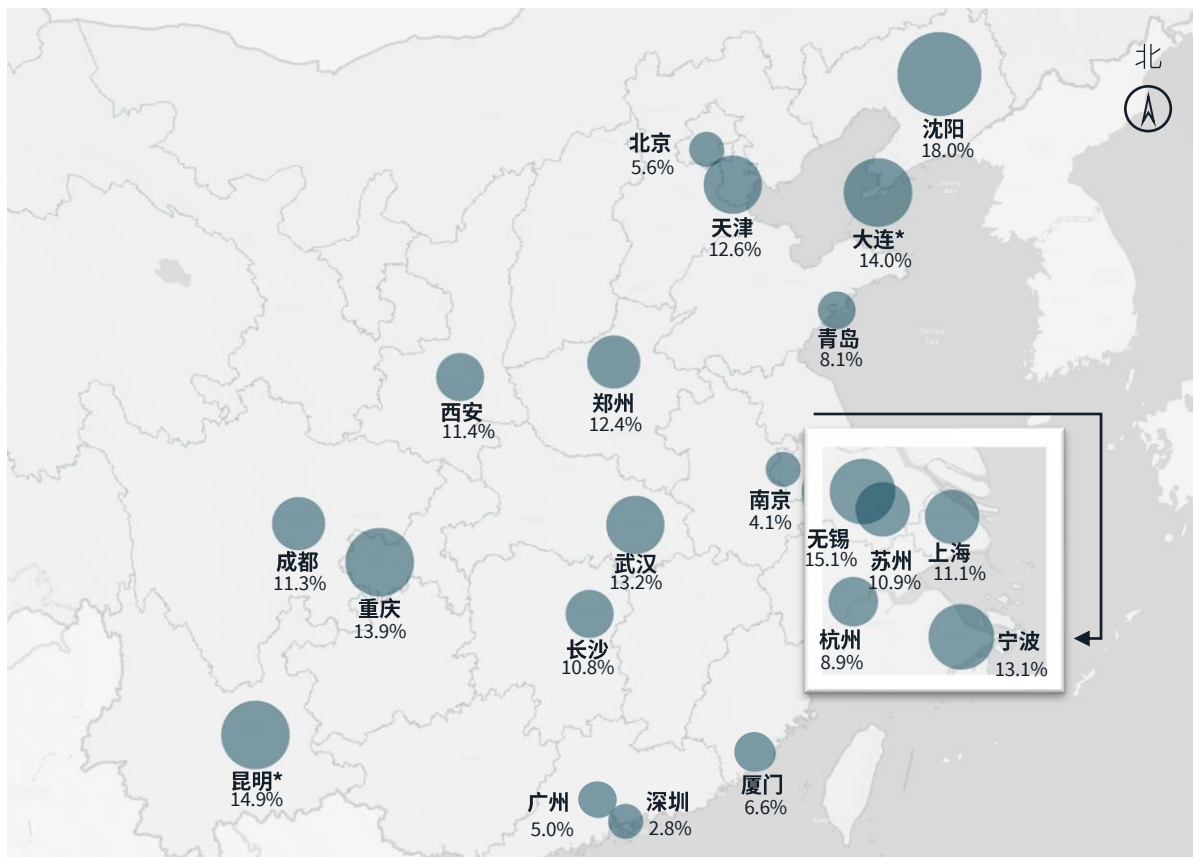
# 空置率：上半年超半数主要城市空置率有所下降

## 2024年上半年主要城市优质零售物业空置率及累计变化



注：\*大连更新至2023年第三季度，昆明更新至2023年第四季度。

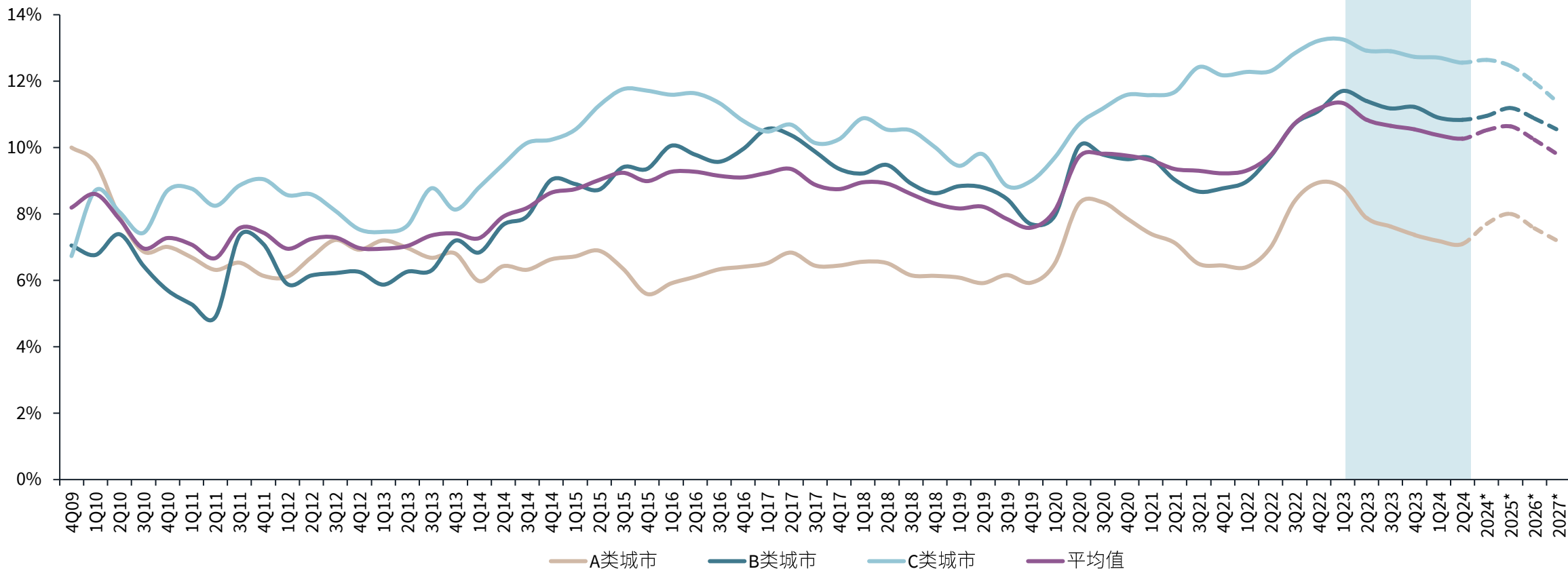
## 2024年上半年主要城市优质零售物业空置率



数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 空置率：连续五个季度下降，但市场仍承压，高供应下空置将短暂反弹

## 各类城市空置率走势



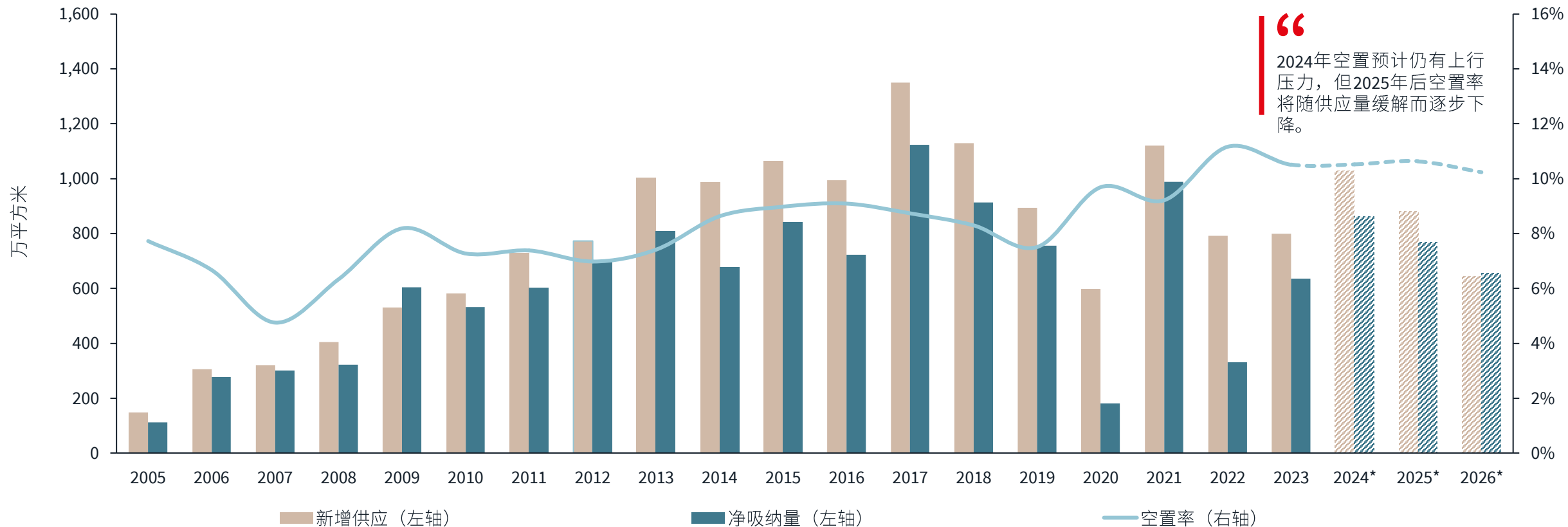
注：\*为预测值。

数据来源：仲量联行研究部，2024年8月



# 供需分析：短期高供应，空置压力大；25年后供应压力减小，空置将改善

## 全国优质零售物业市场供应及空置率



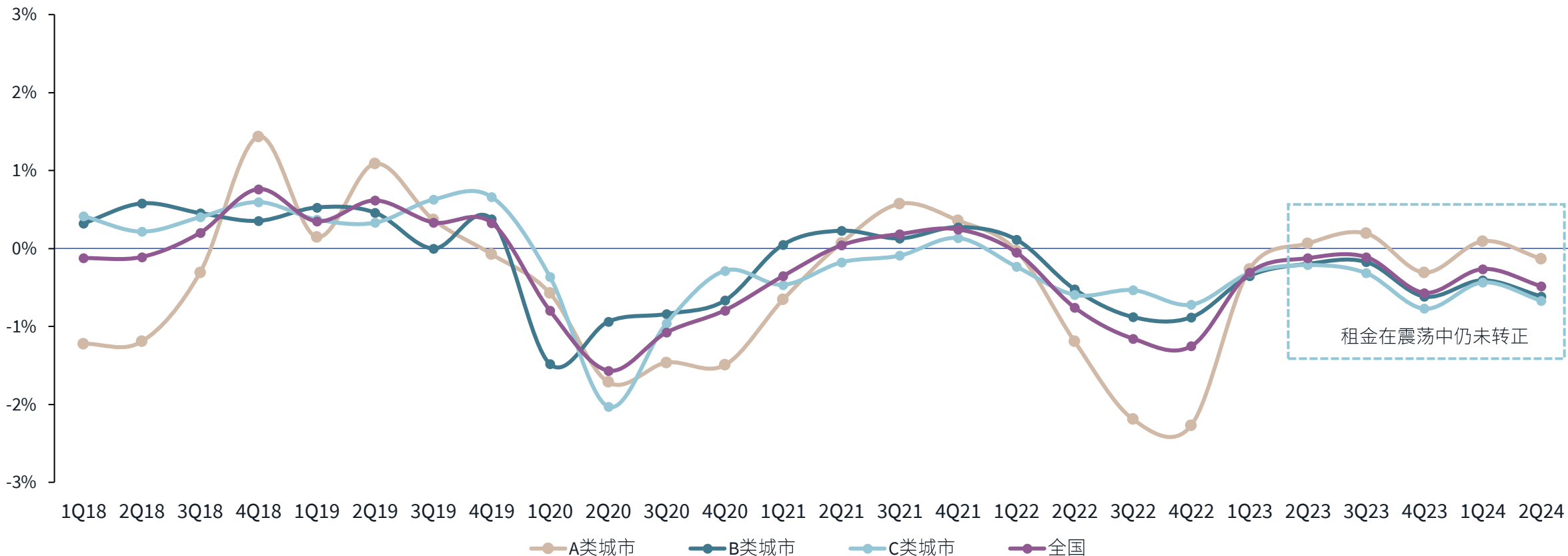
“  
2024年空置预计仍有上行压力，但2025年后空置率将随供应量缓解而逐步下降。”

