



# 中国零售地产与消费市场 2024年度研究报告

仲量联行研究部

2025年2月



SEE A BRIGHTER WAY  
向光而为

# 目录

## 01 宏观经济

客流	04
社零	06
网上零售额	10
节假日经济	12
消费意愿	13
消费贡献率	14
价格指数	15
居民收支	16
支出构成	18

## 02 零售地产市场

数据概览	21
存量分析	23
供应分析	25
空置率分析	30
供需分析	32
租金分析	33

## 03 消费趋势

租赁总览   一级业态	35
租赁总览   二级业态	36
业态趋势	37
情绪价值	38
理性审慎	39
品质生活	40

## 04 市场应对

政府端   消费激励	42
物业端   业主策略	43
投资端   融资分析	44

## 05 未来展望

供应端	47
需求端	48
政府端	51
回顾与展望	52



# | 宏观经济

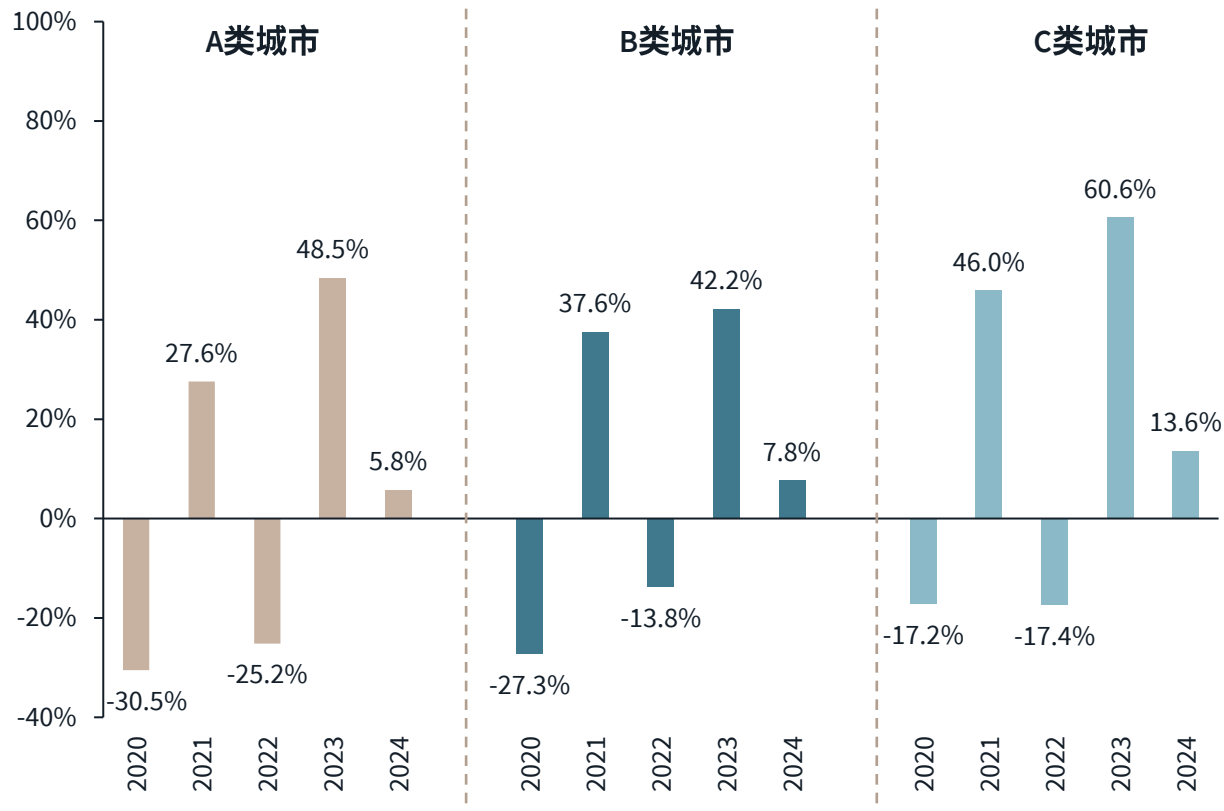
0

1

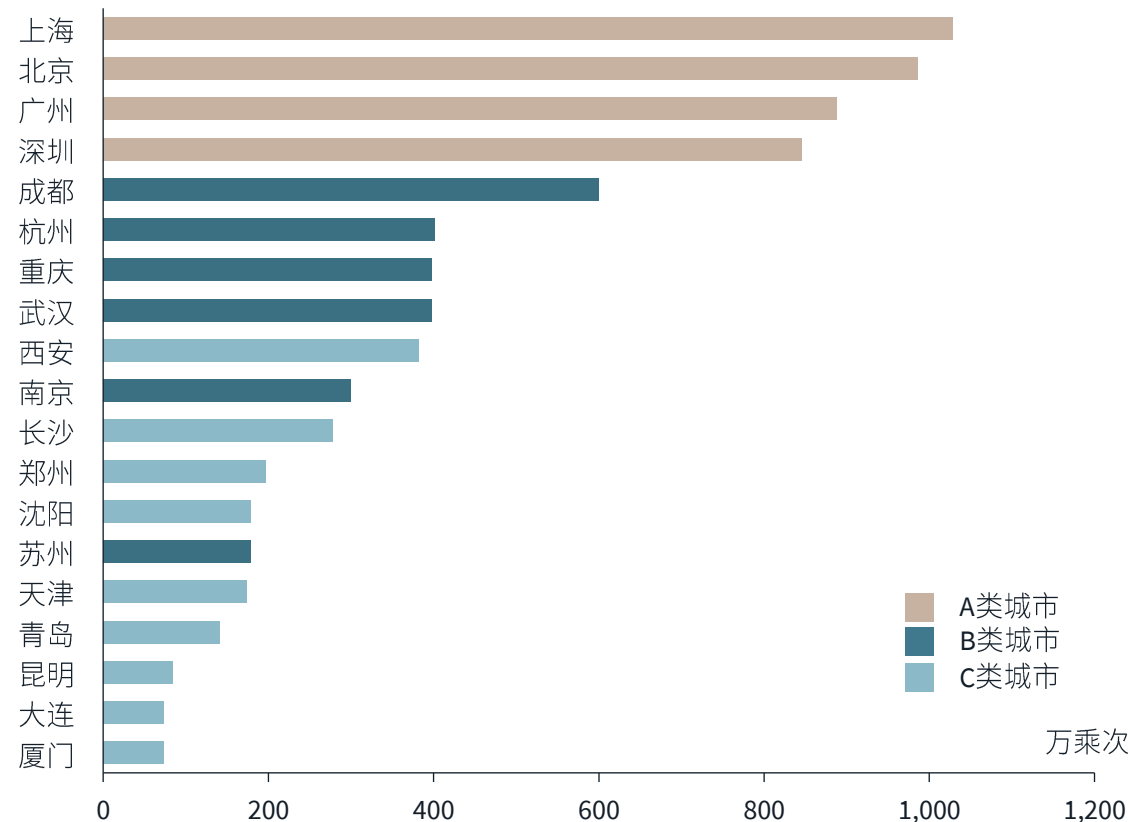


