

大中华区 零售物业供应 / 需求 核心趋势

高掌远跖，破浪前行

2024年9月

大中华区研究部

目录

03 摘要

06 报告介绍

07 大中华区零售物业市场——当前发展

09 大中华区零售物业市场——未来趋势

12 八大零售物业市场

38 要点总结

摘要

市场概览

2024年以来，中国创新开展“消费促进年”系列活动，推动消费品以旧换新政策落地见效，促进消费平稳增长。2024年上半年，中国社会消费品零售总额23.6万亿元，同比增长3.7%，为经济回升向好提供了有力支撑。

截至2024年二季度，中国16个主要城市的中高端商场存量达到1.13亿平方米。因此，主要城市的零售物业市场竞争更加激烈，零售物业间表现分化加剧。一方面，若干运营良好的购物中心不断升级物业设施、品牌组合和服务质量，从而吸引大批消费者前往游憩与打卡；另一方面，一些表现欠佳的商场继续面临租户撤出。

二十届三中全会强调积极扩大国内需求，加快培育完整内需体系，完善扩大消费长效机制，健全绿色消费激励机制。有鉴于此，中国服务消费未来将保持较强的发展动力，新型消费将持续涌现。零售商和购物中心的业主正积极拥抱变革，通过引入新技术、新业态、新模式，不断创新服务方式和消费体验。

中国零售物业市场供应与需求方面，主要有以下发展趋势：

- 传统商圈能级提升；
- 消费基础设施REITs持续扩容；
- 文旅消费多点开花，以及；
- 绿色消费迈向主流。

从大中华地区的各个主要门户城市来看，过去一年，许多国内及国际品牌持续扩张其在华业务。展望未来，全球经济疲弱，以及国内经济增长放缓，大众对消费会更加谨慎。尽管如此，考虑到人均可支配收入的增加，升级类商品消费需求的持续上升，大中华区零售市场前景积极向好。

北京



截止到2024年上半年，北京零售市场总存量为1,733万平方米，其中购物中心存量为1,545万平方米。

受经济下行压力影响，整体消费市场依然疲软，零售市场客流在过去一年里虽然有了较大的回升，但整体消费动力不足，消费降级明显。北京零售市场整体租金报价也有所下降，空置率微升。截止2024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2,200元/每月每平方米，空置率为10.6%。

过去一年，北京零售市场提质升级稳步推进，各购物中心引入品牌逐渐趋于多元化，潮流零售及休闲餐饮类品牌表现活跃。

2024年下半年，北京零售市场预计仍将有60万平方米左右的新增供应计划投放市场。此外，在北京促销费及招商引资政策的支持下，除了大型购物中心陆续落地外，品牌会员店也在北京市场持续扩张。2024年，北京将持续推进国际消费中心城市，在各项政策的支持下，商业街区的升级改造、商圈及项目的升级更新仍将是城市零售市场发展的主旋律。

上海



过去一年，稳健的经济基本面支撑了上海零售物业市场的增长。2023年下半年和2024年上半年，共有27个新项目建成入市，上海新增1,568,307平方米的优质零售物业，其中约98%的新增供应位于非核心商圈，推升上海优质零售物业市场总存量至约2,338万平方米。

尽管有大量新增供应入市，上海优质零售物业市场平均空置率仍持续下降。截至2024年第二季度末，上海中高端购物中心市场整体空置率环比下跌0.06个百分点，同比下降0.26个百分点至9.32%，为2022年以来历史最低点，反映出品牌商对优质零售空间的需求持续增长。上海中高端购物中心首层租金报价环比下降2.36%至人民币760.45元/每月每平方米，主要被位于新兴区域的新项目具有市场竞争力的租金所拉低。

展望未来，2024年下半年，上海零售物业市场预计将有超120万平方米的新项目入市，其中包括宜家荟聚、超级合生汇和龙光蓝鲸世界等标杆项目。随着新兴区域的持续发展，预计全市平均租金将被进一步拉低。

深圳



2023年下半年至2024年上半年，KK Time京基百纳时光及前海壹方汇开业，推升深圳优质购物中心存量至659.9万平方米。

零售业态复苏步伐加快，超餐饮业态成为近一年购物中心开店主力。多重积极因素叠加促使全市优质购物中心的整体空置率较去年中下降0.6个百分点至8.4%，创下了自2022年第二季度以来的历史新低。全市优质购物中心最优层平均租金则连续两个季度上升，至每月每平方米812.1元，反映出业主对市场的乐观情绪。

2024年三季度至2025年，深圳预计将有122.5万平方米的优质购物中心陆续入市，其中，核心商圈占比31.7%，新兴商圈占比68.3%。品牌方面，奢侈品牌的动态引人注目，同时，更多富含创新元素并能提供独特体验的店铺也将陆续开业。而随着对外开放的扩大及基础设施的完善，外籍游客及珠江口西岸的客群有望成为推动深圳消费市场增长的新动力。消费品以旧换新、消费场景趋于多元化、营商环境不断优化亦有助于提振消费需求、激活市场主体活力。

广州



2023年下半年至2024年上半年，广州新增68.3万平方米优质购物中心，新增总量达历史高峰，其中约75%的新增供应位于非核心商圈，推升总存量至563.4万平方米。

广州商圈客流稳步恢复，消费需求复苏势头良好。核心商圈内位置优、运营能力强的标杆项目依然是租户选址的首要选择，核心商圈空置率依然保持低位。但同时受非核心商圈大量新增供应的结构性影响，全市优质购物中心空置率同比上升1.1个百分点至7.3%。

租户的观望情绪暂未完全消退，业主采取灵活的租赁政策，全市优质购物中心租金同比下降6.0%至每月每平方米716.4元，其中体育中心商圈租金保持坚挺。

未来三年，广州仍将有130.6万平方米的优质购入中心进入市场。随着在建项目的加速建设以及存量项目的焕新升级，将推动广州多核心商圈体系建设的纵深推进。此外，广州今年在消费场景多元化、首店引进等方面做出了指引，将进一步促进广州国际消费中心城市的培育建设。

成都



过去一年，成都优质零售物业市场迎来两宗新增供应*，推动全市存量上涨至8,196,923平方米。其中天府大悦城的入市不仅填补了天府商务区附近的商业空白，还推动了天府新区新商圈的形成。

成都优质零售物业市场存量已超过800万平方米，仅次于北京、上海，竞争较为激烈，传统运营模式已无法满足消费者的需求，cosmo转型成为潮流聚集地，泛悦国际转型成为奥特莱斯，龙湖天街三千集全力打造宠物友好商城，预计未来此类老旧传统购物中心将陆续进入调整期。

未来几年成都购物中心供应放缓，加之，IFS、太古里、SKP等高端商业趋近饱和，成都传统商业发展将趋于稳定。在城市更新、公园城市建设的大背景下，成都的非标商业、社区商业、以及以服务居民生活最后一公里的邻里中心将是未来成都商业市场多元化发展的机会点。

* 此处不包含重装重新入市的项目

杭州



过去一年，杭州全力以赴拼经济、稳增长，扎实推动各项工作落地落细，全市经济运行延续平稳恢复态势，部分领域趋于改善，高质量发展扎实推进。其中，消费市场延续修复，品质消费较为活跃。

从2023年第三季度至2024年第二季度，杭州优质零售市场迎来九大商业项目的正式开业，共计新添体量约86.5万平方米。与此同时，内外兼修、刚柔并济成为存量标杆商场建筑与空间迭代的统一镜像。例如，杭州大厦全面启动品牌形象提升改造，龙湖金沙天街迎来主题餐饮空间的焕新开业。

政策方面，6月《杭州市关于进一步促进“演赛展商旅”联动 打造“赛会之城·购物天堂”的若干措施》正式发布，旨在通过15条举措的实施，促进演艺、赛事、展会、商贸、文旅等不同业态深度融合与创新发展，培育壮大新型消费，激发消费潜能，加快建设国际消费中心城市。

香港



香港在2023年初正式恢复全面通关，但随着入境旅客消费模式改变，加上港人北上消费成风，2024年上半年本地零售业销售额放缓，不同主要零售类别均录得同比跌幅。

尽管如此，访港旅客人数仍在稳步回升，零售品牌的租赁需求持续，整体一线街铺空置率大致保持稳定，市场上亦逐渐见有国际品牌在核心街区的租赁活动。截至第二季，各区一线街铺平均空置率回落至约7.8%，支持各区一线街铺租金年初至今录得低单位数增长。

然而，随着零售市场面对旅客和香港居民消费模式的结构性转变，预期品牌取态或将倾向维持谨慎，相信下半年的租赁需求将以国内连锁零售商和餐饮品牌为主力；下半年各区一线街铺租金升幅或将介乎0至5%。另一方面，我们期望在中央政府各项惠港措施的支持下，配合香港政府大力推动盛世经济，核心街区将迎来更多人流和消费活动。

台北



去年上半年，后疫情时代正式开始，全年来台观光人数回到疫情前（2019年）半数的水准，可见各商圈外国旅客逐渐回流，虽然消费市场主力仍依靠内需基本盘支撑，但整体消费力度逐渐增强。下半年多数零售业者信心回笼，大型商场相继开幕，各商圈持续复苏，空置店面也陆续回补。

西门商圈截至2024年第二季空置率为3.5%，持续第八个季度下降。忠孝商圈在中华职棒例行赛事固定进驻大巨蛋球场期间，有效带动周边人潮，第二季度空置率为12.3%，目前部分商家开始装修，预计下半年将会有新店入驻。中山南京商圈已回到疫情前低点，第二季空置率3.3%。

预期2024年来台观光人数几乎恢复到疫前水准，各商圈外国旅客也已逐渐回流，同时整体经济市场稳定，消费动能已回归正常生活态势。而在后疫情时代，人们生活重新回归对实体消费的重视，也让原生电商品牌开设实体店的风潮逐渐成型，开始快速扩展进驻各商圈及百货商场。

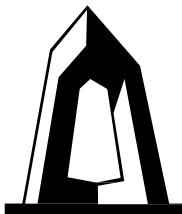
报告介绍

报告涉及的八大零售物业市场包括：

过去一年，中国消费市场规模持续扩大，商品消费提质升级、新型消费不断扩展，全国零售市场持续回暖。本报告着眼于大中华区优质零售物业市场，并提供了以下方面的理解：

- 过去一年，大中华区零售物业市场的供需情况总结；
- 大中华区零售物业市场未来的供需动态展望，以及；
- 深入洞察大中华区各个主要城市的零售物业市场供需趋势。

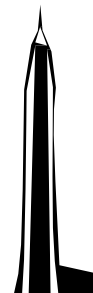
北京



上海



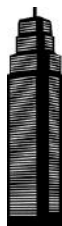
深圳



广州



成都



杭州



香港



台北



大中华区零售物业 – 当前发展

2024年以来，中国创新开展“消费促进年”系列活动，推动消费品以旧换新政策落地见效，促进消费平稳增长。2024年上半年，中国社会消费品零售总额23.6万亿元，同比增长3.7%，为经济回升向好提供了有力支撑（图1）。按消费类型分，服务零售额增速较快，同比增长7.5%；升级类商品销售较快增长，新能源汽车销量同比增长32%，限额以上单位通讯器材、体育娱乐用品零售额同比分别增长11.3%和11.2%。今年6月，中国消费者信心指数为86.2，居民的消费预期仍较为谨慎（图2）。2024年上半年，消费对实际GDP增长的贡献率为60.5%，较2024年一季度回落13.2个百分点（图3）。消费数据的回落，虽有去年同期对比基数较高因素，但也表明，中国消费潜力有待继续挖掘。