注：\*为预测值。

数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 全国租金：一线租金短暂回正后下跌，整体租金在震荡中下行

中国主要城市优质零售物业平均首层租金季度环比变化



注：租金变化为同样本变化。

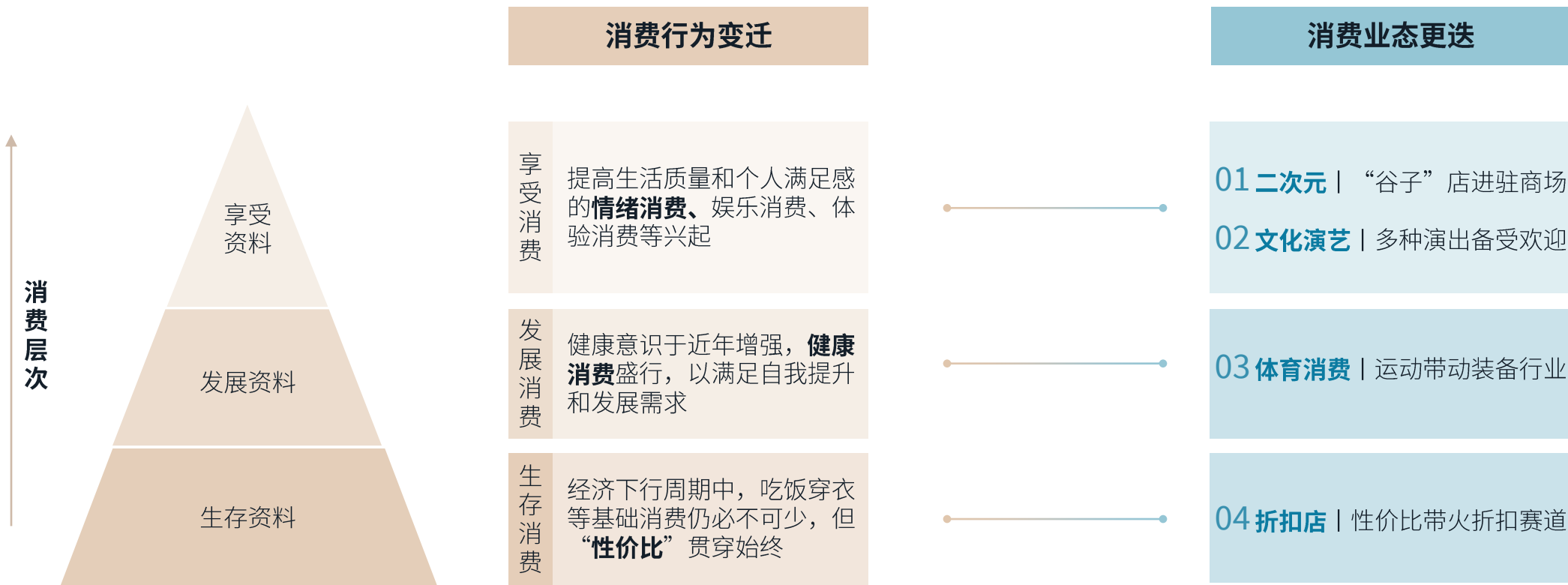
数据来源：仲量联行研究部，2024年8月



# | 消费趋势

# 03

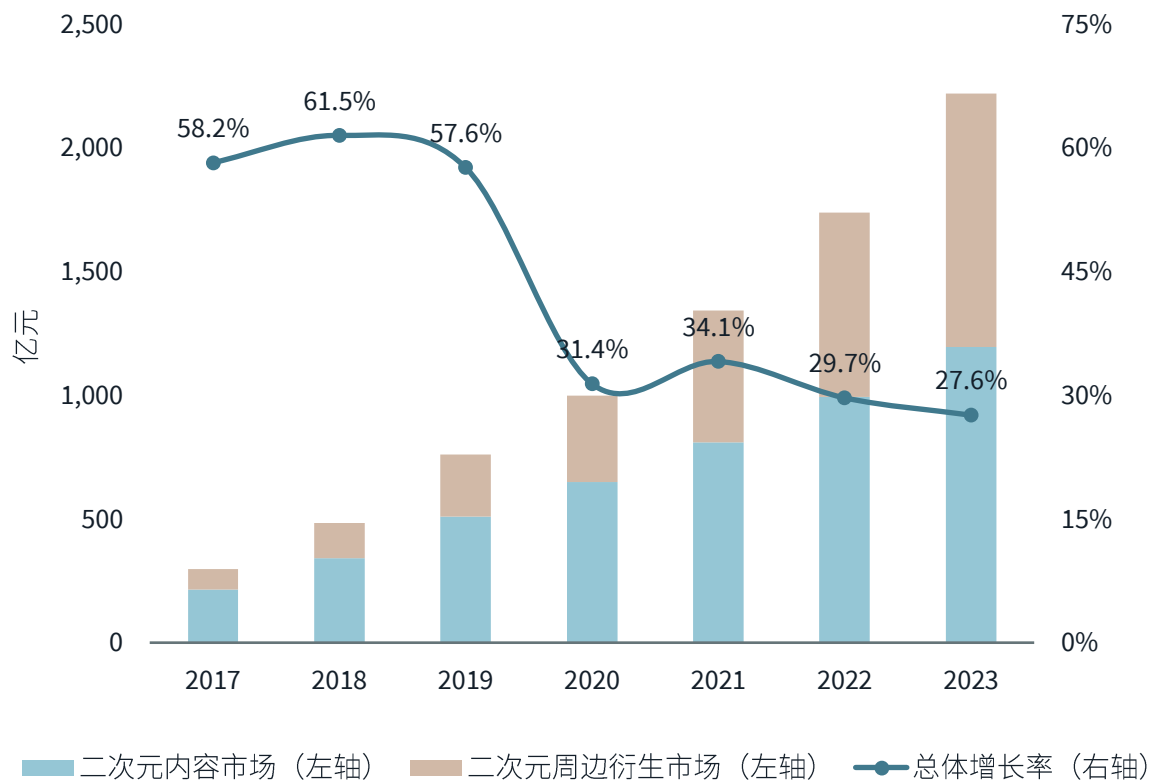
# 从消费者行为变迁，看消费业态更迭



数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

# 二次元：情绪消费和IP价值不断被挖掘，二次元消费增长迅速

## 2017-2023年中国泛二次元市场规模及增长率



注：\* “谷子”由“Goods”（商品）音译而来，代指带有二次元IP属性的徽章、立牌、海报等周边商品。  
 \*\*所有品牌门店数量均包含即将开业门店，不含快闪店，统计时间截止7月23日。

## 部分“谷子”店\*门店数量和扩张计划（不完全统计）

品牌	类别	当前门店数量**	2024年扩店计划
潮玩星球	周边	127	80-100
谷谷逛谷	周边	30	未透露
GoodsLove	周边、餐饮	47	未透露
Boom Comic	周边	44	50+
漫库	漫画、周边	21	10家旗舰店，50家标准店
三月兽（包含mini）	周边	24	30+

## 上半年部分连锁“谷子”店城市首店布局情况

- Boom Comic | 常州 | 长沙 | 广州 | 武汉 | 重庆 | 恩施 | 宜昌 | 西安 | 杭州
- GoodsLove | 北京 | 西安 | 无锡 | 常州 | 沈阳 | 太原 | 青岛 | 大连 | 扬州  
徐州 | 济南 | 南昌
- 三月兽 | 西安 | 武汉 | 常州 | 宁波 | 南京 | 南昌 | 合肥

数据来源：艾瑞咨询、品牌数读、各品牌社交媒体官方账号，仲量联行研究部，2024年8月

# 文化演艺：上半年文化产业延续上涨趋势，演出市场尤为火热

## 2024年上半年全国演出市场总览

### 场次

全国营业性演出场次\*

**25.17万场**

同比增长

**+30.19%**

其中，演唱会、音乐节类目增长明显，增速超全国水平

### 票房

全国演出票房收入

**190.16亿元**

同比增长

**+13.24%**

演唱会、音乐节票房收入同比增长

**+134.73%**

### 观众人数

全国演出观众人数

**7,910.13万人次**

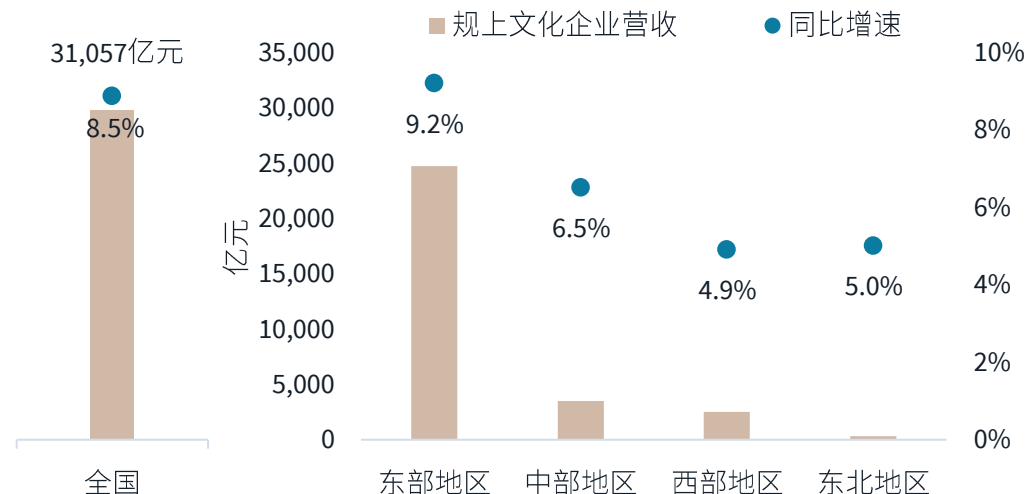
同比增长

**+27.10%**

演唱会、音乐节观演人数同比增长

**+63.35%**

## 2024年第一季度全国规模以上文化及相关产业企业营收及同比增速



**东部地区：** 北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南

**中部地区：** 山西、安徽、江西、河南、湖北、湖南

**西部地区：** 内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆

**东北地区：** 辽宁、吉林、黑龙江

“

### 演出市场保持增长态势，成为消费新触点

2024年上半年，中国演出市场保持活跃，演唱会、音乐节、剧场类演出、旅游演艺等均有不同程度的增长。其中多在一、二线城市举办的大型演唱会备受欢迎，吸引大量年轻观众跨省观演，有效促进当地旅游、餐饮、住宿等相关消费，助力消费市场回暖。