# 市内客流：地铁客运量稳步增长，2024年低线城市增速领先

## 地铁日均客流同比增速



## 2024年中国重点城市地铁日均客流量

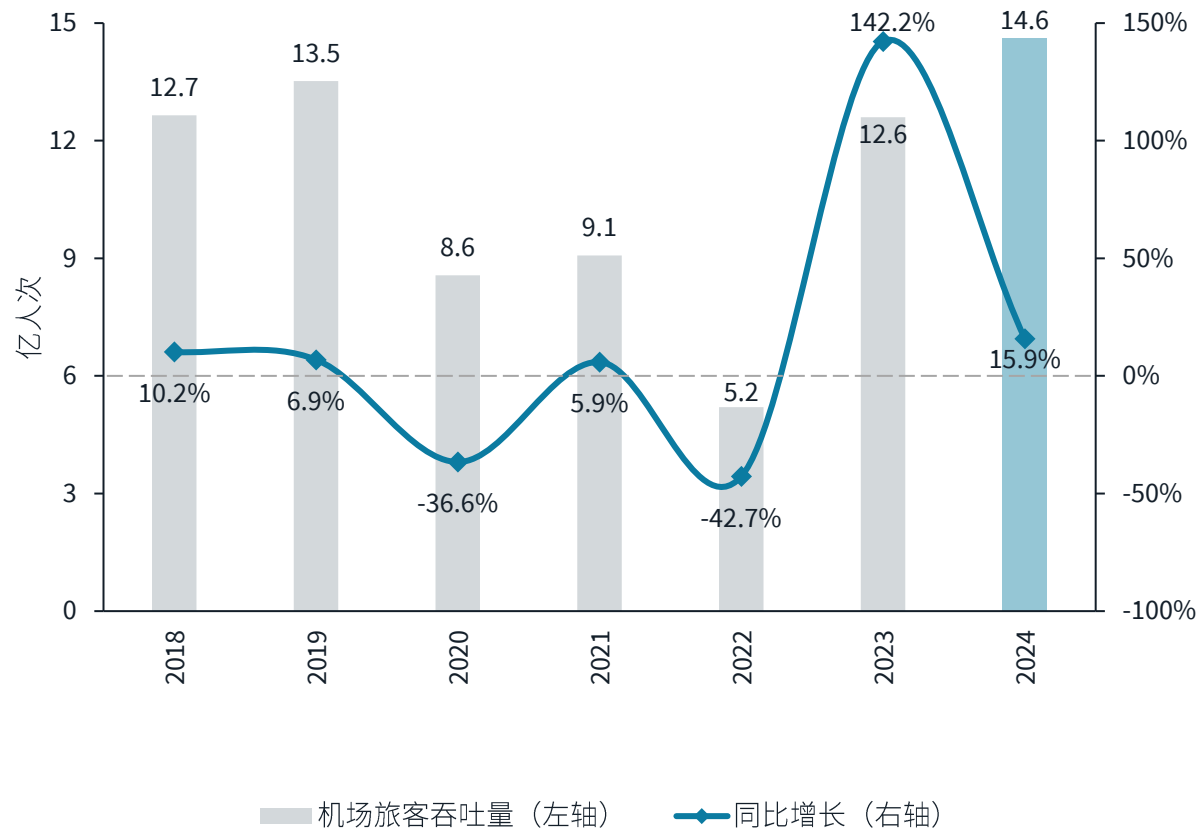


注：A类城市包括：北京、上海、广州、深圳；B类城市包括：成都、武汉、苏州、重庆、杭州、南京；C类城市包括：长沙、郑州、天津、西安、沈阳、青岛、宁波、无锡、厦门、大连、昆明，由于杭州、无锡、宁波数据不可得，故未纳入左图计算，右图杭州数据来自微博。所有客流均包含新开地铁线路。