图1：
中国社会消费品零售总额走势（2012年——2024年上半年）

资料来源：国际统计局，戴德梁行研究部

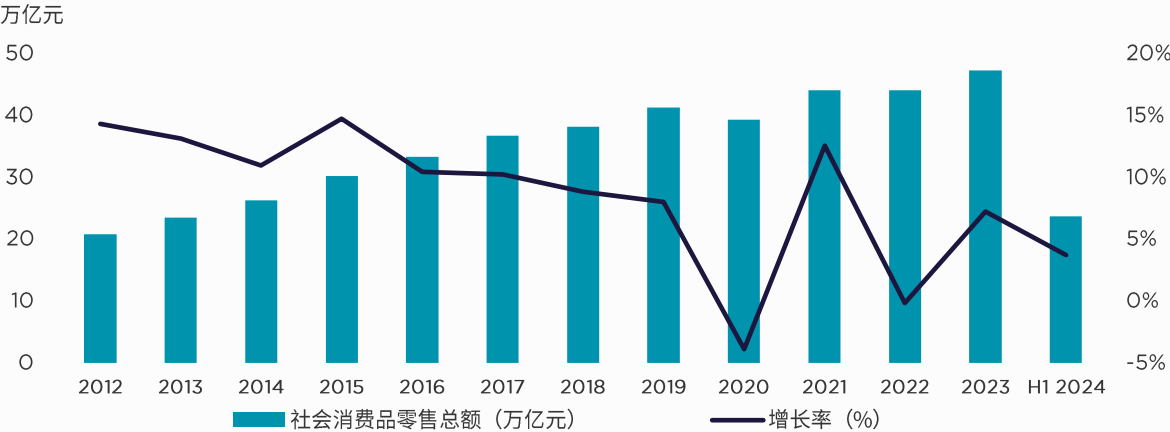


图2：
中国消费者信心指数（2012年——2024年上半年）

资料来源：国家统计局，戴德梁行研究部

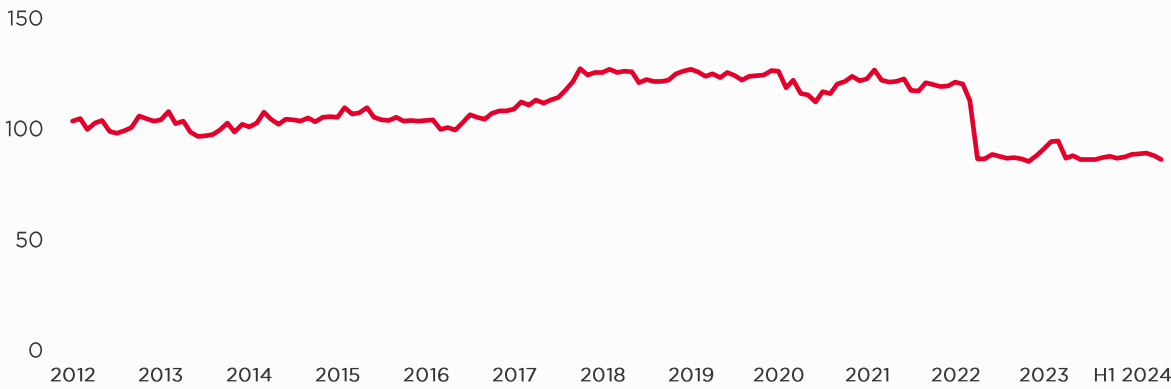
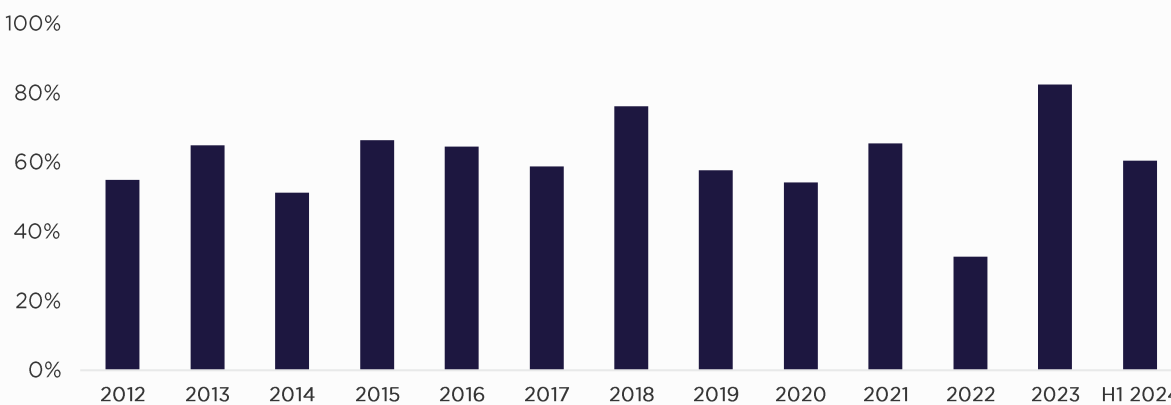


图3：
中国消费支出对经济增长贡献率（2012年——2024年上半年）

资料来源：国家统计局，戴德梁行研究部



大中华区零售物业 – 当前发展

二十届三中全会强调积极扩大国内需求，加快培育完整内需体系，完善扩大消费长效机制，健全绿色消费激励机制。有鉴于此，中国服务消费未来将保持较强的发展动力，新型消费将持续涌现。零售商和购物中心的业主正积极拥抱变革，通过引入新技术、新业态、新模式，不断创新服务方式和消费体验。

截至2024年二季度，中国16个主要城市的中高端商场存量达到1.13亿平方米。因此，主要城市的零售物业市场竞争更加激烈，零售物业间表现分化加剧。一方面，若干运营良好的购物中心不断升级物业设施、品牌组合和服务质量，吸引大批消费者前往游憩与打卡；另一方面，一些表现欠佳的商场继续面临租户撤出。过去一年，中国优质零售物业市场需求保持活跃。时尚（特别是户外运动品牌）、餐饮、生活方式、娱乐、3C产品及智能家居体验店品牌为最主要的需求驱动力。因此，2024年第二季度，大中华区16个主要城市的整体空置率降至10.6%（表1）。

表1:
大中华区18个城市核心市场供应/需求速览（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

核心市场数据 大中华区零售物业				2024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	15,449,005	2,478,200	349,902	10.60%	2,200.00	-1.79%	元/平方米/月
上海	23,378,243	7,301,880	353,061	9.32%	1,880.30	-0.45%	元/平方米/月
广州	5,634,086	1,914,183	21,631	7.26%	716.45	0.50%	元/平方米/月
深圳	6,599,412	1,638,000	19,945	8.40%	812.10	0.70%	元/平方米/月
天津	2,809,299	331,000	1,210	14.71%	417.92	-0.23%	元/平方米/月
沈阳	6,409,251	571,357	22,190	18.52%	247.00	-1.98%	元/平方米/月
大连	2,052,460	210,000	6,320	15.69%	611.80	-0.07%	元/平方米/月
青岛	3,946,300	754,000	-15,353	11.93%	437.00	0.00%	元/平方米/月
南京	6,644,930	3,164,420	176,411	6.35%	611.45	-1.21%	元/平方米/月
杭州	7,024,070	2,703,000	311,370	8.92%	549.04	-2.67%	元/平方米/月
重庆	6,777,000	1,290,000	89,639	10.29%	572.58	1.43%	元/平方米/月
成都	8,196,923	708,000	-20,931	5.99%	607.24	-1.10%	元/平方米/月
西安	7,291,683	803,000	308,750	16.23%	237.99	-0.99%	元/平方米/月
武汉	4,303,399	636,500	160,266	15.62%	450.70	0.78%	元/平方米/月
长沙	3,114,500	849,000	57,298	9.20%	365.80	-2.61%	元/平方米/月
厦门	2,947,700	673,650	20,635	13.08%	474.07	-0.93%	元/平方米/月
香港	-	-	-	-	630.94	1.87%	港元/平方呎/月
台北	-	-	-	-	11,800.00	2.61%	新台幣/坪/月

大中华区零售物业 – 未来趋势

“

近年来，数字消费、绿色消费、健康消费、文娱旅游、体育赛事、国货潮品等新型消费，在中国强劲崛起并蓬勃发展。这些新消费的兴起，不仅推动了消费结构的优化升级，也展现了我国消费市场的强大韧性与蓬勃活力。戴德梁行商业部将继续深耕中国零售市场这片沃土，凭借丰富的经验与专业的见解，为政府、零售商、投资商和零售物业的业主提供优质服务，推动我国零售市场迈向更加繁荣与可持续发展的未来。

”



甄仕奇

商业部董事总经理
中国区

duke.sq.zhen@cushwake.com

“

今年以来，中国一系列扩内需促消费政策持续发力显效，消费市场呈现出持续回暖的态势。随着服务消费和新消费需求的不增长，中国市场依然蕴含巨大的消费潜力亟待挖掘。为了满足消费者日益多样化、个性化的需求，零售行业不断推出新的商业模式、商业场景、服务内容、以及零售业态。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

研究内容主管
大中华区

shaun.fv.brodie@cushwake.com

大中华区零售物业 – 未来趋势

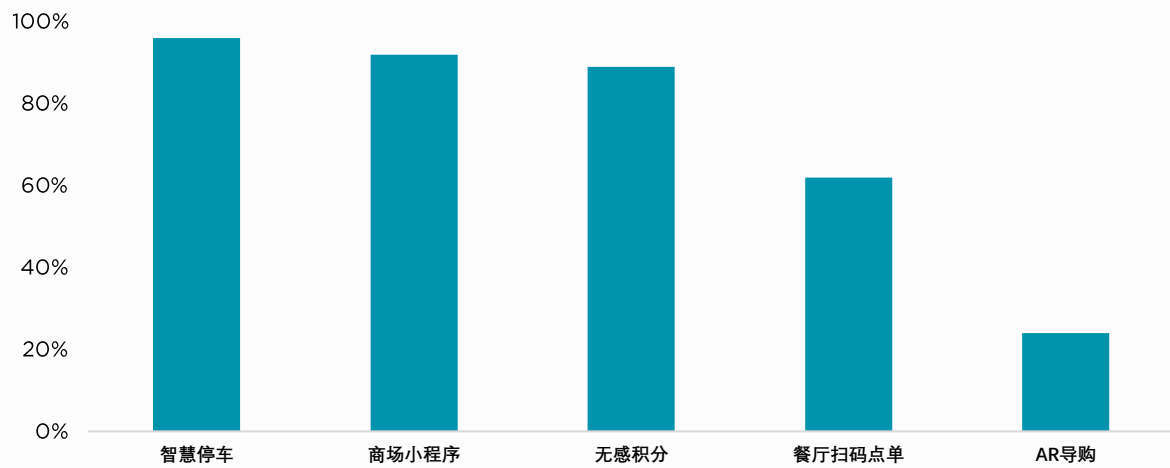
供应趋势

传统商圈能级提升

6月，国家发改委等部门印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，提出推动现有步行街设施改造和业态升级；积极发展智慧商圈；打造商旅文体融合的新型消费空间；探索利用人工智能大模型、虚拟现实（VR）全景和数字人等技术，拓展电商直播场景；发展即时零售、智慧超市、智慧驿站、智慧书店等新零售业态。政策利好下，各地商场积极翻新物业、升级设施、打造沉浸式体验空间、丰富业态与服务、采用智能技术，以满足消费者不断变化的需求。

图4：
中国一二线城市商场的智能应用渗透率（2024年7月）

资料来源：戴德梁行研究部



消费基础设施REITs持续扩容

2024年以来，公募REITs发行市场显著回暖，REITs底层资产持续扩容。截至8月11日，已有6单消费基础设施REITs成功发行，发行总规模总计超145亿元（图5）。发行消费基础设施公募REITs，有助于补齐消费基础设施短板，推动消费基础设施升级，对提振消费、扩大内需起到积极作用。对于企业而言，发行消费基础设施公募REITs将有助于优化资产结构，提升资金周转效率和回报水平，为企业的长期发展提供了有力的支持和保障。

图5：
已发行的消费基础设施公募REITs项目基础信息汇总（截至2024年8月11日）

资料来源：REITs招募说明书，戴德梁行研究部

原始权益人	华润	印力	金茂	物美	首创	百联
项目名称	青岛万象城	杭州西溪印象城	长沙览秀城	北京大成玉蜓桥华天德胜门项目	济南/武汉奥特莱斯	上海又一城
城市	青岛	杭州	长沙	北京	济南 武汉	上海
已运营时间(年)	9年	11年	8年	大成：12年 玉蜓桥：19年 华天：19年 德胜门：21年	济南：5年 武汉：6年	17年
总建筑面积(万平方米)	41.9	25.0	10.3	大成：2.9 玉蜓桥：2.5 华天：1.5 德胜门：0.9	济南：11.6 武汉：8.7	12.5

大中华区零售物业—未来趋势

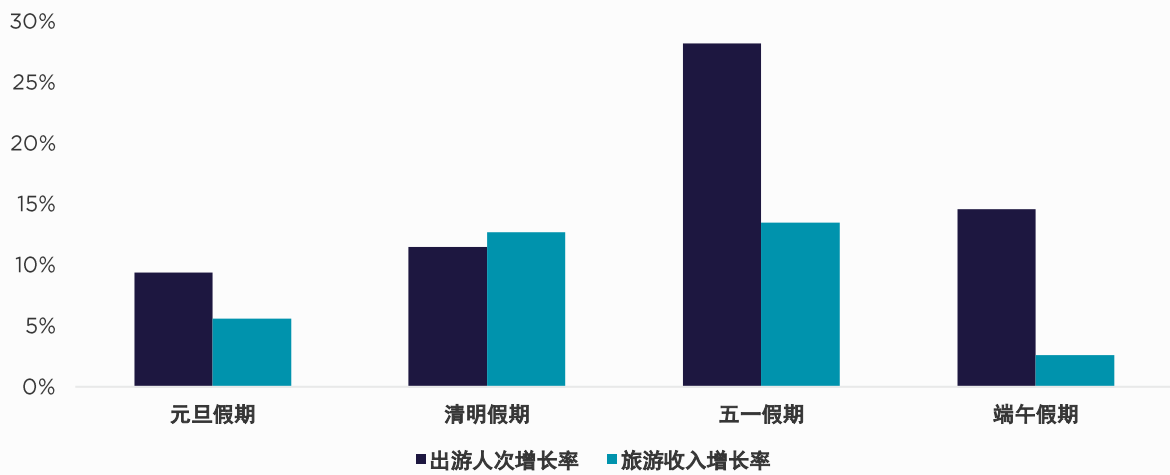
需求趋势

文旅消费多点开花

现如今，中国居民在周末或节假日，外出旅行、观看演出、参观展览、踏青露营已成为常态。2024年上半年，中国国内旅游市场较2019年同期实现了全面增长（图6）。同时，“City不City”、“China Travel”火遍全球社交媒体，海外游客扎堆打卡中国。今年上半年，全国各口岸入境外国人1,463.5万人次，同比增长152.7%。为了满足消费者多样化、个性化、品质化的旅游消费需求，中国各地围绕美食、夜游、演出、研学、乐园等消费热点，积极培育具有特色的旅游消费新业态新模式。这些新业态新模式推动了中国旅游消费市场的升级。