注：\*不含娱乐场所演出。

数据来源：中国演出行业协会、国家统计局，仲量联行研究部，2024年8月

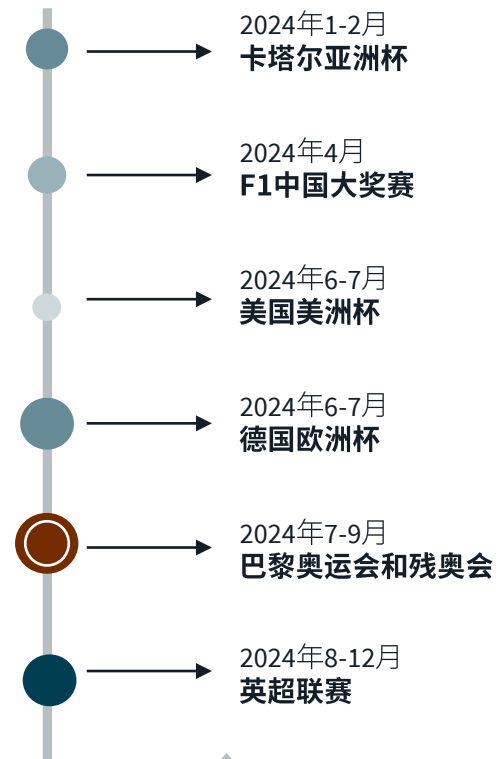
# 体育消费：户外运动市场持续向好，小众运动热度攀升

## 2023抖音小众运动内容热度同比



更多小众运动关注量增长迅速

## 2024年热门体育赛事日历

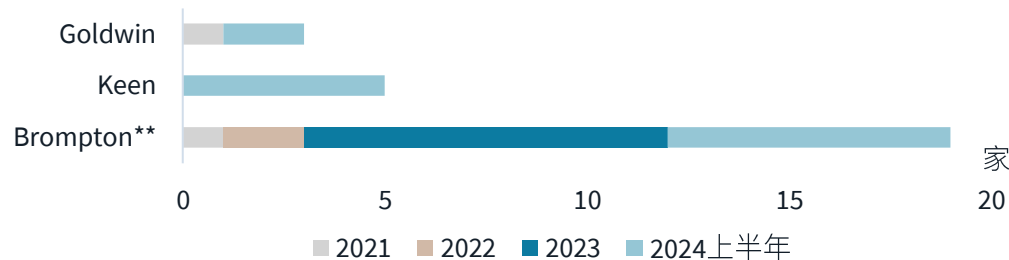


重点体育赛事点燃全民运动热情

## 2024年国外小众运动品牌积极进驻中国大陆市场

品牌	类型	中国首店选址	开业时间
Molchanovs	俄罗斯自由潜机构	苏州高新区文体中心游泳馆	2024年1月
Keen	美国户外品牌	上海环贸iapm	2024年1月
Houdini	瑞典户外品牌	上海浦东嘉里城	2024年4月
Vuori	美国瑜伽服品牌	上海静安嘉里中心	2024年5月
Wilier	意大利公路车品牌	宁波东钱湖	2024年7月

## 近年来部分国外运动品牌在中国大陆积极扩张\*



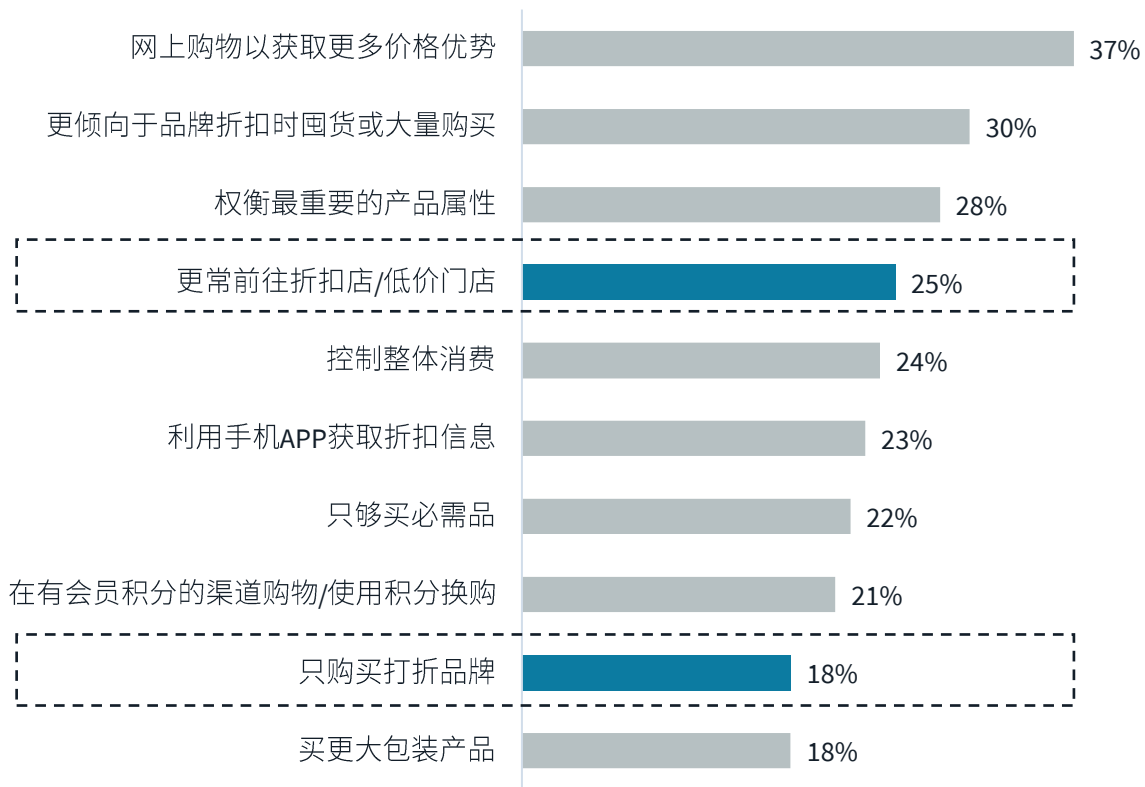
更多小众运动开始广泛进入大众视野，用户对专业装备需求提升。

注：\*不含快闪店,含围挡店；\*\*不含经销商门店。

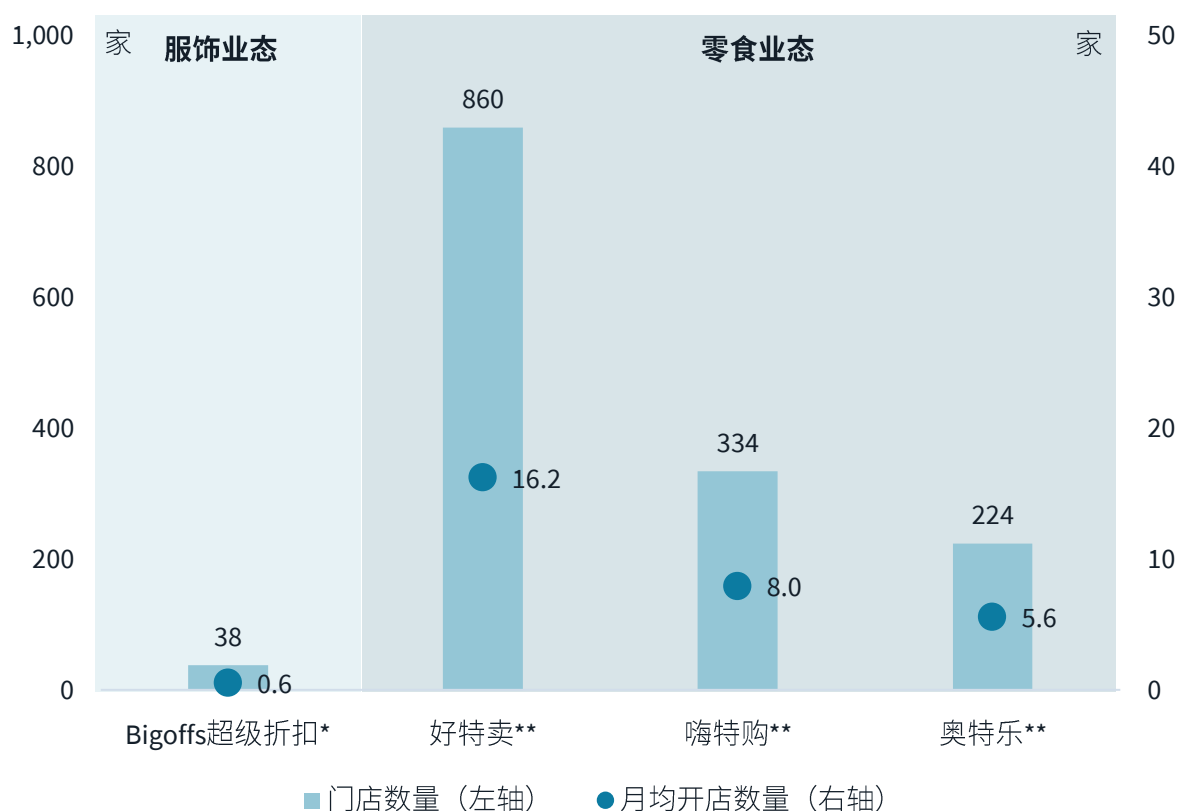
数据来源：Keep&惊蛰研究所、品牌官网官微、公开信息整理，仲量联行研究部，2024年8月