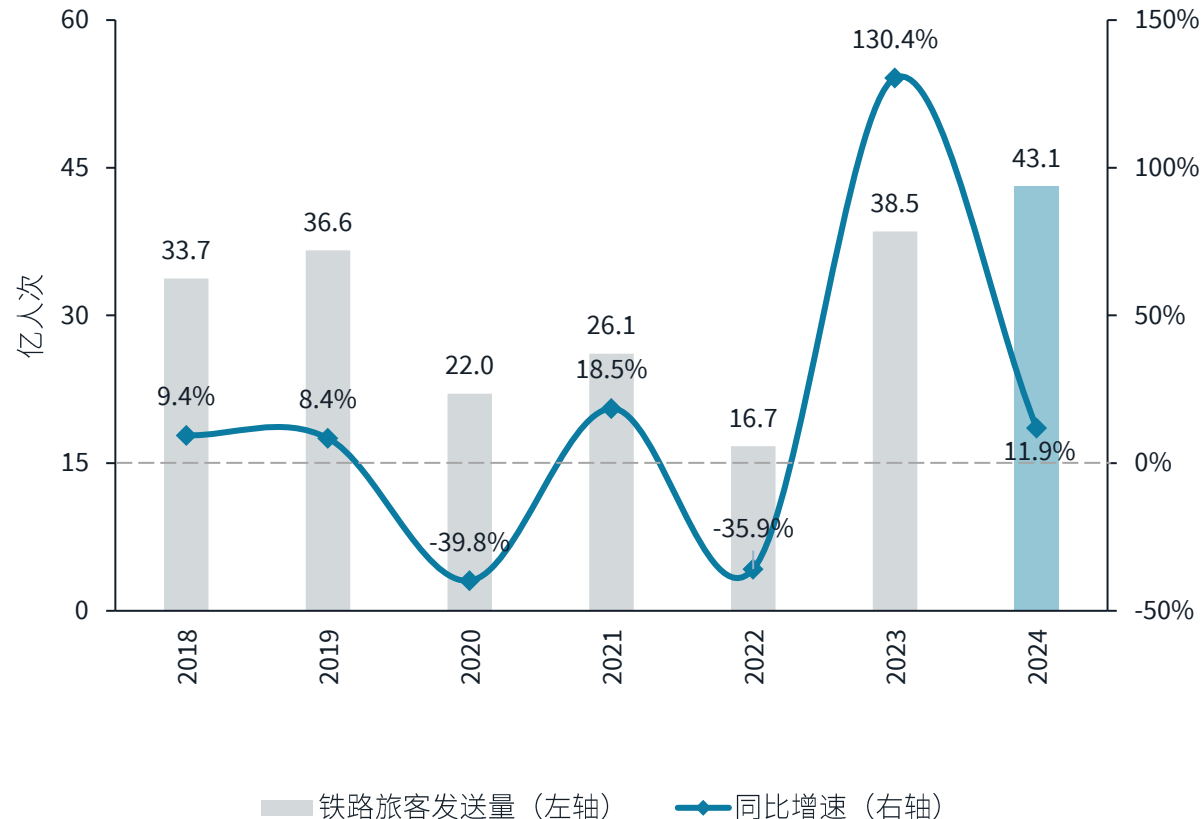
数据来源：iFind数据库，仲量联行研究部，2025年2月

# 城际客流：空铁客流持续攀升，均超2019年水平，但增速收窄

## 中国民航旅客吞吐量及同比增速



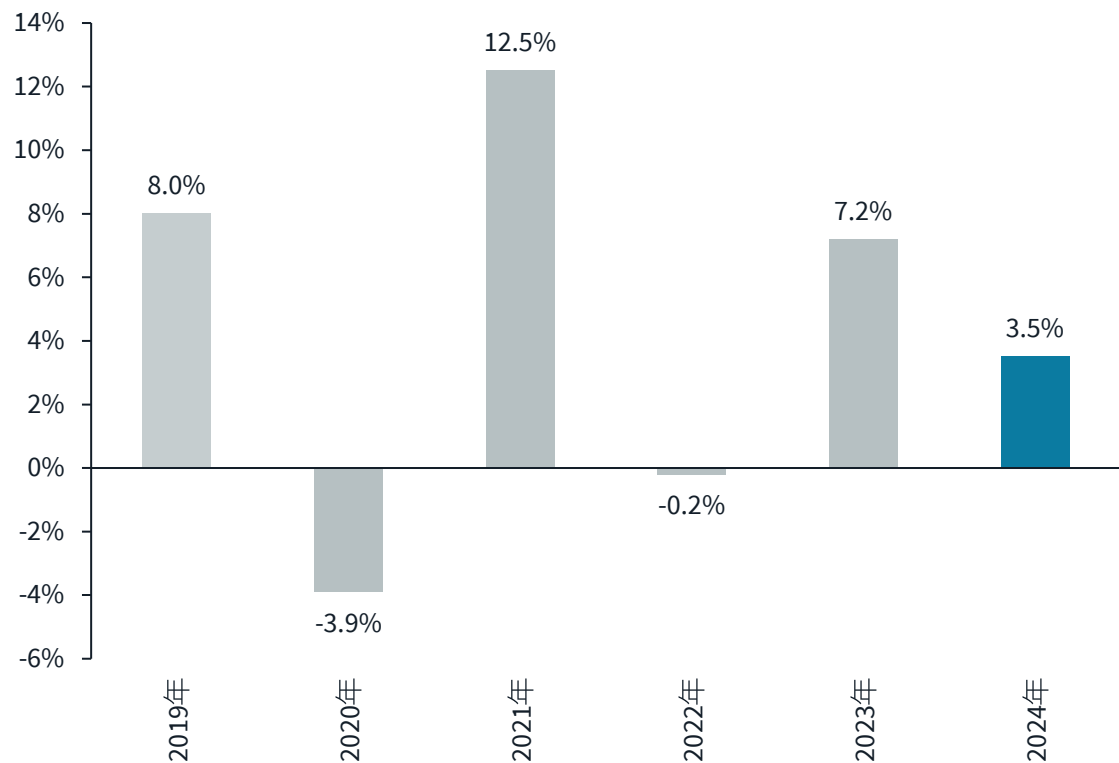