图6：
2024年上半年中国旅游市场较2019年同期增长幅度

资料来源：中国文化和旅游部，戴德梁行研究部

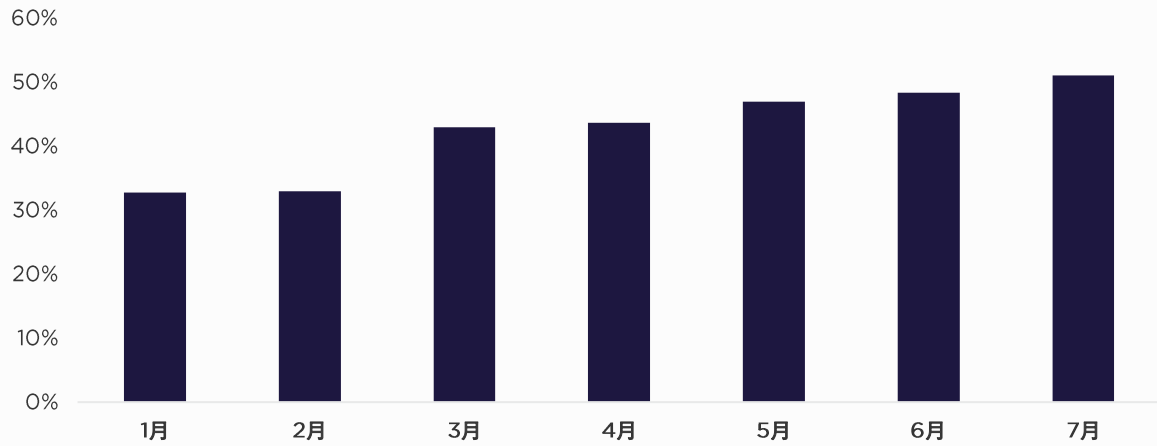


绿色消费迈向主流

近年来，在政府、社会和企业的共同努力下，绿色消费已经成为我国一种重要的消费方式。越来越多的中国消费者通过“光盘行动”、购买节能家电、绿色出行、参与垃圾分类、交易闲置物品等方式积极践行绿色消费。与此同时，越来越多生产企业加入绿色转型行列，采用清洁能源或可再生能源，创新绿色技术，推出更多节能、环保、健康的绿色产品。以新能源汽车为例，2024年7月，新能源车国内零售渗透率达到51.1%，较去年同期提升15个百分点（图7）。这是新能源汽车零售销量首次超过传统燃油车型。

图7：
新能源车国内零售渗透率（2024年1月—7月）

资料来源：乘联会，戴德梁行研究部



八大重点城市 优质零售物业市场

报告涉及的八大中华区零售物业市场是：

- ✓ 北京;
- ✓ 上海;
- ✓ 深圳;
- ✓ 广州;
- ✓ 成都;
- ✓ 杭州;
- ✓ 香港;
- ✓ 台北。

以上八大市场提供了一个展示大中华区零售物业租户需求活动的横截面。





北京 零售物业市场 核心趋势



孟祎
商业部

amy.y.meng@cushwake.com



魏东
研究部

sabrina.d.wei@cushwake.com

“

过去一年

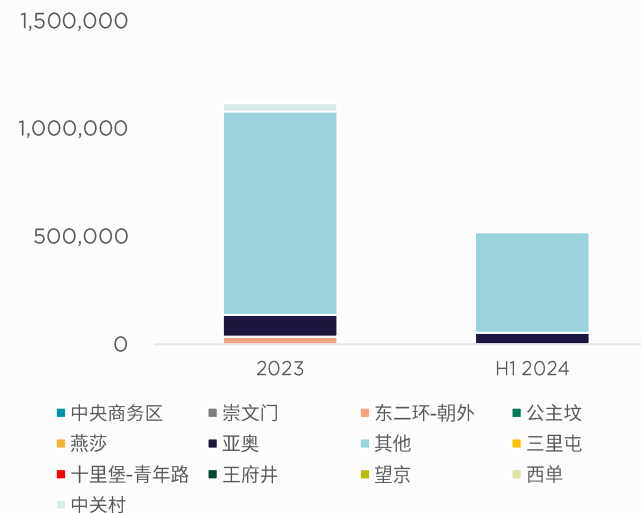
过去一年北京零售市场共有11个项目入市，为市场带来约112.6万平方米的优质零售空间。其中，2024上半年有5个购物中心开业，供应面积约52万平方米，与去年同期基本持平。新入市项目多位于非核心区域，面积占比达80%，且多为品牌开发商打造的大体量社区型购物中心，极大地便利和满足了周边居民的购物需求。

北京零售市场城市更新不断地推进着整体市场提质升级步伐，过去一年除新建项目陆续入市，一些存量项目也经过改造更新后重新开业。如，位于五棵松附近的原卓展购物中心已升级改造为五棵松万达广场；位于大兴区的原世界之花假日广场改造为北京王府井奥莱UP TOWN；王府井商圈的原新燕莎金街购物广场改造为王府井喜悦购物中心。这些项目升级改造后无论是购物场景的打造及品牌的引入上都有很大的提升，为消费者带来全新的体验。

图8：
北京零售物业市场新增供应动态——
根据子市场划分（2023年——2024年上半年）

资料来源：戴德梁行研究部

平方米



零售物业需求趋势

过去一年

传统商圈及项目的改造升级仍是过去一年北京零售市场发展的主旋律。城市更新项目The Box，大钟寺1733商业空间等都是商旅文体融合消费的代表；三里屯商圈积极推进漫享街区建设，同时太古里也在积极调整其品牌的空间布局，引入了更多的旗舰店、概念店及“重奢”品牌。此外，位于非核心区域的购物中心充分利用其较大的空间优势打造了多元化的体验式消费空间，极大地丰富和提升了区域内产业园及居民区的消费娱乐场景。

过去一年，各购物中心积极进行业态调整及品牌更新，引入品牌也逐渐趋于多元化，品牌首店及旗舰店为主要关注对象。如，加拿大高端羽绒服品牌Nobis大中华区首店入驻SKP；日本抹茶品牌THE MATCHA TOKYO北京首店在国贸商城开业。而在经济下行的压力下，消费降级现象也比较明显，给各品牌运营带来了较大的压力，一些高端时尚零售及餐饮品牌也陆续关闭。如，Michael Kors位于朝阳大悦城和王府井APM的门店已撤出；北京两家米其林西餐厅TIAGO HOME KITCHEN北京颐堤港店和Opera BOMBAN侨福芳草地店已关闭。

图9：北京零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年——2024年二季度）

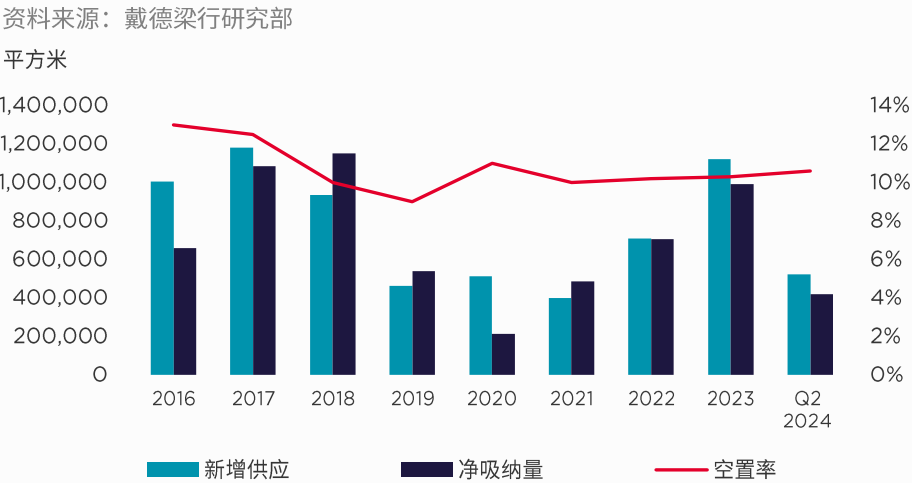


图10：北京零售物业市场历年租金走势（2016年——2024年二季度）

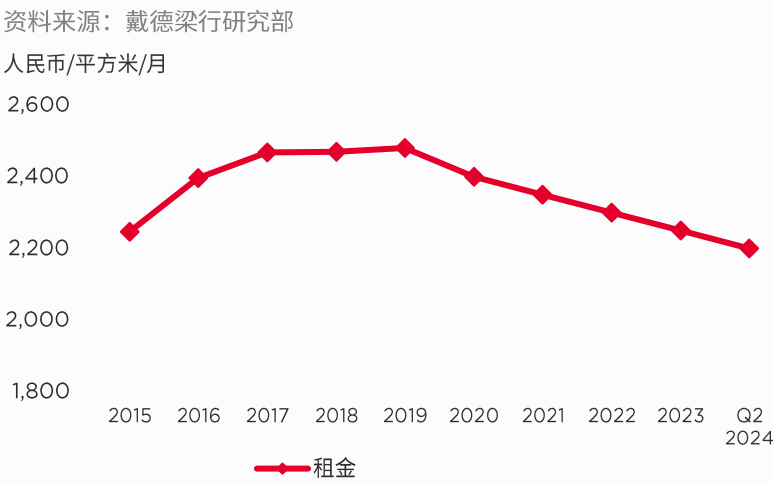


图11：北京零售物业市场数据（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商圈	存量 (平方米)	空置率	租金报价区间 (人民币/平方米/月)*
中央商务区	979,849	4.00%	800 - 2,000
三里屯	246,000	2.95%	800 - 2,500
西单	199,000	4.50%	1,000 - 1,600
王府井	450,000	3.00%	800 - 2,000
燕莎	234,000	4.00%	600 - 1,500
东二环-朝外	279,276	4.30%	600 - 1,200
崇文门-宣武门	309,000	8.50%	600 - 1,000
中关村	1,012,000	4.00%	800 - 1,800
其他	11,739,880	/	/
北京全市	15,449,005	10.60%	2200*

*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；

零售物业未来展望

2024年下半年，北京零售市场预计仍将有60万平方米左右的新增供应计划投放市场，项目均位于非核心区域但周边产业及居民区都较为集中，将极大地便利和满足区域内居民的消费需求，提升区域内的消费环境。此外，在北京促销费及招商引资政策的支持下，除了大型购物中心陆续落地外，品牌会员店也在北京市场持续扩张，如山姆在北京的第五和第六家会员店落地北京昌平区和通州区，预计分别于2025年和2027年开业。

北京过去一年也发布了多个政策性文件推进商业街区建设，提出到2025年各区至少有一条高品质的商业步行街，预计未来几年，商业街区的打造及升级也将成为北京零售市场发展的一个新亮点。此外，根据北京商务局2月发布的《北京培育建设国际消费中心城市2024年工作要点》，2024年还将完成西单金融街商圈、西直门商圈等15个商圈的改造升级。因此，“提质升级”、“城市更新” 仍将是2024年北京零售市场发展的主旋律。



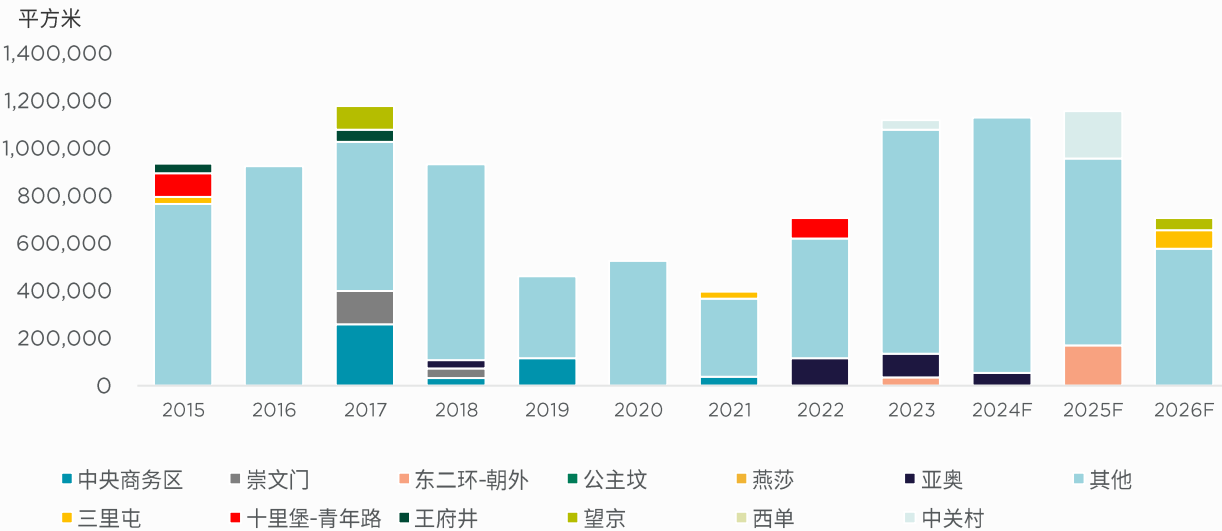
图12：
北京零售物业市场未来供应主要项目（2024年下半年——2025年）

资料来源：戴德梁行研究部

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
华远坊	其他（门头沟）	2024	35,000
北京丰台汇琴购物中心	其他（丰台）	2024	53,000
北京海淀大悦城	其它（海淀）	2024	188,000
北京通州首开万象汇	其它（通州）	2024	148,000
平谷万达广场	其它（平谷）	2025	149,300

图13：
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（2015年——2026年）

资料来源：戴德梁行研究部



上海 零售物业市场 核心趋势



黎庆文
华东区董事总经理
kelvin.qw.li@cushwake.com



Shaun Brodie
研究部
shaun.fv.brodie@cushwake.com

“

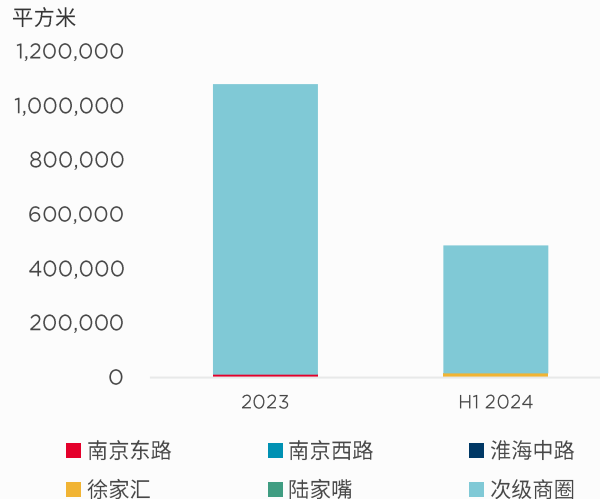
过去一年

总体而言，过去一年，稳健的经济基本面支撑了上海零售物业市场的增长。2023年下半年和2024年上半年，共有27个新项目建成入市。过去一年，上海新增1,568,307平方米的优质零售物业，其中约98%的新增供应位于非核心商圈，推升上海优质零售物业市场总存量至约2,338万平方米。