# 折扣店：顺应“消费降级”趋势，低客单价的折扣店积极扩张

## 中国消费者如何节省开支？



## 折扣店扩张相对活跃



注：\*数据更新时间为2024年7月14日，包含围挡门店。\*\*数据更新时间为2024年6月13日。

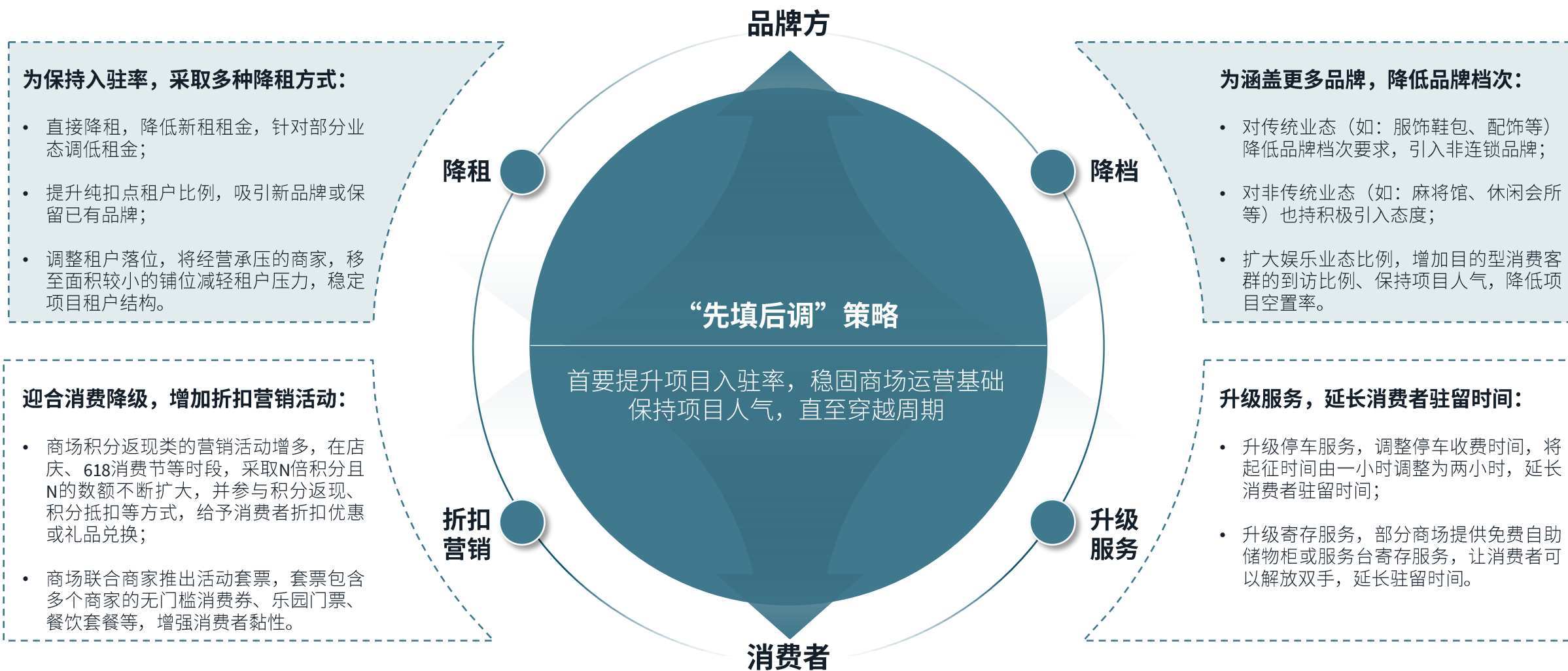
数据来源：尼尔森《2024中国消费者展望》、GeoQ智图、品牌官微，仲量联行研究部，2024年8月

# | 市场应对

0

4

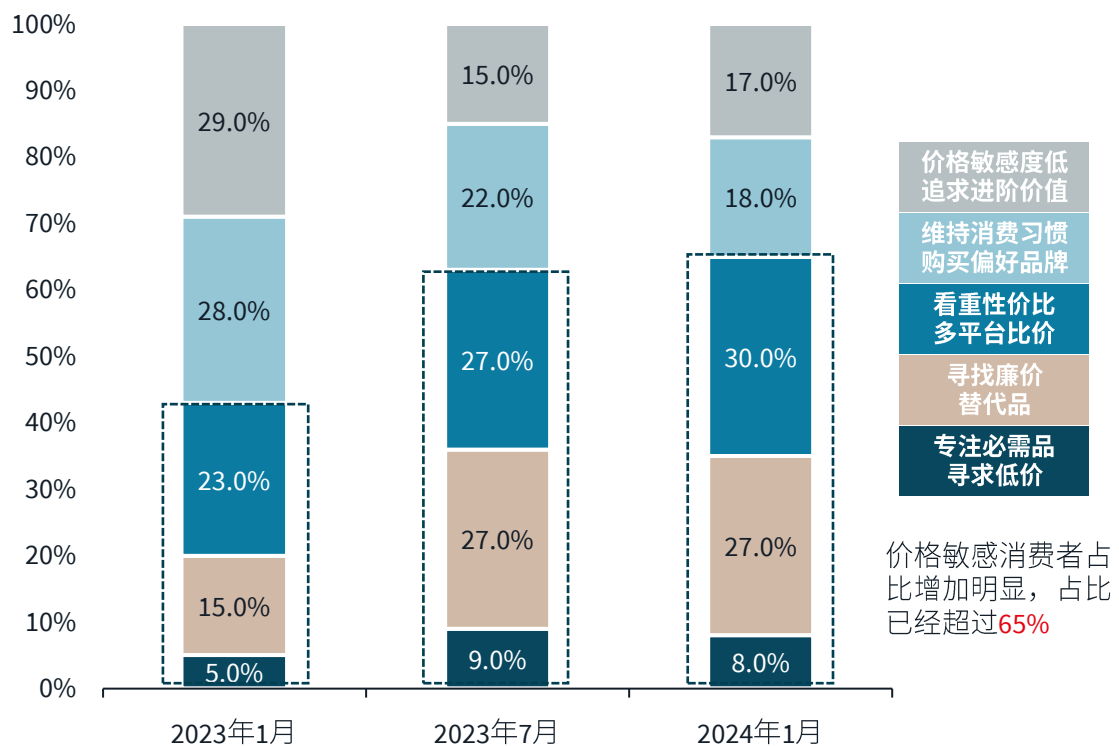
# 项目端：品牌租赁需求偏弱，运营商采取“先填后调”策略以穿越周期



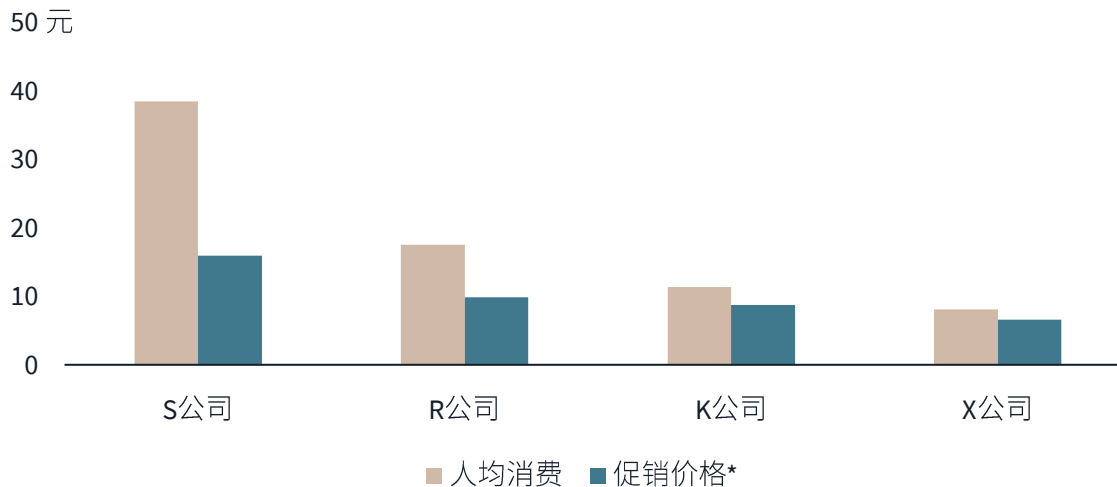


# 品牌端：消费者价格敏感度提高，品牌“价格战”加剧

## 消费者倾向结构变化



## 品牌价格战加剧



“

### 消费者心态变化引发市场波动

在经济增速放缓，消费者对未来收入预期更加谨慎，更注重储蓄和财务安全。加上信息透明度提高，消费者更容易比较价格，产生了“可以买贵的，但不能买贵了”的心态。由于消费者对价格的敏感度大幅提高，各行业展开激烈的价格战，并推出不同的副线，试图以低价收揽消费者。

注：\*促销价格是指在低价活动下的单杯价格，例如：S公司学生卡优惠，两杯39.9元，三杯49.9元活动，R公司的9.9元活动，K公司在原先9.9元再减的8.8元活动，和X公司的两杯9.9元活动和6.6元活动。

数据来源：红餐大数据、品牌公众号、Nielsen Consumer LLC，仲量联行研究部，2024年8月

# 政策端：2024消费促进年，中央地方政府齐发力，四措并举助力消费增长

国家政策引领方向

- 各地开展了形式多样的特色活动
- 居民消费市场热点持续、亮点纷呈

## 办好“消费促进年”系列活动

各地方政府均积极配合国家政策，在开年之初，北京、西安、广州等多个城市举办了“年货节”；随后，各地因地制宜举办各类促消费活动，如海南的第四届消博会、广西的“33消费节”、上海的“五五购物节”等。多项活动为消费者带来实在优惠，推动地方消费发展。

地方举措精准对接

- 推动汽车换“能”
- 推动家电换“智”
- 推动家装厨卫“焕新”

## 推动消费品以旧换新

北京、福建、四川及江苏等地均出台相关政策，通过财政补贴、完善回收体系、优化交易流程等措施，鼓励和支持消费品以旧换新。其中，其中汽车、家电、家居等大宗商品，是政策关注的重点领域。以旧换新政策不仅有效促使消费升级，也推动资源的循环利用和环境保护。

- 发展数字消费
- 扩大绿色消费
- 培育品牌消费

## 培育壮大新型消费

地方政府顺应数字、绿色、国潮等消费新趋势，积极培育新型消费，如上海推动文旅新消费与新零售模式，北京优化消费环境并扶持电商平台，广州建设国际消费中心城市并鼓励跨境电商，深圳注重科技创新引领新型消费，杭州则推动数字经济与实体经济融合。多项措施并行，共同促进新型消费业态快速发展，激发市场活力。

- 继续深化国际消费中心城市培育建设
- 加快构建城市商业体系
- 健全县域商业网络

## 完善市场和流通体系

北京、上海等五个首批国际消费中心城市继续深化建设，深圳、成都、武汉、长沙、西安等城市也加快培育国际消费中心城市。在商业体系方面，北京、上海、重庆、成都、深圳等众多城市均加快构建以步行街、商圈、便民生活圈构成的城市商业体系，便利居民消费。