## 中国铁路旅客发送量及同比增速



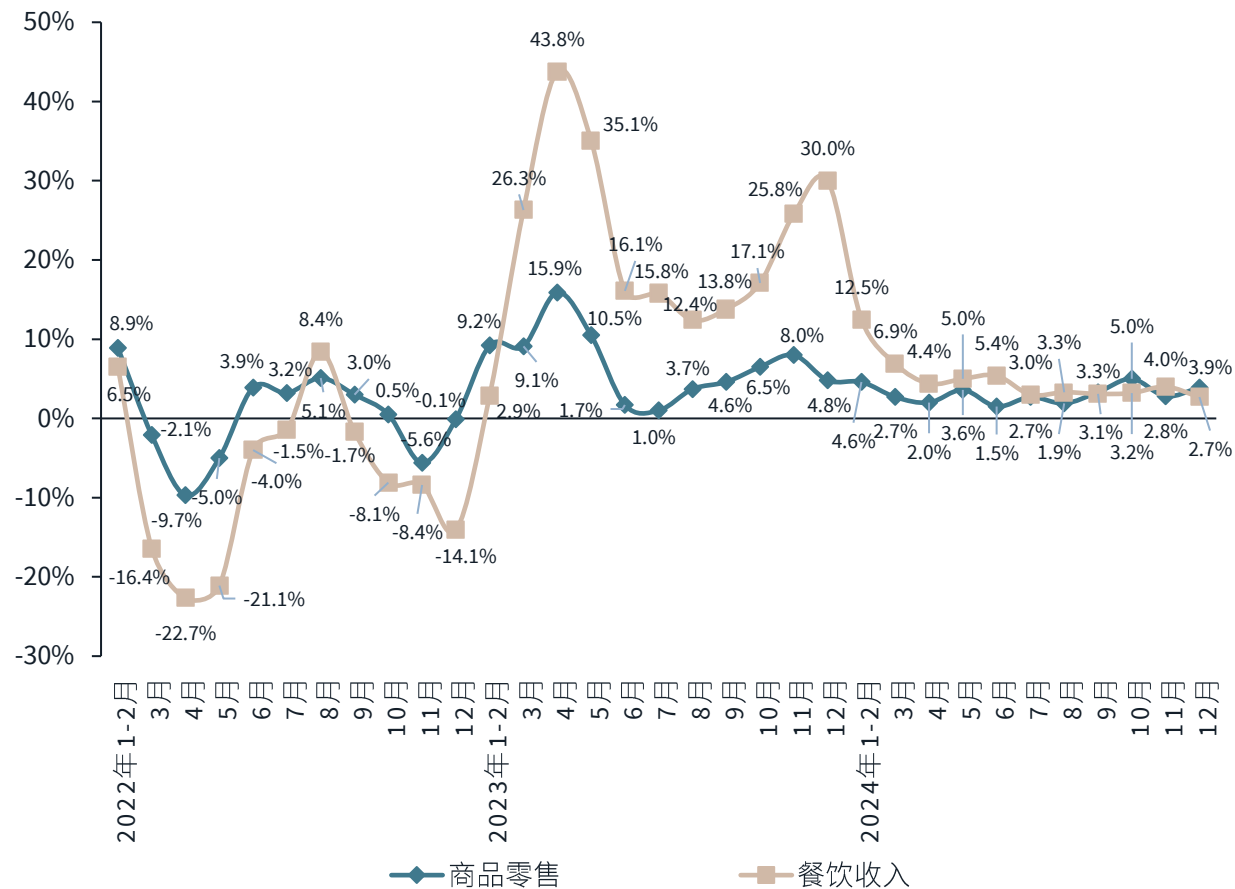
数据来源：中国民用航空局、中国交通运输部，仲量联行研究部，2025年2月

# 社零：社零总额稳健增长彰显消费基本盘，餐饮与零售增速差缩窄

中国社会消费品零售总额同比增速