为了迎合消费者不断升级的消费需求，零售物业和门店在持续调整 and 改变。众多购物中心积极优化业态组合、市场定位和物业设施，例如位于徐家汇商圈的TPY中心（原为太平洋数码广场二期），以数码购物、二次元和非遗文化为主题，创造独特的‘体验感’与‘社交空间’，为顾客打造一个充满活力、汇聚潮流与传统的购物中心。

图14：
上海零售物业市场新增供应动态——
根据子市场划分（2023年——2024年上半年）

资料来源：戴德梁行研究部



零售物业需求趋势

过去一年

尽管有大量新增供应入市，上海优质零售物业市场平均空置率仍持续下降。截至2024年第二季度末，上海中高端购物中心市场整体空置率环比下跌0.06个百分点，同比下降0.26个百分点至9.32%，为2022年以来历史最低点，反映出品牌商对优质零售空间的需求持续增长。过去一年，在品牌持续拓店且不断提升市场占有率的推动下，众多业态的市场需求保持强劲。其中，餐饮及时尚业态仍系最大需求来源。同时，生活方式、文化娱乐、儿童、数码产品及智能家居体验店等业态的租赁需求在上海本地持续增长的消费需求推动下处于上升态势。

2024年第二季度，上海中高端购物中心首层租金报价环比下降2.36%至人民币760.45元每月每平方米，主要被位于新兴区域的新项目具有市场竞争力的租金所拉低。子市场购物中心租金水平两极分化的现象持续存在，热门购物中心一铺难求，而一些人气冷清的零售项目中，品牌接连撤柜闭店。

图15：上海零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年——2024年二季度）

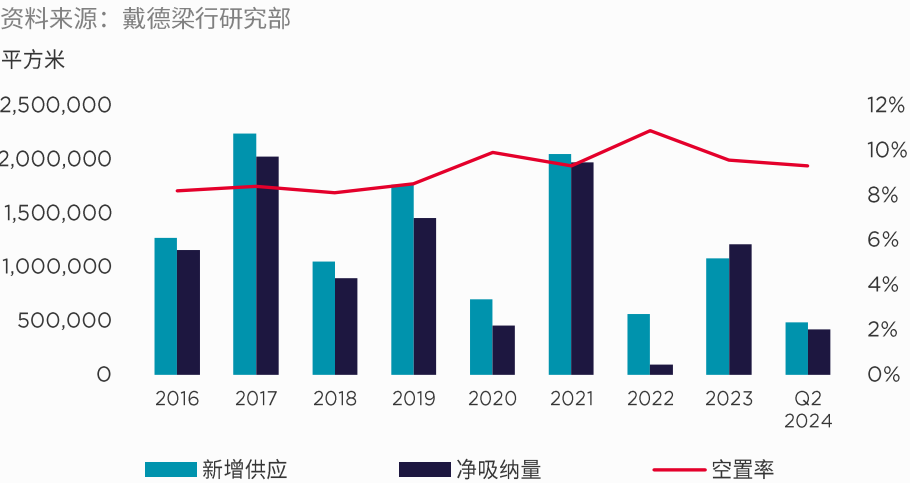


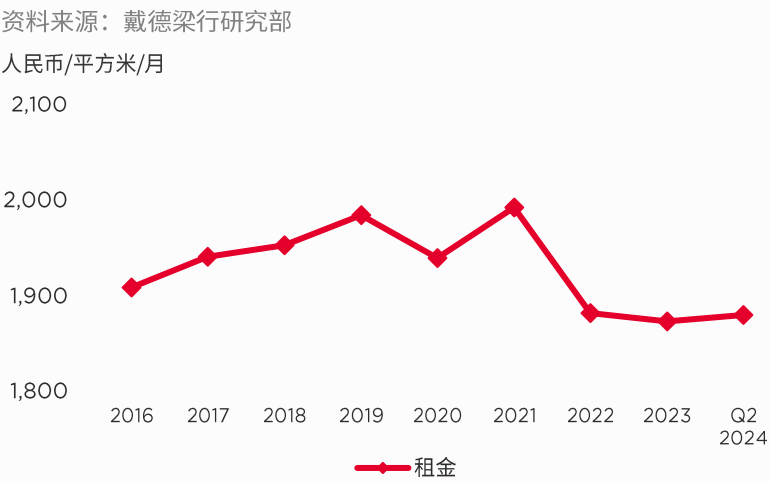
图17：上海零售物业市场数据（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商圈	存量 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
南京东路	460,660	6.3%	2,153.9
南京西路	665,738	5.8%	2,321.0
淮海中路	515,560	6.3%	1,490.2
徐家汇	282,000	1.4%	2,300.7
陆家嘴	1,029,978	6.2%	1,490.3
其他	20,424,307	9.9%	559.6
上海全市	23,378,243	9.3%	760.5

*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16：上海核心区域零售物业市场历年租金走势（2016年——2024年二季度）



零售物业未来展望

展望未来，2024年下半年，上海零售物业市场预计将有超120万平方米的新项目入市，其中包括宜家荟聚、超级合生汇和龙光蓝鲸世界等标杆项目。随着新兴区域的持续发展，预计全市平均租金将被进一步拉低。

2024年4月，上海市印发《上海市商圈能级提升三年行动方案（2024-2026年）》，提出完成商业设施城市更新300万平方米以上；到2026年，国际级消费集聚区消费规模年均增长5%以上，外来消费占比超过40%，商圈坪效年均增长5%以上，客流年均增长5%左右，每年全市新增首店数800家以上；上海全市建成10个智慧商圈和10个商旅文体融合示范商圈；市级商圈重点商户支持外卡pos机覆盖率，境外旅客购物离境退税商店覆盖率，母婴设施、无障碍设施和多语种服务覆盖率均达到100%。随着上海零售物业市场的不断升级和发展，以及国际品牌的持续青睐，上海将成为国内领先、国际一流的消费城市。



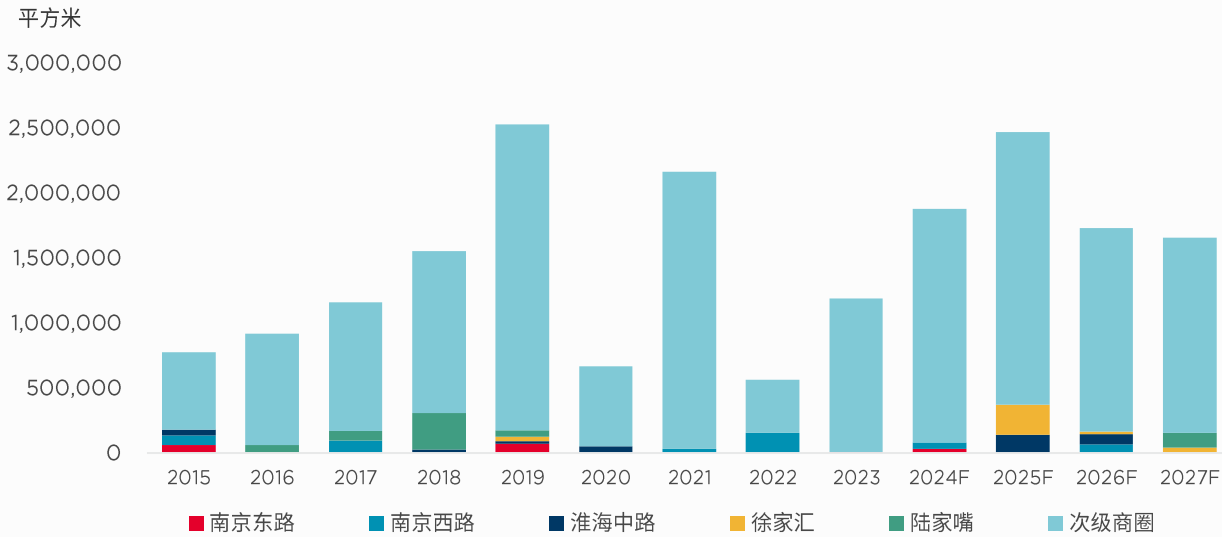
图18：上海零售物业市场未来供应主要项目（2024年下半年——2027年）

资料来源：戴德梁行研究部

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
置地广场	南京东路	2024	31,000
太平洋新天地	淮海中路	2025	83,000
徐家汇中心ITC 二期	徐家汇	2025	231,417
K11二期	淮海中路	2025	50,000
太古里	陆家嘴	2027	115,000

图19：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（2015年——2027年）

资料来源：戴德梁行研究部



深圳 零售物业市场 核心趋势



宋洁
商业部

leomi.j.song@cushwake.com



张晓端
研究部

xiaoduan.zhang@cushwake.com

“

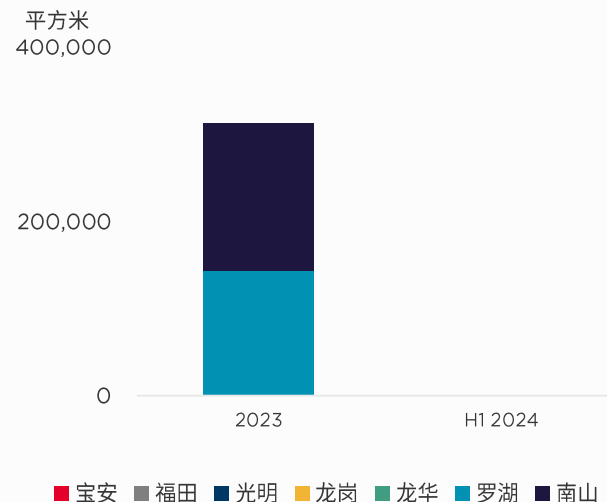
过去一年

2023年下半年至2024年上半年，KK Time 京基百纳时光及前海壹方汇开业，为深圳优质购物中心带来共计18万平方米的新增供应，全市存量也因此上升至659.9万平方米。

其中，KK Time 京基百纳时光结合罗湖水贝珠宝特色文化，打造国内购物中心最大珠宝特色街区；前海壹方汇则积极引入首店，带来的35家首店包括西餐品牌Le Pissenlit、运动鞋品牌SIDAS以及眼镜品牌乜镜。壹方城、深圳万象城、深圳湾万象城、领展中心城等优质购物中心近一年也有部分品牌首店进驻，其中不乏国内外知名品牌。此外，深圳零售物业市场正逐步形成“世界级—全国级—区域

图20：
深圳零售物业市场新增供应动态——
根据子市场划分（2023年—2024年上半年）

资料来源：戴德梁行研究部



零售物业需求趋势

过去一年

级—社区级”四级商业消费空间结构，旨在全方位、多层次地满足消费者日益增长的多元化消费需求。通过深入挖掘区域特色打造个性化街区、大力引进品牌首店以及构建层次分明的消费空间体系，深圳零售物业市场供应提质升级步伐加快。

在需求业态方面，2023年下半年至2024年上半年，零售业态在购物中心的新入驻数量超餐饮，占比47.5%，其中服饰相关品牌扩张势头强劲，除了传统知名服装品牌，还包括新兴潮牌、独立设计师品牌以及买手店。餐饮业态亦持续扩张，新开业数量占比43.7%，粤菜、新式饮品及奶茶、地方特色菜为三大开店主力。

得益于疫情后经济持续复苏、港人北上消费需求旺盛、品牌方预期改善以及政府提振消费的举措，截至2024年第二季度末，全市优质购物中心的整体空置率已下降至8.4%，创下了自2022年第二季度以来的历史新低，映射出商家对物业市场租赁需求的稳步回暖以及市场信心的回升。这一趋势亦带动了业主对市场的乐观情绪，促使全市优质购物中心最优层平均租金提升至每月每平方米812.1元。

图21：深圳零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年——2024年二季度）

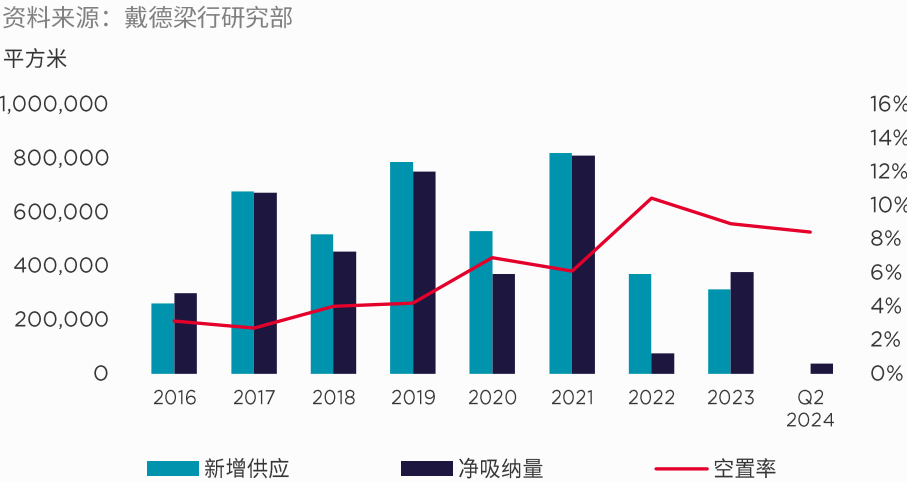


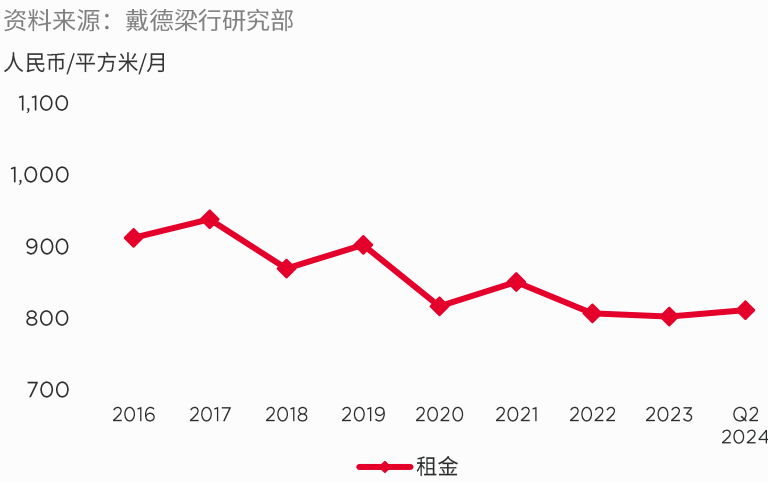
图23：深圳零售物业市场数据（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商圈	存量 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
罗湖	783,829	6.4%	1050.00
福田	1,348,000	9.7%	998.08
南山	1,820,583	13.2%	745.59
龙岗	807,000	5.6%	579.17
宝安	950,000	4.5%	904.17
龙华	640,000	4.9%	425.00
光明	250,000	5.4%	412.50
深圳全市	6,599,412	8.4%	812.05