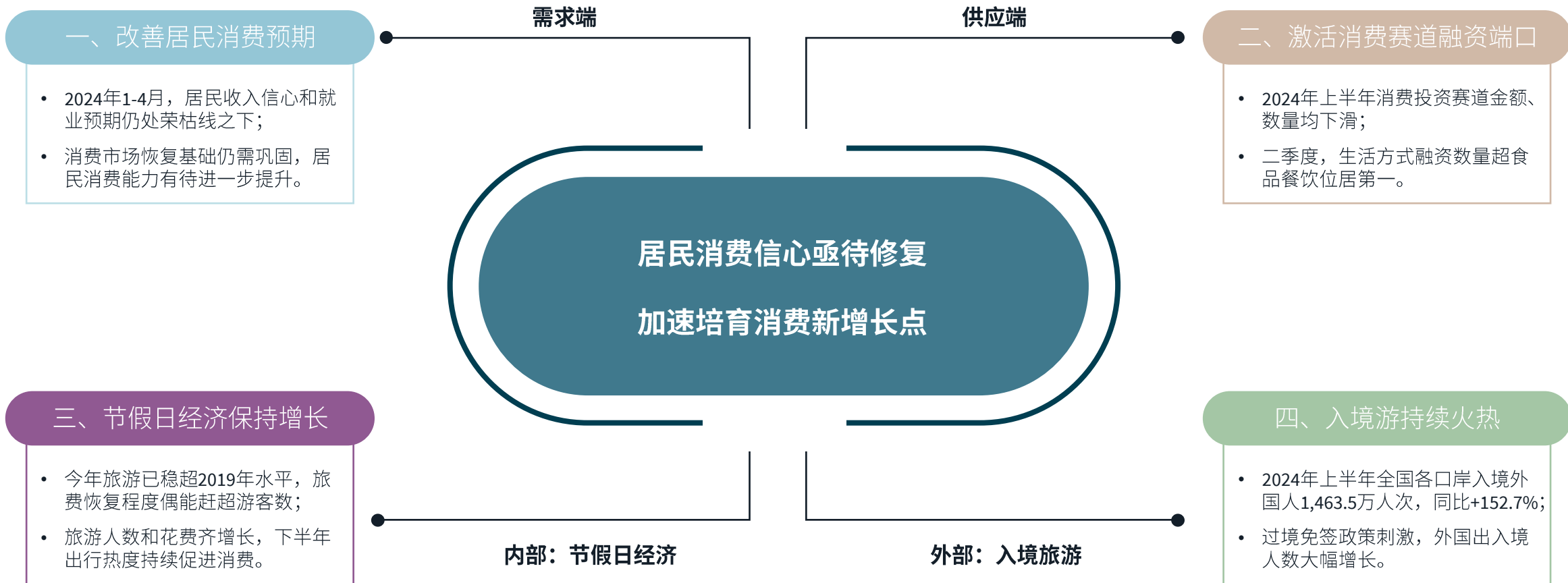
数据来源：国家商务部、公开信息收集，仲量联行研究部，2024年8月

# | 未来展望

0

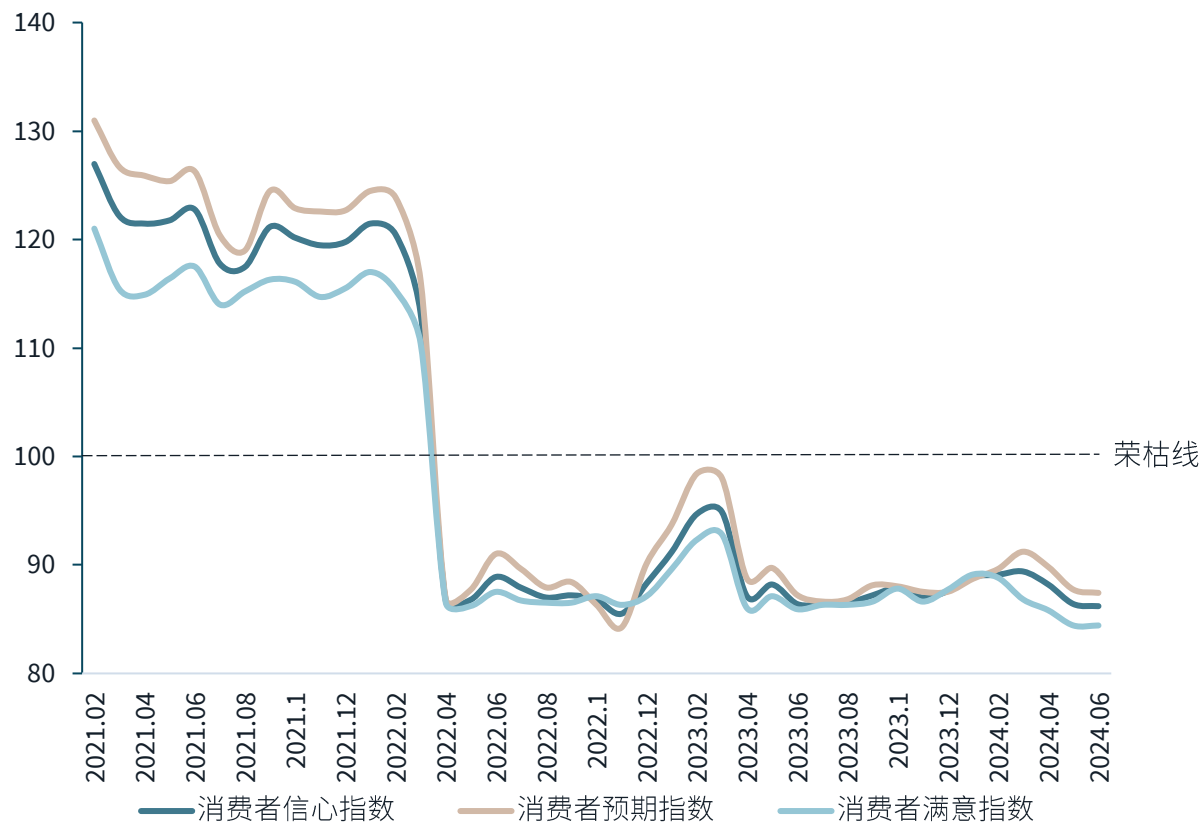
5

# 下半年消费市场恢复基础仍需巩固，新型消费不断拓展

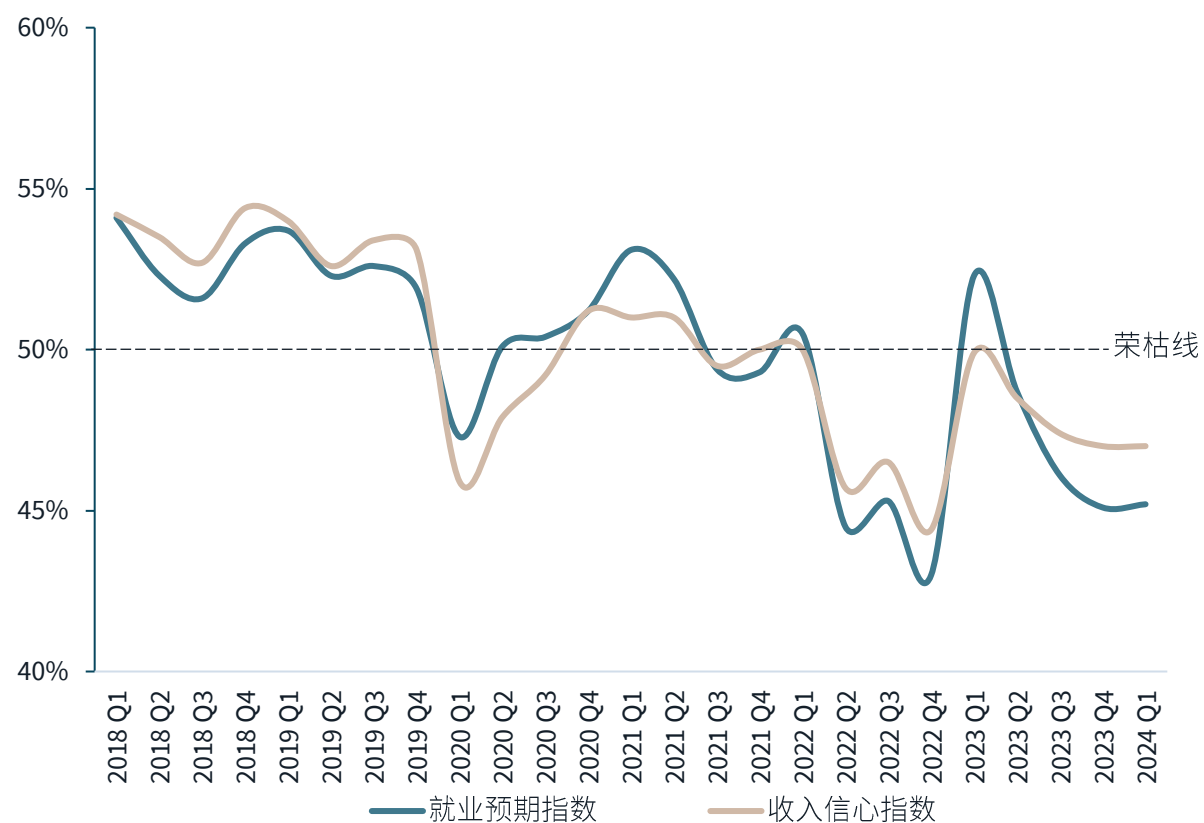


# 消费预期：收入信心和就业预期仍处荣枯线之下，致消费信心不足

## 全国消费者信心指数



## 全国居民收入信心和就业预期指数

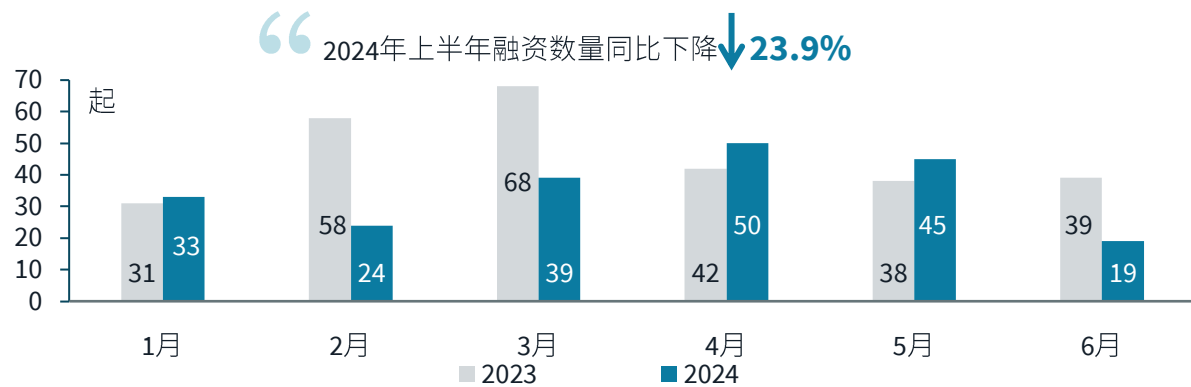


注：消费者信心指数数据系列取值范围为0-200，100为临界值，100以上为信心较足，100以下则相反；收入信心和就业预期指数的临界值为50%，50%以上为收入信心较足、就业预期较好，50%以下则相反。