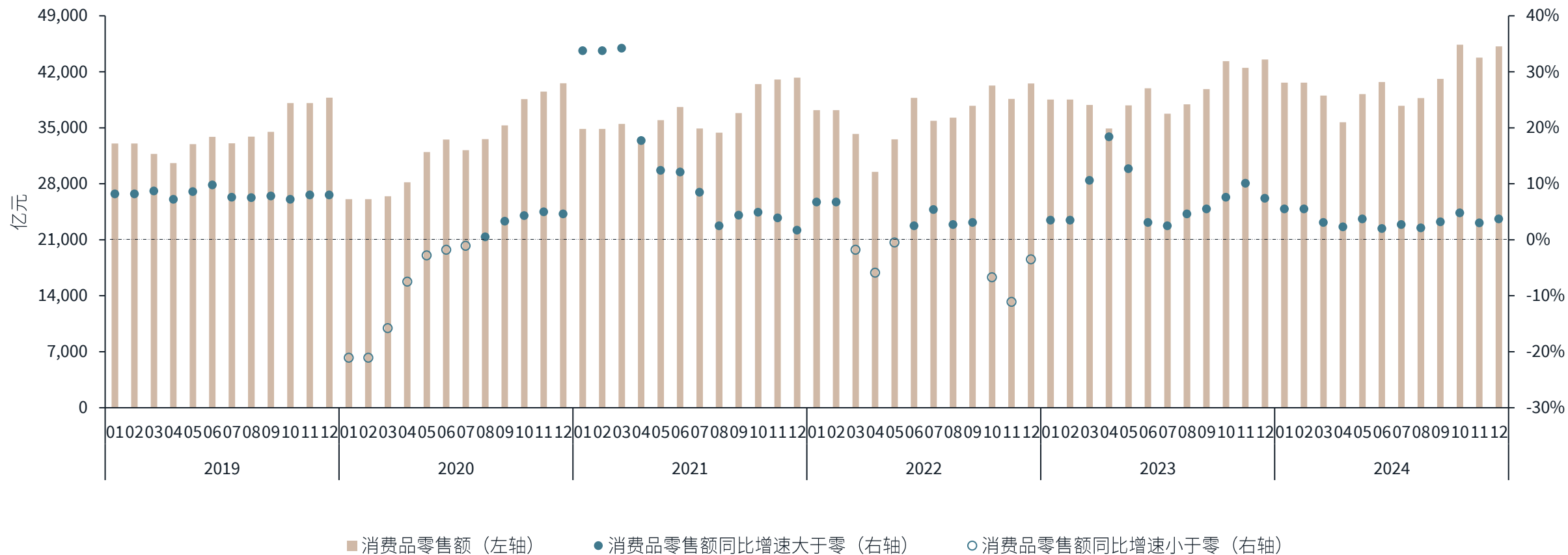
按消费类型分中国零售额同比增速（月度）



数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 社零：月度社零全年保持同比上涨，增速回归稳定区间但低于2019年水平