*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22：深圳零售物业市场历年租金走势（2016年——2024年二季度）



零售物业未来展望

2024年中至2025年，深圳预计将有122.5万平方米的优质购物中心陆续入市，其中大部分位于新兴商圈。奢侈品牌的动态引人注目，深圳万象城爱马仕正着手升级扩店，深圳第二家香奈儿亦在同步规划中。同时，更多富含创新性、体验性的店铺也将陆续开业，包括首次加入烘豆与接待室板块的山池咖啡、设计师首饰买手店COINK CONCEPT默叙深圳首家概念店。此外，今年6月以来，《深圳市2024年优化国际化营商环境工作方案》等3份文件陆续印发，将有助于增强深圳对国际品牌的吸引力以及本土品牌竞争力，持续优化深圳消费市场供给质量。

2024上半年深圳社会消费品零售总额仅同比增长1.0%，未来供应增加叠加本地消费增长相对疲软或令后续深圳零售市场整体承压。但随着“144小时过境免签政策”的深入实施、中国免签国家名单的不断扩充，以及深中通道的正式开通，外籍游客及来自珠江口西岸的客群有望成为继港人之后，激发深圳消费市场活力的重要力量。此外，深圳政府正持续发力促进消费，积极推动消费品以旧换新，并努力拓展公园经济、赛事经济及低空经济等多元化消费场景，这些措施有望进一步挖掘和释放本地消费需求。



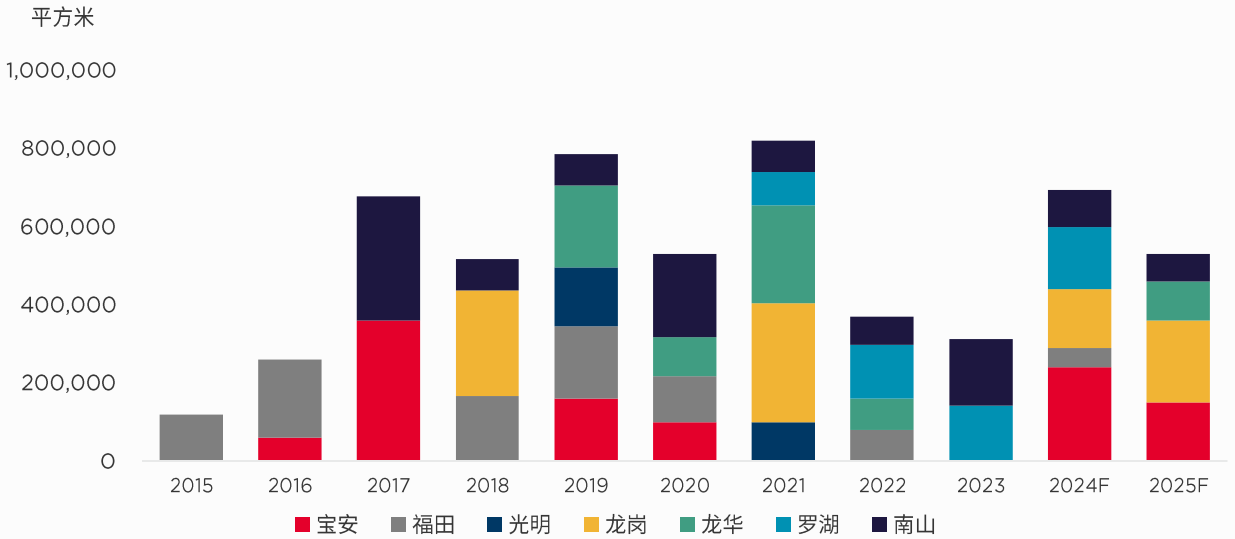
图24：
深圳零售物业市场未来供应主要项目（2024年下半年——2025年）

资料来源：戴德梁行研究部

项目名称	商圈	预计开业时间	建筑面积 (平方米)
太子湾新世界文化购物坊	南山	2024	95,000
坂田万科广场	龙岗	2024	150,000
罗湖益田假日广场	罗湖	2024	100,000
星河WORLD COCO Park二期	龙岗	2025	120,000

图25：
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——2025年）

资料来源：戴德梁行研究部



广州 零售物业市场 核心趋势



罗进良
广州总经理

andy.cl.law@cushwake.com



张晓端
研究部

xiaoduan.zhang@cushwake.com

“

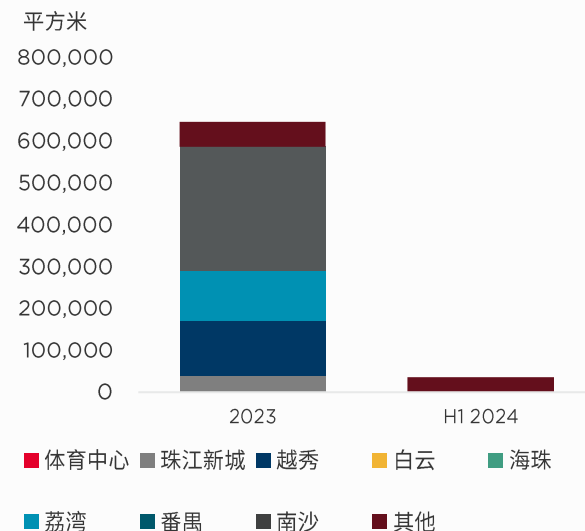
过去一年

过去一年，广州各大商圈客流量稳步恢复，暑期、春节和五一等节假日对消费活动起到刺激作用，一定程度带动本地消费热度上升。据统计，春节长假期间，广州市共接待市民游客超1555万人次，同比增长58%；文旅消费总额超112亿元，同比增长65%。而五一期间，广州假日消费热度位居全国前列，广州接待市民游客约1104万人次，实现文旅消费超106亿元。

2023年下半年至2024年上半年，广州迎来了优质购物中心供应的小高峰，9个项目的开业给广州带来共计68.3万平方米的新增供应，其中约75%的新增供应位于非核心商圈。全市存量推升至563.4万平方米。其中，多家购物中心品牌首次进入广州市场，如COCO PARK，环宇城，大悦汇等。

图26：
广州零售物业市场新增供应动态——
根据子市场划分（2023年——2024年上半年）

资料来源：戴德梁行研究部



零售物业需求趋势

过去一年

商圈客流的稳定恢复令消费市场信心平稳回升。多数购物中心入驻率保持稳定，但同时受到大量新增供应的结构性影响，全市整体空置率同比上升约1.1个百分点至7.3%。

需求方面，尽管消费需求复苏势头良好，但租户的观望情绪暂未完全消退。餐饮品牌仍是近一年购物中心开店的主力，占新开和待开店铺总数的40%以上。餐饮业态竞争更加激烈，观察到部分餐饮品牌围绕产品、装修、服务等方面进行迭代更新，为消费者提供新的消费体验。零售业态则表现分化，头部零售品牌表现积极，并倾向于在拥有成熟运营经验的优质项目拓店，而部分零售品牌则保持保守的扩张策略。

租金方面，尽管商圈客流量有所提升，品牌方依然关注成本控制，业主采取灵活的租金调整策略和让利措施以提高入驻率，如降低租金或者增加免租期等优惠条件。全市优质购物中心租金同比2023年上半年下降6.0%至每月每平方米716.4元。分片区来看，体育中心商圈的标杆项目以其优越的区域位置以及突出的商业运营能力，使区域租金保持坚挺。

图27：广州零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年——2024年二季度）

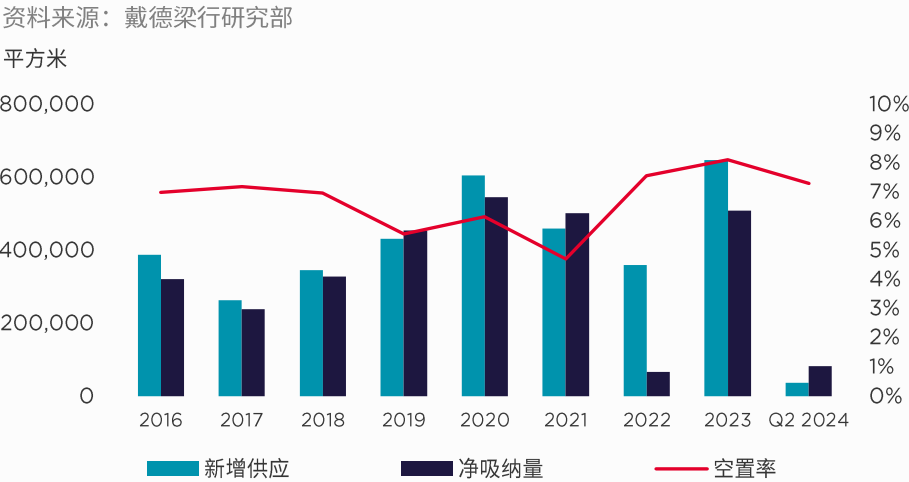


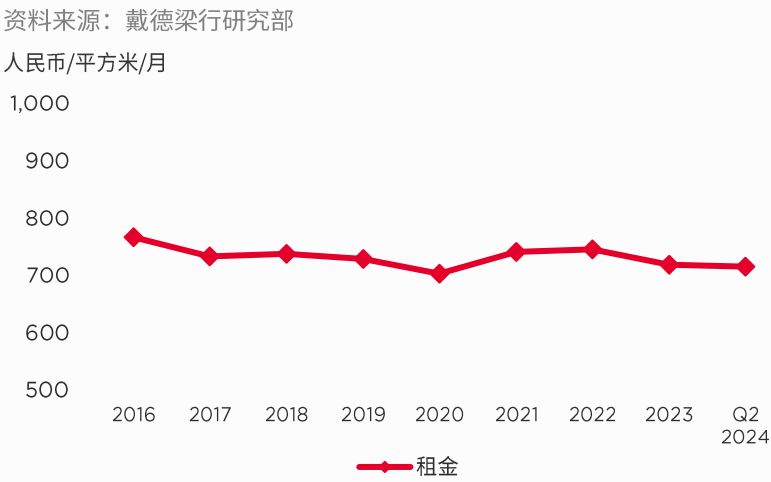
图29：广州零售物业市场数据（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商圈	存量 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
体育中心	867,800	1.1%	1,911.9
珠江新城	604,359	11.2%	769.9
越秀	477,200	9.0%	911.3
白云	738,300	8.2%	469.3
海珠	309,000	0.8%	600.6
荔湾	525,900	19.5%	483.3
番禺	563,225	1.2%	440.2
南沙	383,530	4.0%	280.0
其他	1,164,772	8.6%	323.2
广州全市	5,634,086	7.3%	716.4

*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28：广州零售物业市场历年租金走势（2016年——2024年二季度）



零售物业未来展望

结合在建项目的工程进度和计划，未来三年，广州将有130.6万平方米的优质购入中心进入市场。随着长隆-万博商圈、白鹅潭商圈等纷纷迎来高端商业载体，包括国内龙头商业运营商和知名港资开发商，这将加快广州“5+2+4”多核心商圈体系的建设。除了新项目的开发建设，一些存量项目也同时进行调整焕新，包括业态升级、租户调整等，这将有利于加快推进广州消费结构的升级。

为进一步活跃消费市场，广州今年在商圈体系建设、消费场景多元化、首店引进以及推进文产商旅融合发展等方面做出了指引。例如，推出15个羊城夜市先行区进一步激活夜间消费活力，提出优先培育3个中西特色美食集聚区助力餐饮业高质量发展，加强政策和资金支持促进首店首发经济，支持番禺、增城、从化打造全域旅游示范区，着力推进文商旅深度融合发展等。展望未来，在一系列扩内需、促消费举措下，有望进一步激发广州零售市场消费新活力，助力广州建设国际消费中心城市。