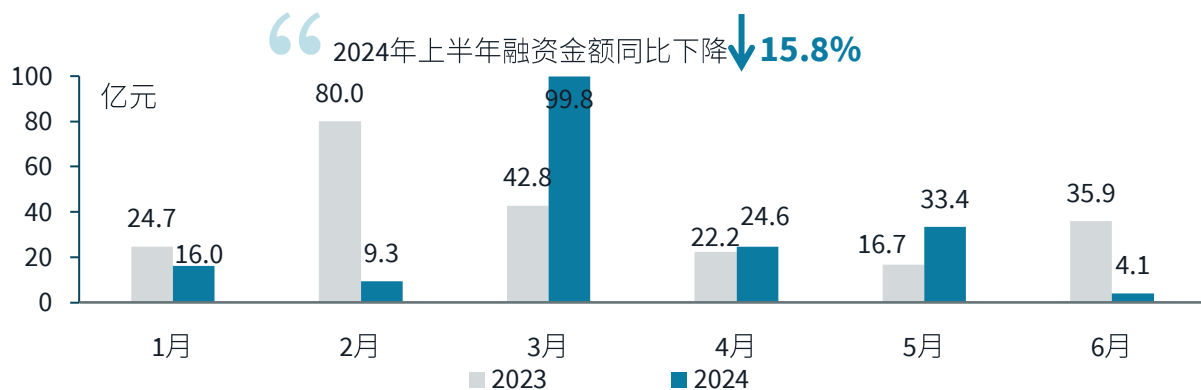
数据来源：国家统计局、中国人民银行，仲量联行研究部，2024年8月

# 融资分析：上半年消费融资持续紧缩，金额数量双双下跌

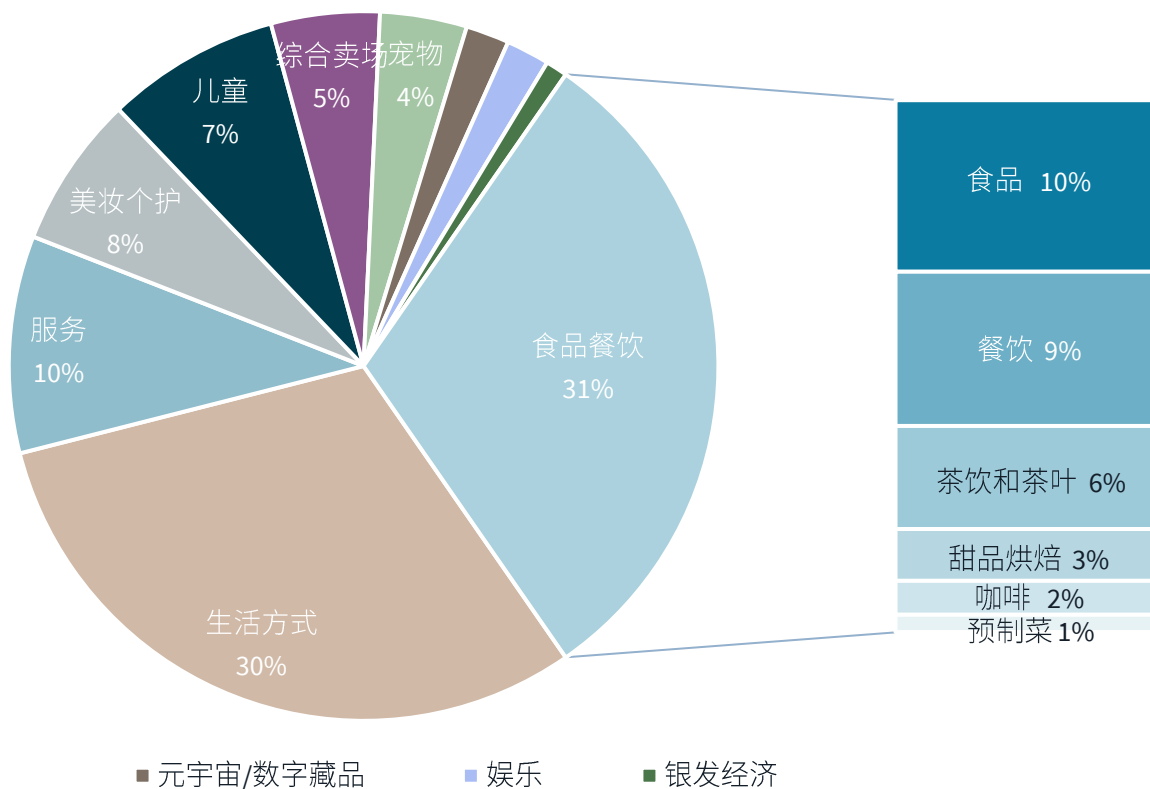
## 消费领域融资数量（不完全统计）



## 消费领域融资金额（不完全统计）



## 2024年第二季度融资数量业态占比

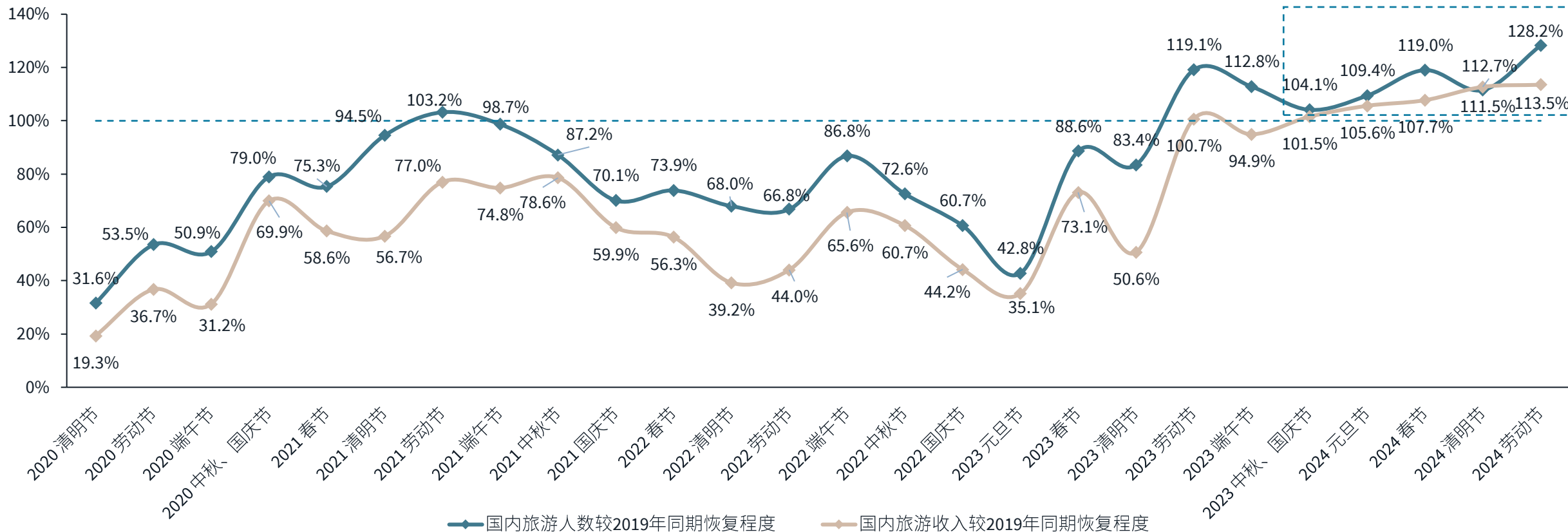


注：投融资数据不含IPO轮次融资事件。

数据来源：IT桔子，仲量联行研究部，2024年8月

# 节假日经济：今年旅游已稳超2019年水平，旅费恢复程度偶能赶超游客数

## 主要节假日国内旅游人数、收入较2019年同期恢复程度

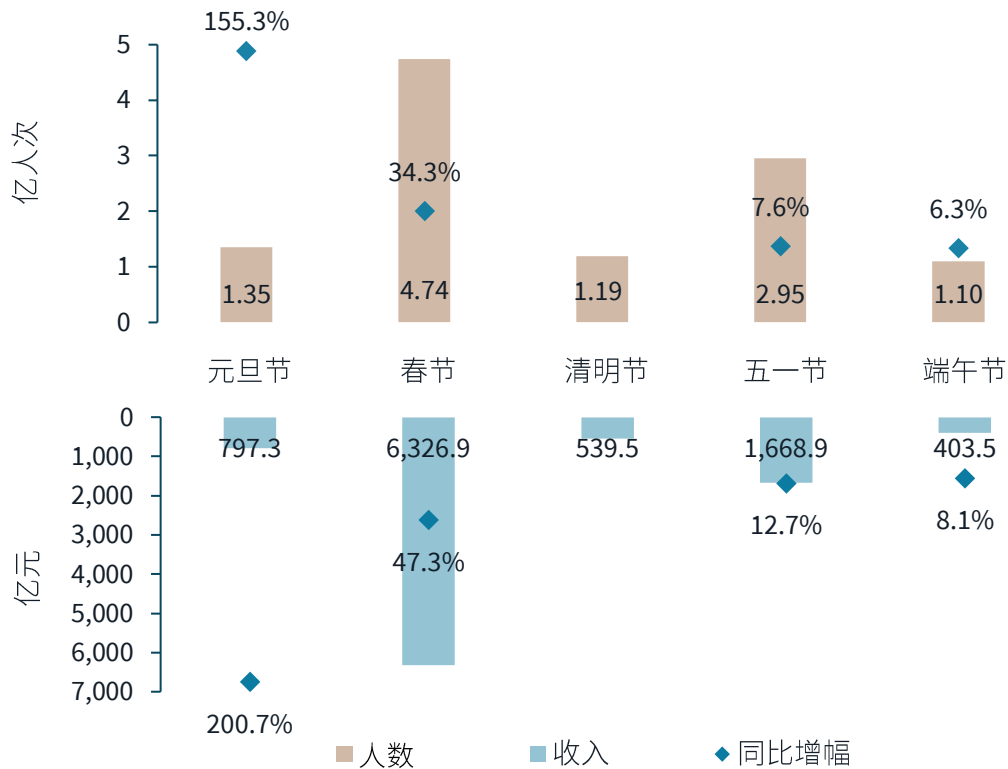


注：2024年端午节未公布较2019年同期的恢复程度。

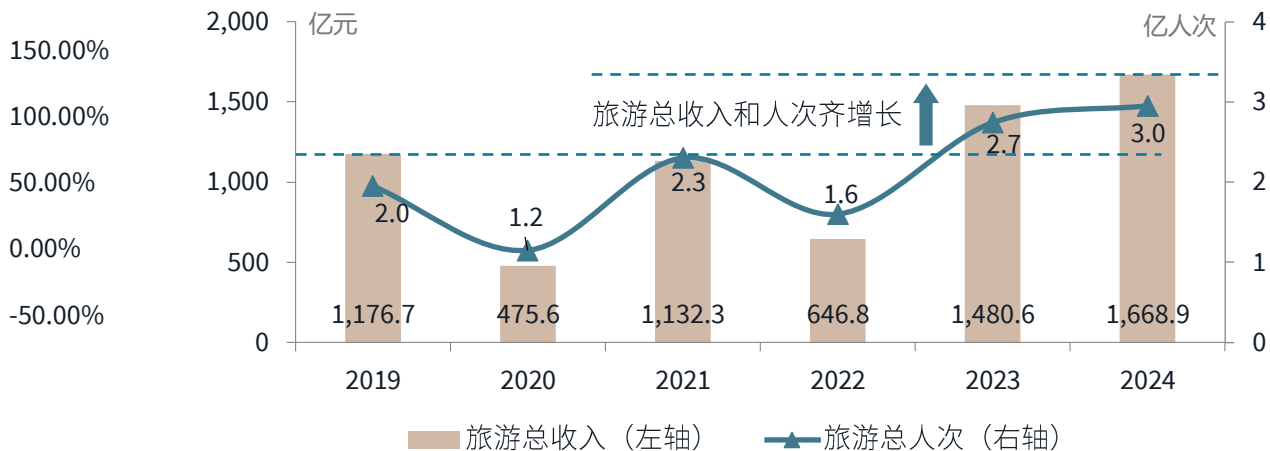
数据来源：文化和旅游部，仲量联行研究部，2024年8月

# 节假日经济：旅游人数和花费齐增长，下半年出行热度持续促进消费

## 2024年上半年节假日全国旅游情况



## 2019-2024年五一节旅游收入及人次



## 2024年暑期\*搜索热度攀升

约**20%**

携程境内酒店搜索热度

超**20%**

携程境内机票搜索热度

“

上半年旅行热度不减，各节日的旅游人数和旅游花费均超过2023年以及2019年水平。下半年，暑期及国庆长假必然再次点燃出行热情，根据携程数据，暑期境内酒店和机票搜索量同比超20%，有望持续助力消费市场增长。