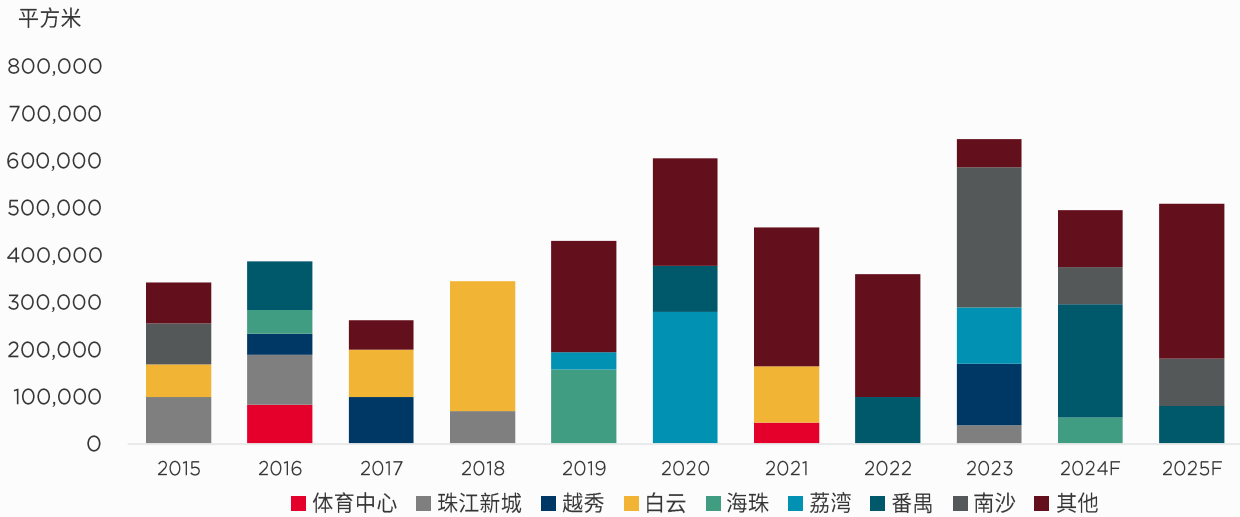
图30：
广州零售物业市场未来供应主要项目（2024年下半年——2025年）

资料来源：戴德梁行研究部

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
羊城广场	海珠	2024	57,000
君超广场	其他	2025	128,000
K11 Select	番禺	2025	81,000

图31：
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——2025年）

资料来源：戴德梁行研究部



成都 零售物业市场 核心趋势



张裕鹏
华西区董事总经理
gavin.yip.tjong@cushwake.com



贾莹
研究部
ivy.jia@cushwake.com

“

过去一年

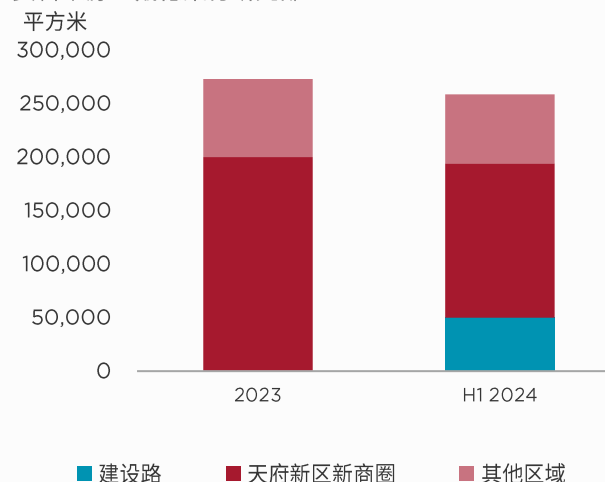
过去一年，成都优质零售物业市场共计录得两宗新增供应，天府大悦城的入市推动了天府新区新商圈的形成，而高新合生广场的入市则填补了中和片区优质零售物业的空白。

成都优质零售物业市场目前存量处于较高水平，未来供应主要以非标商业为主，2024年上半年成都迎来CPI和Cypark两个非标商业，这两个项目热度较高，其中CPI引进了大量的首店，如：SND、jajainthemoment等。在城市更新、公园城市建设的大背景下，这类非标商业有望成为成都商业市场多元化发展的机会点。

另外，为了应对激烈的竞争，成都优质零售物业市场中老旧或运营较差的项目开始自救，通过对项目翻新、重新定位和招引自带流量的品牌等举措实现对项目的更新升级。

图32：
成都零售物业市场新增供应动态——
根据子市场划分（2023年——2024年上半年）

资料来源：戴德梁行研究部



* 此处数据统计包含两个翻新的项目



零售物业需求趋势

过去一年

人口基数的支撑、商业的繁荣共同促进了成都社会消费品零售总额的增长，根据数据统计，2023年，成都成为第二个社会消费品零售总额突破1万亿元的省会城市，强大的消费力将持续吸引开发商和品牌商入蓉。

在假日经济的推动下，成都优质零售物业市场活力释放，2024年Q2，大部分项目营业额有一定幅度提升，但由于新项目的低价入市，导致全市租金环比下降1.1%至607.24元/平方米/月。

目前来看，成都优质零售物业市场的优质项目呈现两极分化的局面，一直以来经营情况较好的项目已经在疫情放开后恢复到正常水平，空置率呈现下降趋势；在疫情前经营情况较差的项目目前则处于动荡期，部分项目引进大量兴趣教培、生活服务业态填补空置，但仍旧有一些项目处于大面积调场状态，空置率不断升高，从而导致全市空置率环比上涨0.8个百分点至5.99%。

图33：成都零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和空置率（2016年——2024年二季度）

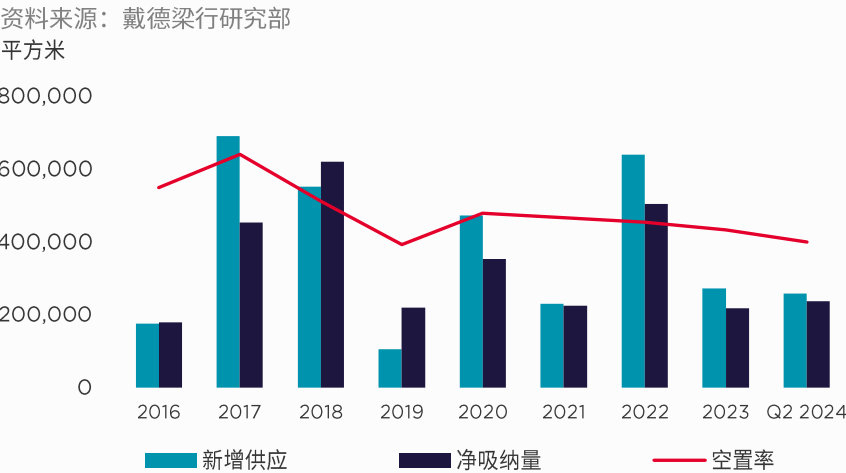


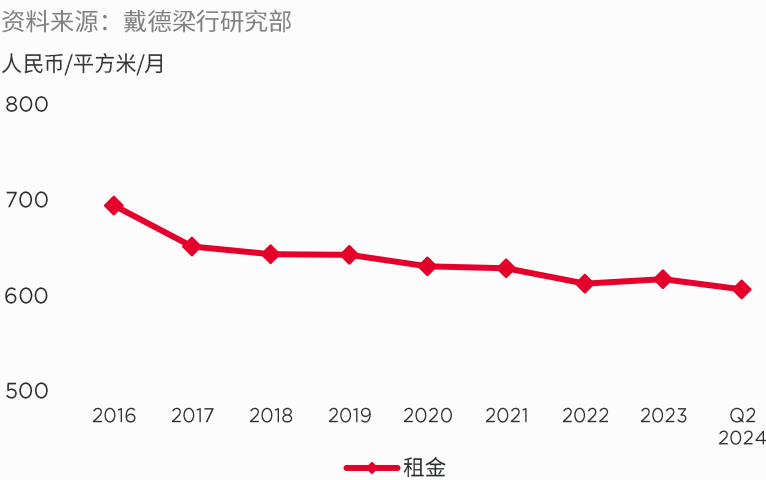
图35：成都零售物业市场数据（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商圈	存量 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
春盐商圈	1,191,556	12.05%	1,384.07
双楠-紫荆	663,000	6.87%	560.00
光华-金沙	306,171	2.53%	435.56
建设路	820,700	9.43%	360.00
攀成钢	592,239	4.04%	826.25
新南天地	281,773	5.01%	762.22
交子商圈	1,386,400	5.35%	527.14
大源	586,000	2.05%	380.28
城北	958,300	5.84%	453.33
城东	235,000	0.22%	387.78
天府新区新商圈	414,000	1.00%	383.89
其他区域	761,784	4.22%	478.75
成都市	8,196,923	5.99%	607.24

*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34：成都零售物业市场历年租金走势（2016年——2024年二季度）



零售物业未来展望

从载体方面来看，随着Z世代的崛起，个性化、多元化、小众化等趋势成为消费市场新的底层逻辑，商业化和物质感的购物中心与品牌越来越不被青睐。近两年，成都商业市场迎来了大量非标商业载体，此类型商业不同于传统购物中心，它们为消费者提供了更多的情绪价值和社交空间，如麓湖、东郊记忆、香香巷、REGULAR源野等。未来，在成都传统购物中心存量已经处于较大规模的情况下，此类非标商业载体将成为商业市场发展主要趋势。

另外，为抓住人们“最后一公里“的需求，成都正在大力打造“15分钟便民生活圈”，目前已经成型的有锦江区新型社区R29空间、武侯区传统社区玉林东路社区等，预计未来此类新型社区文化空间也将成为成都商业载体发展的又一趋势。



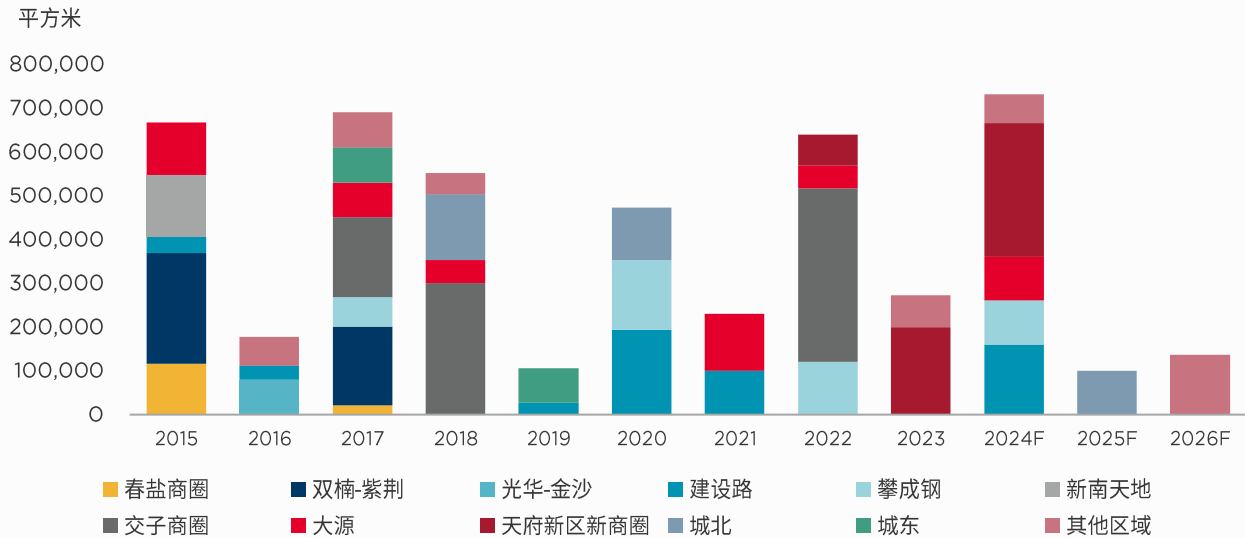
图36：
成都零售物业市场未来供应主要项目（2024年下半年——2026年）

资料来源：戴德梁行研究部

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
成都天府招商花园城	天府新区新商圈	2024	162,000
保利时光里	大源	2024	100,000
王府井Mall	建设路	2024	110,000
金牛大悦城	城北	2025	100,000
成都万象天地	其他	2026	136,000

图37：
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（2015年——2026年）

资料来源：戴德梁行研究部



杭州 零售物业市场 核心趋势



黎庆文
华东区董事总经理
kelvin.qw.li@cushwake.com



Shaun Brodie
研究部
shaun.fv.brodie@cushwake.com



过去一年

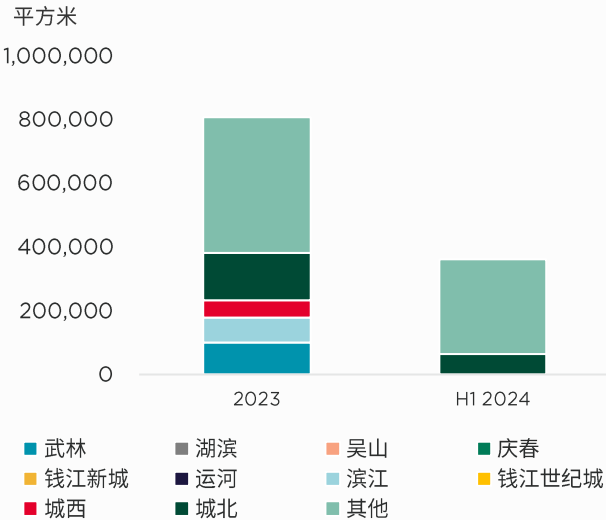
杭州全力以赴拼经济、稳增长，扎实推动各项工作落地落细，全市经济运行延续平稳恢复态势，部分领域趋于改善，高质量发展扎实推进。其中，消费市场延续修复，品质消费较为活跃。

从2023年第三季度至2024年第二季度，杭州优质零售市场迎来九大商业项目的正式开业，共计新添体量约86.5万平方米。与此同时，内外兼修、刚柔并济成为存量标杆商场建筑与空间迭代的统一镜像。例如，杭州大厦全面启动品牌形象提升改造，龙湖金沙天街迎来主题餐饮空间的焕新开业。