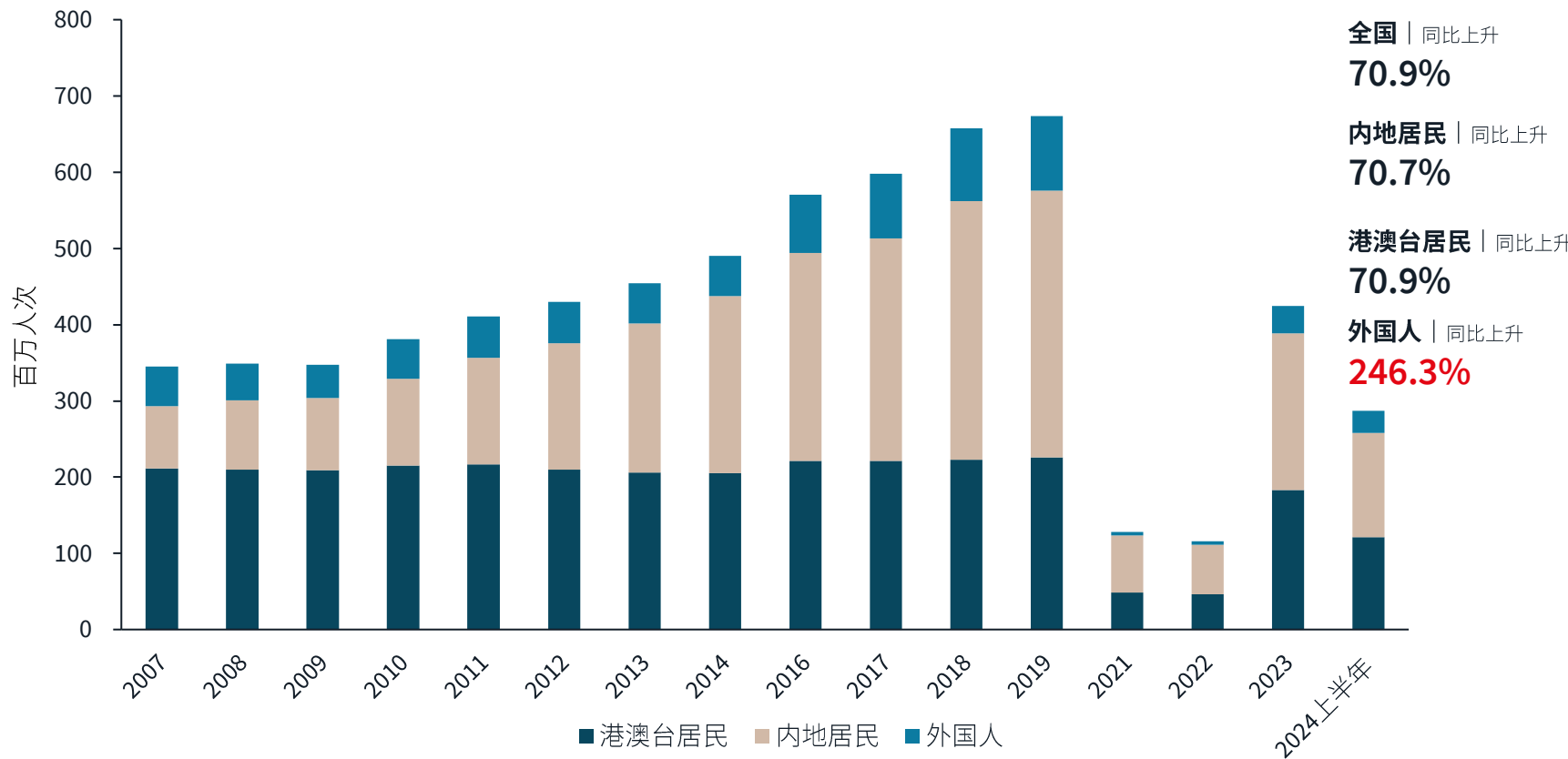
注：2024年清明节的旅游收入和人数未公布同比增长率。\*暑期指7月1日至8月31日。

数据来源：文化和旅游部、携程，仲量联行研究部，2024年8月

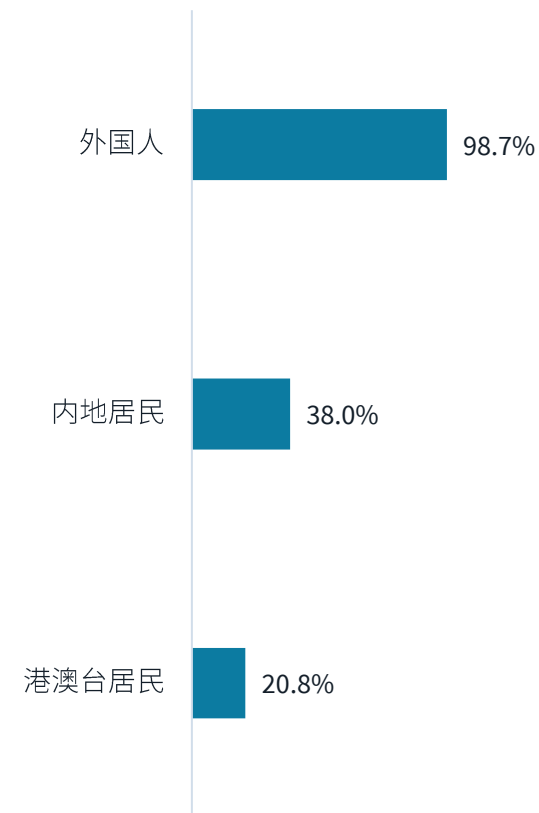


# 入境游：受144小时中国免签新政刺激，境外游客来华访问量激增

## 全国出入境人次



## 五一假期出入境人数较去年同期增长

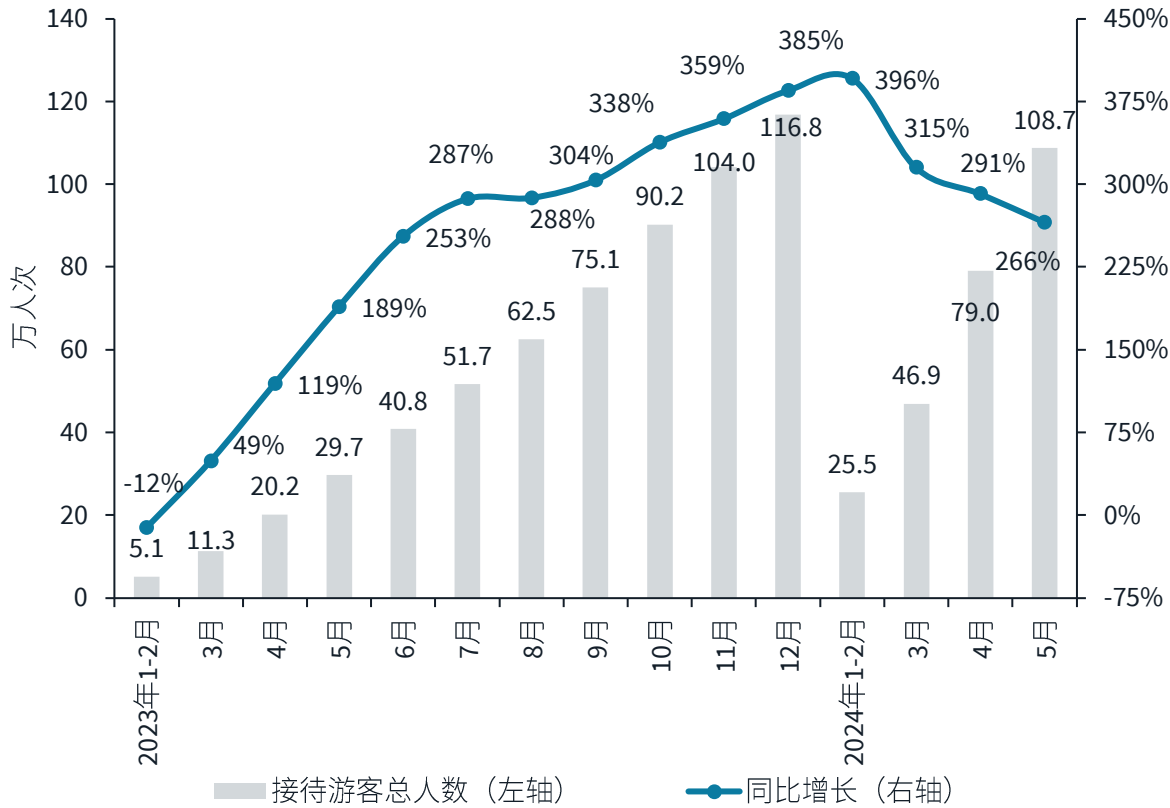


注：2015年数据仅有全国出入境人次，没有细分，故不作展示；2020年数据受疫情影响不具可比性也不作展示。

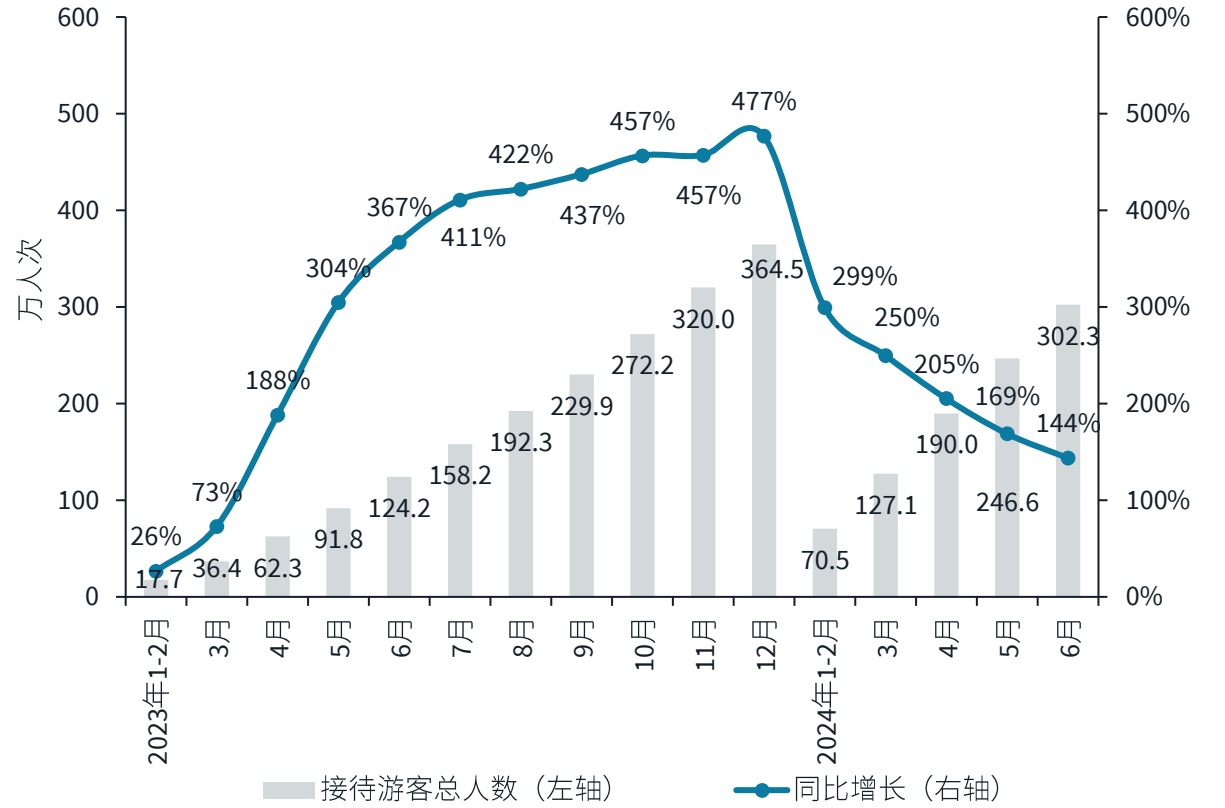
数据来源：国家移民管理局，仲量联行研究部，2024年8月

# 入境游：北京和上海接待入境人数显著增加

北京接待入境过夜游人次及同比增长（累计值）



上海国际旅游入境人数及同比增长（累计值）



数据来源：北京市文化和旅游局、上海市统计局，仲量联行研究部，2024年8月

# 2024年上半年中国零售地产市场小结

## 需求

“

### 租赁需求疲软

宏观经济数据持续反映出市场活力的减弱，**整体消费需求依旧维持疲软态势**。餐饮业的租赁需求逐步退潮，时尚需求重回第一。空置去化能力突出的娱乐、体验及生活服务业态依旧是招商的重点。同时，二次元文化兴起，成为商场内租赁需求的新来源。

消费者的购买行为趋于理性，消费结构缓慢调整。“性价比”之风盛行，节假日、情绪满足和健康运动等成为消费新触点。

## 供应

“

### 新增供应放缓

一季度整体新增供应较低，二季度有所上升，但上半年的供应增量较去年同期仍有明显下降。需求端迟迟未能恢复活跃，开发端态度日趋谨慎，拉低市场整体供应。

**据仲量联行统计，上半年中国21城优质零售地产新增供应共计293.6万平方米，同比下降20.4%。**

## 租金

“

### 租金承压下行

上半年全国租金略有波动，但仍处下行通道，其中A类城市租金降幅低于BC类城市。低线城市仍面临空置率高企的困境，迫使市场大部分项目采取让利措施，结合“先填后调”的招商策略提升入驻率。

**上半年中国21城优质购物中心的首层平均租金累计下降0.7%，租金或将继续承压下行，商业地产市场面临进一步挑战。**

数据来源：仲量联行研究部，2024年8月

## 作者

### 朱建辉 Jacky Zhu

中国区零售地产及消费研究负责人  
华西区研究部负责人  
Jackyjh.Zhu@jll.com

### 龙倩 Rebecca Long

华西区研究部经理  
Rebecca.Long@jll.com

## 仲量联行大中华区研究部联系人

### 庞溟 Bruce Pang

大中华区首席经济学家  
及研究部总监  
Bruce.Pang@jll.com

### 朱建辉 Jacky Zhu

华西区研究部负责人  
Jackyjh.Zhu@jll.com

### 吴洁敏 Jiemin Wu

中国房地产咨询服务负责人  
Jiemin.Wu@jll.com

### 甘甜 Tina Gan

华西区研究部助理经理  
Tina.Gan@jll.com

### 姚耀 Daniel Yao

中国区研究部总监  
Daniel.Yao@jll.com

### 曾丽 Silvia Zeng

华南区研究部负责人  
Silvia.Zeng@jll.com

### 卢晓曦 Sissi Lu

华西区研究部董事  
华西区零售地产研究负责人  
Sissi.Lu@jll.com

### 吴晓川 Jonathan Wu

中国区研究部高级分析师  
Jonathan.Wu@jll.com

### 米阳 Yang Mi

华北区研究部负责人  
Yang.Mi@jll.com

## 关于仲量联行研究

仲量联行的研究团队通过市场领先的报告和服务提供最新资讯、分析和洞见，以阐明当今的商业地产动态并确定未来的挑战和机遇。我们遍布全球各地的550多位专业研究人员长期跟踪和分析经济和房地产趋势，预测60多个国家/地区的未来态势，从而提供无可比拟的本地和全球视角。在覆盖全球范围的实时信息和创新思维的推动下，我们的研究和专业知识为我们的客户创造竞争优势，推动达成卓有成效的策略和最佳的房地产决策。

## 关于仲量联行

200多年来，作为全球领先的商业地产服务和投资管理公司，仲量联行（纽交所交易代码：JLL）始终致力于协助客户投资、建造、租赁和管理各类办公、工业、酒店、住宅和零售等物业。作为《财富》500强企业，公司2023财年收入达208亿美元，业务遍及全球80多个国家，员工总数超过108,000人。2024年是仲量联行进入中国内地市场的30周年，我们秉承“塑造房地产的未来，让世界更美好”的企业宗旨，整合全球平台资源并深耕本地市场，携手客户、员工和社群“向光而为”。JLL是仲量联行的品牌名称以及注册商标。更多信息请浏览[www.joneslanglasalle.com.cn](http://www.joneslanglasalle.com.cn)

© 仲量联行2024年版权所有。保留所有权利。本报告仅供参考，并不一定是对所探讨问题的全面分析，这些问题本就不可预测。本报告依据我们认为的可靠来源编写，但并未独立核实，无法确保所有信息准确或完整。报告中表达的任何观点反映了我们在此日期的判断，如有更改，恕不另行通知。前瞻性陈述涉及已知和未知的风险和不确定因素，而这些因素可能使未来的实际情况与这些前瞻性陈述所推断的情况存在重大差异。我们在特定情况下向客户提供的建议可能与本报告中表达的观点有所不同。不应仅根据本报告中的观点做出任何投资或其他商业决定。



仲量聯行

## 仲量联行大中华区分公司

### 北京

北京市  
朝阳区针织路23号  
北京市国寿金融中心B层  
邮政编码 100004  
电话 +86 10 5922 1300

### 广州

广东省广州市天河区  
珠江新城珠江东路6号  
广州周大福金融中心2801-03单元  
邮政编码 510623  
电话 +86 20 2338 8088  
传真 +86 20 2338 8118

### 青岛

山东省青岛市  
市南区香港中路61号  
远洋大厦A座2308室  
邮政编码 266071  
电话 +86 532 8579 5800  
传真 +86 532 8579 5801

### 深圳

广东省深圳市  
福田区中心四路1号  
嘉里建设广场第三座19楼  
邮政编码 518048  
电话 +86 755 8826 6608  
传真 +86 755 2263 8966

### 西安

陕西省西安市  
雁塔区南二环西段64号  
凯德广场2202-03室  
邮政编码 710065  
电话 +86 29 8932 9800  
传真 +86 29 8932 9801

### 台北

台湾台北市信义路5段7号  
台北101大楼20楼之1  
邮政编码 11049  
电话 +886 2 8758 9898  
传真 +886 2 8758 9899  
[www.jll.com.tw](http://www.jll.com.tw)

### 成都

四川省成都市  
红星路3段1号  
成都国际金融中心1座29层  
邮编 610021  
电话 +86 28 6680 5000  
传真 +86 28 6680 5096

### 杭州

浙江省杭州市  
江干区新业路228号  
杭州来福士中心T2办公楼802室  
邮政编码 310000  
电话 +86 571 8196 5988  
传真 +86 571 8196 5966

### 上海

上海市静安区  
石门一路288号  
兴业太古汇香港兴业中心一座22楼  
邮政编码 200041  
电话 +86 21 6393 3333  
传真 +86 21 6393 3080

### 天津

天津市  
和平区南京路189号  
津汇广场2座3408室  
邮政编码 300051  
电话 +86 22 5901 1999

### 香港

香港鲗鱼涌英皇道979号  
太古坊一座7楼  
电话 +852 2846 5000  
传真 +852 2845 9117  
[www.jll.com.hk](http://www.jll.com.hk)

### 重庆

重庆市  
渝中区民族路188号  
环球金融中心45楼  
邮政编码 400010  
电话 +86 23 6370 8588  
传真 +86 23 6370 8598

### 南京

江苏省南京市  
中山路18号德基广场  
办公楼2201室  
邮政编码 210018  
电话 +86 25 8966 0660  
传真 +86 25 8966 0663

### 沈阳

辽宁省沈阳市  
沈河区北站路61号  
财富中心A座21层  
邮政编码 110013  
电话 +86 24 3195 8555

### 武汉

湖北省武汉市  
硚口区京汉大道688号  
恒隆广场办公楼3908-09室  
邮政编码 430030  
电话 +86 27 5959 2100

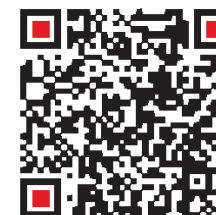
### 澳门

澳门南湾湖5A段  
澳门财富中心16楼H室  
电话 +853 2871 8822  
传真 +853 2871 8800  
[www.jll.com.mo](http://www.jll.com.mo)

[joneslanglasalle.com.cn](http://joneslanglasalle.com.cn)

仲量联行  
©仲量联行2024年版权所有。保留所有权利。此处所载所有信息来源于我们认为可靠的渠道。但我们不对其准确性做出任何保证或担保。

仲量联行微信号



仲量联行小程序