截至2024年第二季度，全市优质零售物业的总体存量攀升至702.4万平方米，相比2023年同期增长了13%。

图38：
杭州零售物业市场新增供应动态——
根据子市场划分（2023年——2024年上半年）

资料来源：戴德梁行研究部



零售物业需求趋势

过去一年

宏观数据方面，杭州消费市场延续修复，品质消费较为活跃。据杭州统计局数据，2024年上半年，全市实现社会消费品零售总额3,724亿元，同比持平。在政策补贴、“五一”和“618”促销等因素拉动下，新能源汽车、化妆品类、通讯器材类商品销售持续活跃，其零售额实现两位数同比增长，分别达11.2%、12.2%、18.6%；基本生活类商品销售平稳，粮油、食品类零售额同比增长4.7%。

随着城市空间承载力、产业承载力的不断提升和优化，2023年末，杭州市常住人口1252.2万人，同比增加14.6万人，晋升为超大城市。年龄构成中，杭州15-59岁的人口占比为67.7%，高于全省平均值65.1%。持续释放的人口红利和收入优势将进一步带动城市消费扩容提质升级。

2024年杭州继续坚持政策和活动“双轮驱动”，发挥亚运长尾效应，全力打造国际新型消费中心城市。在业态方面，大力发展首店经济、夜间经济、外摆经济等新型消费，积极培育智能家居、体育赛事、国货“潮品”等消费增长点，提振新能源汽车、电子产品等大宗消费。

图39：杭州零售物业市场历年新增供应、净吸纳量和出租率（2016年——2024年二季度）

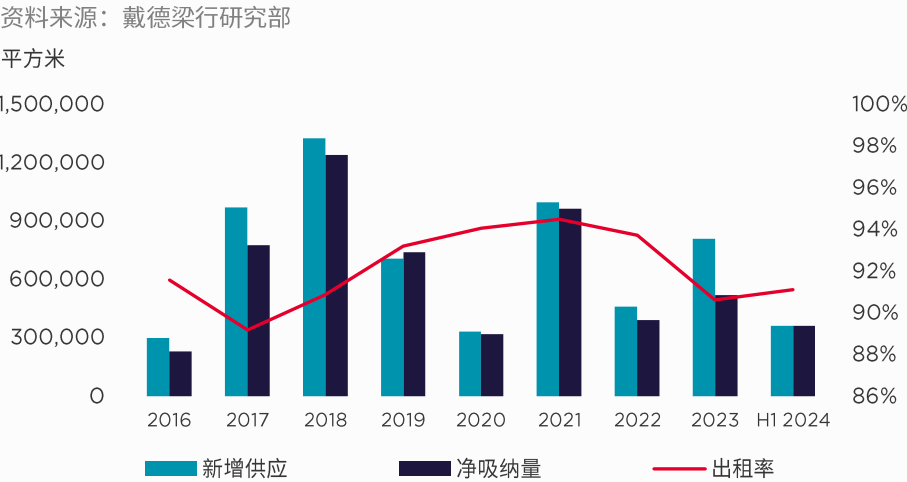


图40：杭州零售物业市场历年租金走势（2016年——2024年二季度）

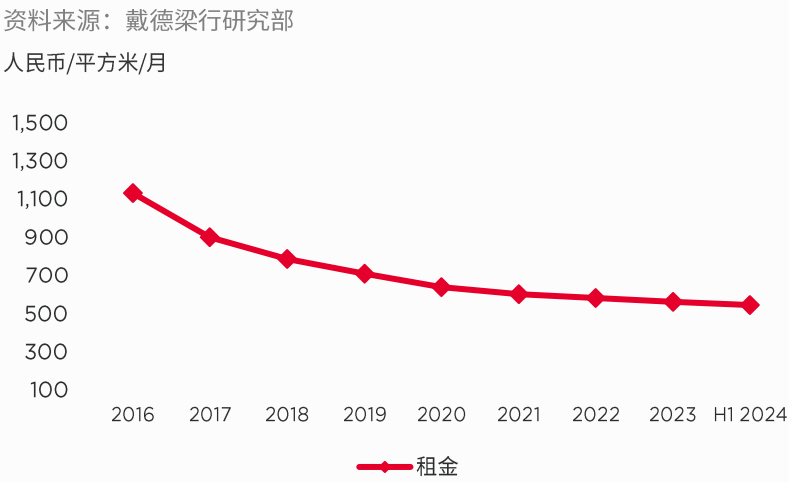


图41：杭州零售物业市场数据（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商圈	存量 (平方米)	空置率	平均租金 (人民币/平方米/月)*
武林	498,930	4.6%	800 - 1,500
湖滨	544,400	4.6%	700 - 1,500
吴山	176,000	9.7%	500 - 1,000
庆春	193,000	2.1%	600 - 800
钱江新城	513,000	3.9%	600 - 1,000
杭州全市	7,024,070	8.9%	600 - 1,000

*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；

零售物业未来展望

据不完全统计，2024下半年杭州优质零售市场预计将迎来约38万平方米的体量。

轻资产业务模式热度持续上升，多家商业地产企业接连发力，以期实现可持续发展。二季度，华润商业官宣成功竞得滨江浦沿伟业路TOD物业租赁权，未来将以华润的商业产品运营该物业。龙湖商业宣布将与钱江制冷集团携手打造杭州首座星悦荟，这是龙湖在杭州布局的第14座商业项目，同时也是杭州第5个轻资产项目。

政策方面，6月《杭州市关于进一步促进“演赛展商旅”联动 打造“赛会之城·购物天堂”的若干措施》正式发布，旨在通过15条举措的实施，促进演艺、赛事、展会、商贸、文旅等不同业态深度融合与创新发展，培育壮大新型消费，激发消费潜能，加快建设国际消费中心城市。



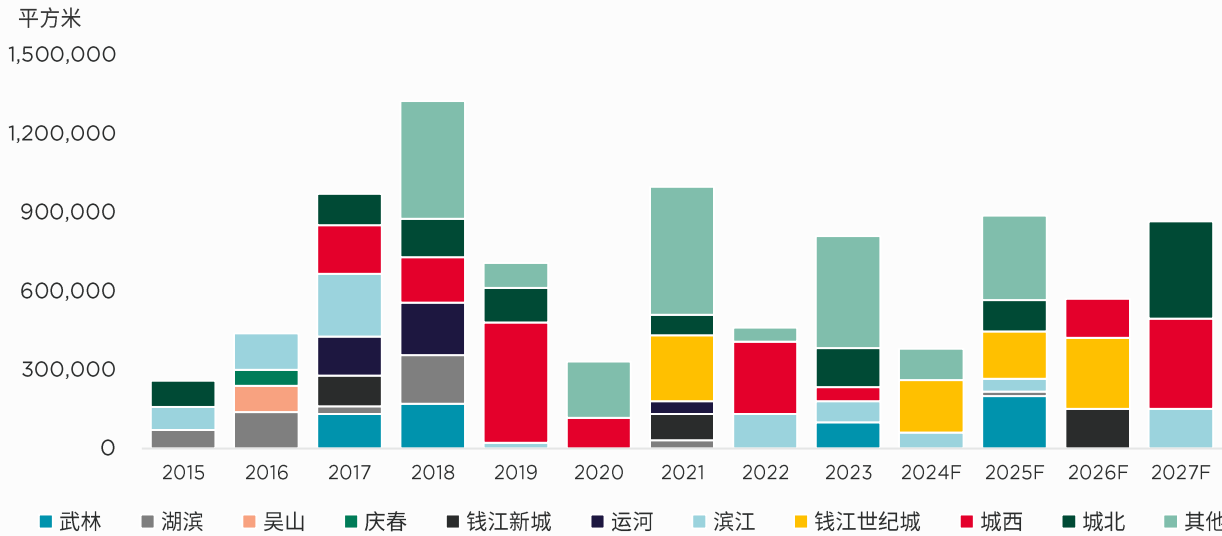
图42：
杭州零售物业市场未来供应主要项目（2024年下半年）

资料来源：戴德梁行研究部

项目名称	商圈	预计开业时间	零售建筑面积 (平方米)
奥体银泰百货	钱江世纪城	2024	200,000
江南樱花里	滨江	2024	60,000
龙湖下沙江滨项目	下沙	2024	70,000
德信中心	城东	2024	50,000

图43：
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（2015年——2027年）

资料来源：戴德梁行研究部



香港 零售物业市场 核心趋势



萧亮辉
香港董事总经理

john.siu@cushwake.com



邓淑贤
研究部

rosanna.tang@cushwake.com

“

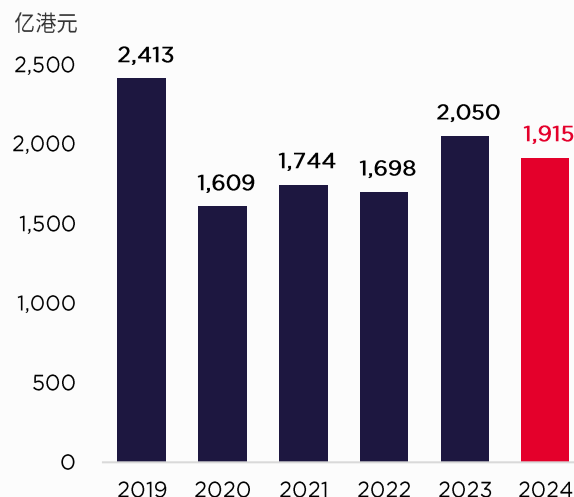
过去一年

自2023年初香港正式恢复全面通关，访港旅客数字一直稳步上升，其中，2024年首六个月访港旅客数字录得超过二千一百万人次，与去年同期相比增加超过64%，同时回到疫情前2019年同期约六成的水平。

然而，随着入境旅客消费模式改变、以及港元汇率高企，旅客消费复苏步伐未如预期，加上港人北上消费成风，出境港人数字对比来港旅客的净流出数字有加剧趋势，本地消费难免被削弱。因此，今年上半年本地零售业销售额表现有所放缓，总计录得1,915亿港元，按年跌6.6%，除了「药物及化妆品」之外，各主要零售类别均呈下调之势，当中亦包括「珠宝及钟表」和「服装及配饰」等一向受游客欢迎的类别。

图44：
香港1-6月零售业销货价值
(2019年—2024年)

资料来源：香港政府统计处，戴德梁行研究部



零售物业需求趋势

过去一年

在入境旅客数字稳步上升的情况下，不少零售商趁机在整体租金水平仍属于较低水平下进驻或扩张至一线街区，当中以港岛区的租赁活动较为活跃，今年首两季不乏来自本地和国际品牌的租赁活动。在中环区的主要成交中，先有本地运动服装零售商允记租下约4,920平方呎的多层商铺，后有瑞士运动品牌昂跑进驻一个3,680平方呎地铺，作其香港首间专门店和旗舰店。同时，瑞士顶级腕表品牌法穆兰和意大利知名时装品牌Falconeri亦在皇后大道中设立新据点。而在铜锣湾，则有一内地餐饮品牌和府捞面开设其香港首店。

另一方面，尖沙咀区的人流也有明显改善，该区上半年最受瞩目的成交为日本动漫和游戏专卖店ANIMA TOKYO承租约55,000平方呎的多层楼面，为其在港第一家也是最大的动漫体验馆。

随着租赁气氛逐渐回暖，截至第二季，各区一线街铺平均空置率进一步回落至7.8%水平。因此，一线街铺租金继续平稳回升，各核心区年初至今录得5%内的低单位数增长，其中以最受旅客欢迎的尖沙咀区以及受高端旅客和本地消费支持的中环区升幅较为明显。

图45：
香港一线街铺平均租金
(2019年——2024年二季度)

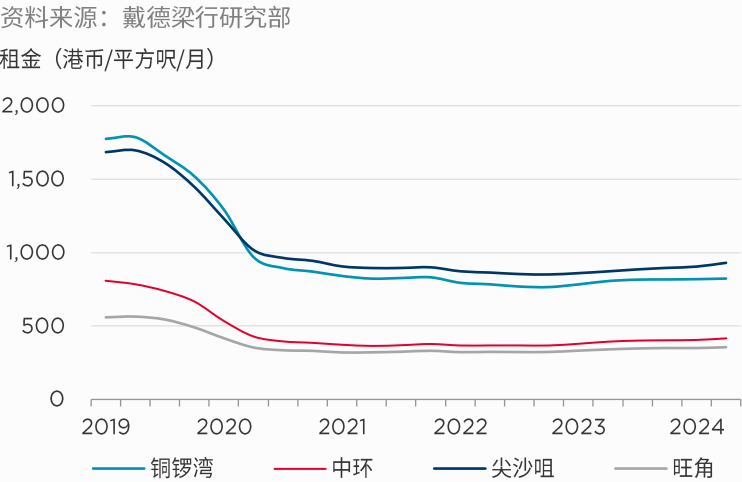


图47：
香港一线街铺平均租金（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

区域	平均租金 (港币/平方呎/月)	未来一年预测
铜锣湾	822.5	▲
中环	414.8	▲
尖沙咀	930.6	▲
旺角	355.8	▲
香港平均	630.9	▲

图46：
香港餐饮业平均租金
(2019年——2024年二季度)

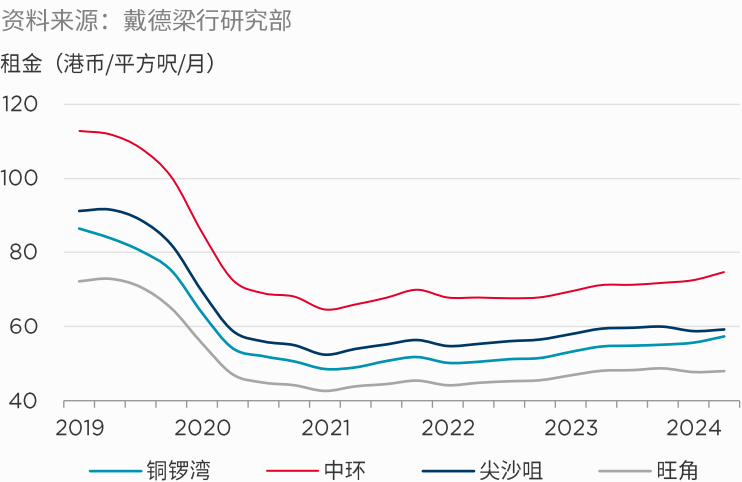


图48：
香港一线街铺空置率（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

区域	空置率	未来一年预测
铜锣湾	2.6%	▼
中环	7.0%	▼
尖沙咀	10.6%	▼
旺角	11.1%	▼
香港平均	7.8%	▼

零售物业未来展望

展望未来，面对内地旅客和本地市民消费模式的结构性转变，预期国际品牌在制定扩张策略和选址方面普遍取态审慎，我们相信短期内租赁需求将继续以受欢迎的国内零售和餐饮品牌为主力。

利好因素方面，中央政府最近推出各项惠港措施，如将「个人游」计划的覆盖范围扩大至更多的内地城市，亦将分阶段提高内地居民旅客自香港进境内地携带行李物品的免税额度，预期有效进一步支持旅客在港消费活动，提振香港零售市道气氛。此外，香港政府正积极推动盛事经济，宣布了一系列推广世界级大型活动和会议展览以刺激经济的措施，亦已公布2024年下半年盛事年表，相信这些大型活动能为入境旅客带来更多独特和「深度游」体验，有助吸引过更多海外旅客到港，为一线街区带来更多人流和消费活动。

而随着访港旅客人数稳步增加，相信一线街铺空置情况能进一步获改善，下半年各区一线街铺租金升幅或将介乎0至5%。



图49：
香港零售物业市场主要租赁成交（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商铺地址	区域	租户	类型	租赁面积 (平方呎, 实用面积)
皇后大道中80号H Queen's地下2号铺	中环	昂跑 On Running	运动休闲	3,680
皇后大道中16-18号新世界大厦地下18A号铺及阁楼	中环	法穆兰 Franck Muller	珠宝及钟表	1,630
启超道8号地铺	铜锣湾	BRAND OFF	服装及配饰	1,130
皇后大道中72号百佳大厦地铺	中环	Falconeri	服装及配饰	1,110
海防道53-55号海防大厦地下5号铺	尖沙咀	金至尊珠宝	珠宝及钟表	610

備注：香港的零售市場分析只計算各核心街區最優質的一綫地段
銅鑼灣：羅素街，啟超道
中環：皇后大道中，畢打街
尖沙咀：廣東道，海防道
旺角：西洋菜南街，亞皆老街

台北 零售物业市场 核心趋势



颜炳立

台湾分公司董事总经理

billy.pl.yen@cushwake.com



李易璇

研究部

eason.i.h.lee@cushwake.com

“

过去一年

2023年台北完全摆脱疫情的阴霾，全年来台观光人数回到疫情前（2019年）半数的水准，各主要商圈除可见外国旅客逐渐回流外，作为基本盘的内需消费表现同样旺盛。下半年，百货龙头新光三越「Diamond Towers」进军忠孝商圈，而位于市中心外围区的「裕隆城」也盛大开幕，些动向显示零售业者对消费需求的信心十足。此外，台北大巨蛋球场在年底迎来了首场国际赛事，这对东区商圈带来了显著人流，可望为商圈注入新活力。



零售物业需求趋势

过去半年

2024年上半年，中山南京及西门商圈的空置率几乎回到疫情前，同时商圈的租金也呈现上涨趋势。西门商圈中，大型知名品牌、电商品牌及独立品牌陆续进驻展店，截至2024年第二季空置率已连八季度下降，来到3.5%。忠孝商圈在中华职棒例行赛事固定进驻大巨蛋球场期间，有效带动周边人潮，第二季度空置率为12.3%，目前部分商家开始装修，预计下半年将会有新店入驻。中山南京商圈已回到疫情前低点，第二季空置率3.3%。

图52：台北主要零售商圈市场数据（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商圈	空置率	租金范围 (新台币/坪/月)	未来一年走势
忠孝商圈	12.3%	8,000-11,000	■
中山南京商圈	3.3%	7,200-12,200	▲
西门商圈	3.5%	9,400-15,400	▲

*只考虑主要商圈沿街店面，除非特别说明，所有数据都是按照毛面积计算，租金不包括管理费及其他开支；
*面积换算：1坪=35.58平方尺=3.3平方米。

图50：西门商圈租金/空置率（2020年——2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

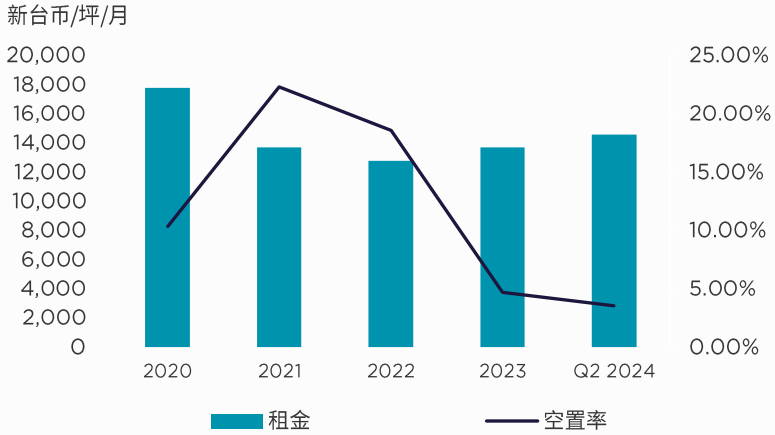


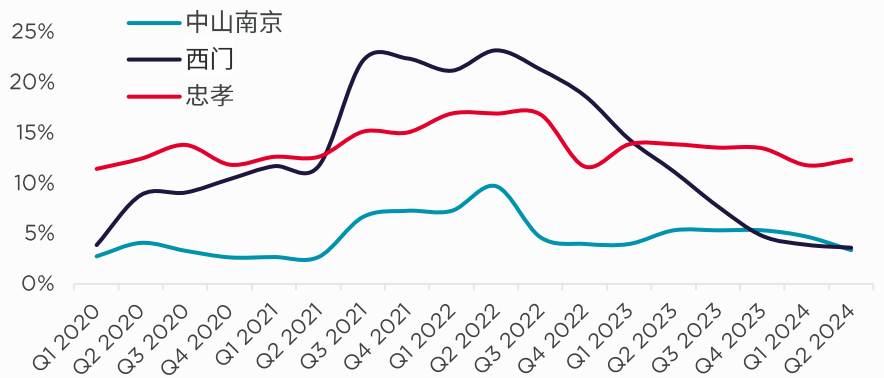
图51：台北主要新店开幕（2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部

商圈名称	路段	租户	面积 (坪)
中山南京商圈	南京东路一段	客美多	50
中山南京商圈	中山北路一段	久久国际地产	247
西门商圈	峨眉街	RHINOSHIELD	-
忠孝商圈	忠孝东路四段	Dignity D.	40

图53：台北主要零售商圈各季度空置率（2020年——2024年二季度）

资料来源：戴德梁行研究部



零售物业未来展望

预期2024年来台观光人数几乎恢复到2019年水准，各商圈外国旅客已逐渐回流，整体内需市场稳定，消费动能也已回归正常生活态势，内需市场延续去年基本盘。台北大巨蛋Taipei Dome已于2023年底开幕，今年开始定期举办各项赛事，为周边带来固定活动人潮，加上其商场-远东Garden City第一期以「潮美食公园」的多家餐饮揭开商场序幕，未来三期都将持续为东区注入新商息。

在后疫情时代，人们生活重新回归对实体消费的重视，同时原生电商品牌开设实体店的风潮逐渐成型，电商品牌除了在各商圈中开设独立店面或全栋多元品牌的小型复合型百货，对于进驻传统百货商场更能形成互利共生的关系，百货场商提供实体营运空间，搭配电商品牌自带的导客能力，吸引年轻世代进入百货商场。



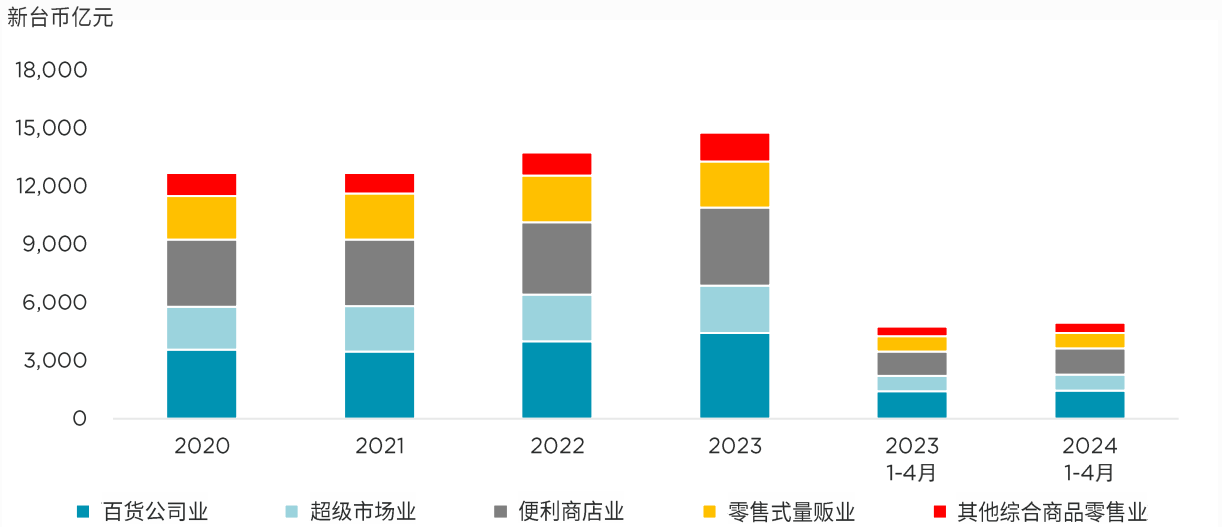
图54：
台北零售物业市场未来供应主要项目（2024年下半年）

资料来源：戴德梁行研究部

项目名称	区域	预计开业时间	营业面积（坪）
Mitsui Shopping Park Lalaport 南港	台北市南港区	2024	47,000
远东Garden City	台北市信义区	2024	42,000

图55：
台湾综合商品零售营业额
（2020年——2024年1月至4月）

资料来源：经济部统计处，戴德梁行研究部



要点总结

- 2024年上半年，中国社会消费品零售总额23.6万亿元，同比增长3.7%。按消费类型分，服务和升级类商品零售额增速较快。
- 截至2024年二季度，中国16个主要城市的中高端商场存量达到1.13亿平方米。
- 过去一年，中国优质零售物业市场需求保持活跃。因此，2024年第二季度，大中华区16个主要城市的整体空置率降至10.6%。
- 展望未来，全球经济疲弱，以及国内经济增长放缓，大众对消费会更加谨慎。尽管如此，考虑到人均可支配收入的增加，升级类商品消费需求的持续上升，大中华区零售市场前景积极向好。



大中华区业务联系人



甄仕奇

中国区商业部 董事总经理
duke.sq.zhen@cushwake.com



黎庆文

华东区 董事总经理
kelvin.qw.li@cushwake.com



萧亮辉

香港 董事总经理
john.siu@cushwake.com



孟祎

北区商业部 董事
amy.y.meng@cushwake.com



罗进良

广州 总经理
andy.cl.law@cushwake.com



颜炳立

台湾分公司 董事总经理
billy.pl.yen@cushwake.com



宋洁

深圳商业部 董事
leomi.j.song@cushwake.com



郭雪君

武汉商业部 董事
georgina.xj.guo@cushwake.com



张裕鹏

华西区 董事总经理
gavin.y.p.tjong@cushwake.com



唐正艺

重庆商业部 高级助理董事
ellie.zy.tang@cushwake.com



赵钢

青岛商业部 高级助理董事
eric.g.zhao@cushwake.com

大中华区研究部联系人



魏东

北区
研究部主管

sabrina.d.wei@cushwake.com



张晓端

华南及华中区
研究部主管

xiaoduan.zhang@cushwake.com



贾萱

华西区
研究部主管

ivy.jia@cushwake.com



邓淑贤

香港
研究部主管

rosanna.tang@cushwake.com



李易璇

台湾
研究部助理董事

eason.ih.lee@cushwake.com

这篇报告是由戴德梁行大中华区研究内容主管Shaun Brodie指导，研究部冀杨撰写。相关信息收集及数据分析由杨丽英、朱凯璐、林颖丝、钟荔、蔡智英、羅明慧及李易璇完成。

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：



戴德梁行官方微信



戴德梁行订阅中心

Shaun Brodie

大中华区研究内容主管

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52,000名专业员工。在大中华区，23家分公司合力引领市场发展。2023年公司全球营业收入达95亿美元，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。戴德梁行拥有多元化、平等和包容性的企业文化，在可持续发展等领域表现卓越，赢得众多行业重磅奖项和至高荣誉。更多详情，请浏览 www.cushmanwakefield.com.cn 或关注我们的官方微信（戴德梁行）。

免责声明

本报告中所包含的信息从多个被认为是可靠的来源收集，包括由戴德梁行委托完成的报告。本报告仅供信息参考之用，其中可能包含错误或遗漏；本报告不对其准确性作出任何保证或声明。

本报告中的任何内容均不得被视为CWK证券未来表现的指标。您不应基于此处的观点，购买或出售CWK或任何其他公司的证券。CWK对于基于本报告所包含的信息所购买或出售的证券，概不负责。您在浏览本报告时，即放弃因报告中信息的准确性、完整性、充分性或您使用报告中包含的信息而对CWK以及CWK的关联公司、高级职员、董事、雇员、代理人、顾问和代表提出任何索赔。