## 中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，2025年2月

# 社零：汽车在2020年后首次出现年度负增长，电器、体育用品增长强劲

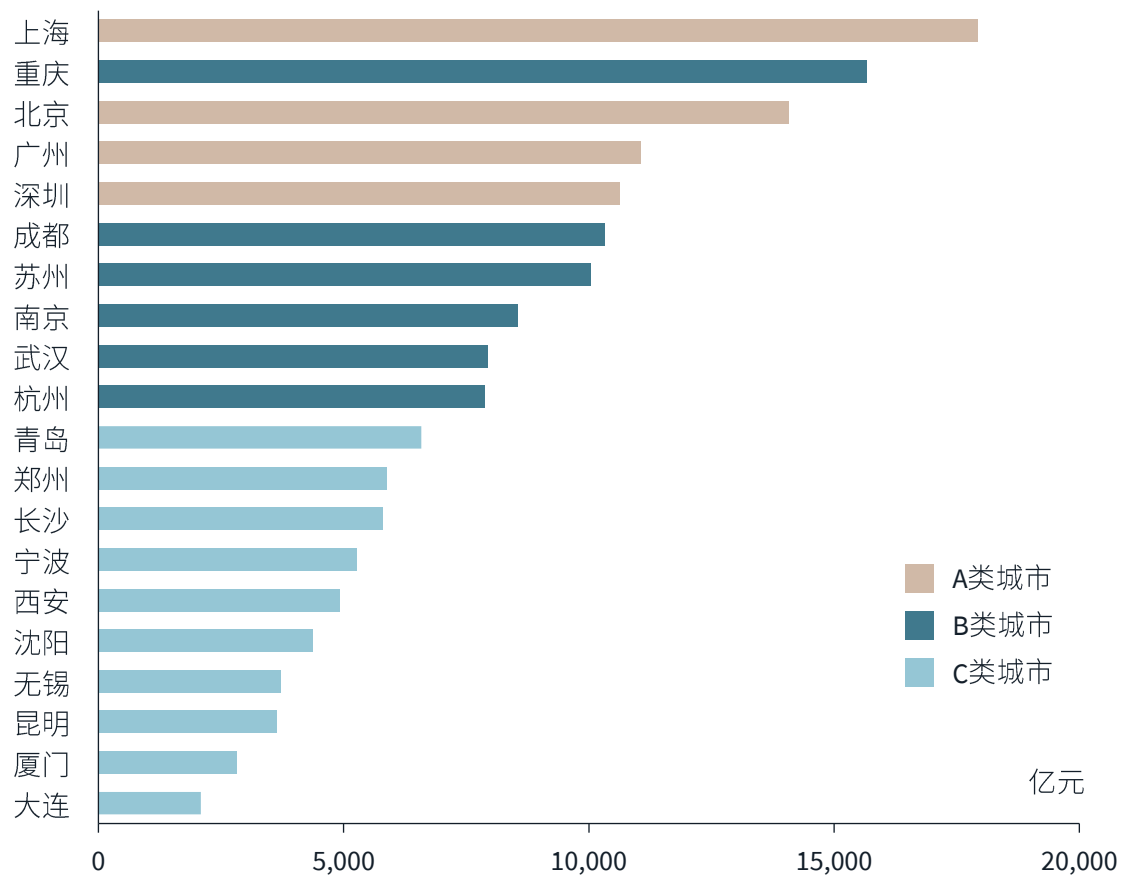
## 2024年中国社会消费品零售总额及同比增速（按消费类型）

按消费类型分类	2024年1-12月累计（亿元）	2024年1-12月同比增速（%）	2024年1-9月同比增速（%）	2024年1-6月同比增速（%）	2023年1-3月同比增速（%）
汽车类	50,314	-0.5	-2.1	-1.1	3.8
石油及制品类	24,002	0.3	2.3	4.1	4.5
粮油、食品类	21,737	9.9	9.9	9.6	9.6
服装、鞋帽、针纺织品类	14,691	0.3	0.2	1.3	2.5
家用电器和音像器材类	10,307	12.3	4.4	3.1	5.8
日用品类	8,091	3.0	2.2	2.3	0.7
通讯器材类	7,902	9.9	11.9	11.3	13.2
中西药品类	7,157	3.1	4.7	4.4	3.3
烟酒类	6,159	5.7	6.8	10.0	12.5
化妆品类	4,357	-1.1	-1.0	1.0	3.4
文化办公用品类	4,327	-0.3	-2.9	-5.8	-8.0
金银珠宝类	3,300	-3.1	-3.1	0.2	4.5
饮料类	3,200	2.1	4.5	5.6	6.5
建筑及装潢材料类	1,692	-2.0	-2.6	-1.2	2.4
家具类	1,691	3.6	1.1	2.6	3.0
体育、娱乐用品类	1,415	11.1	9.7	11.2	14.2

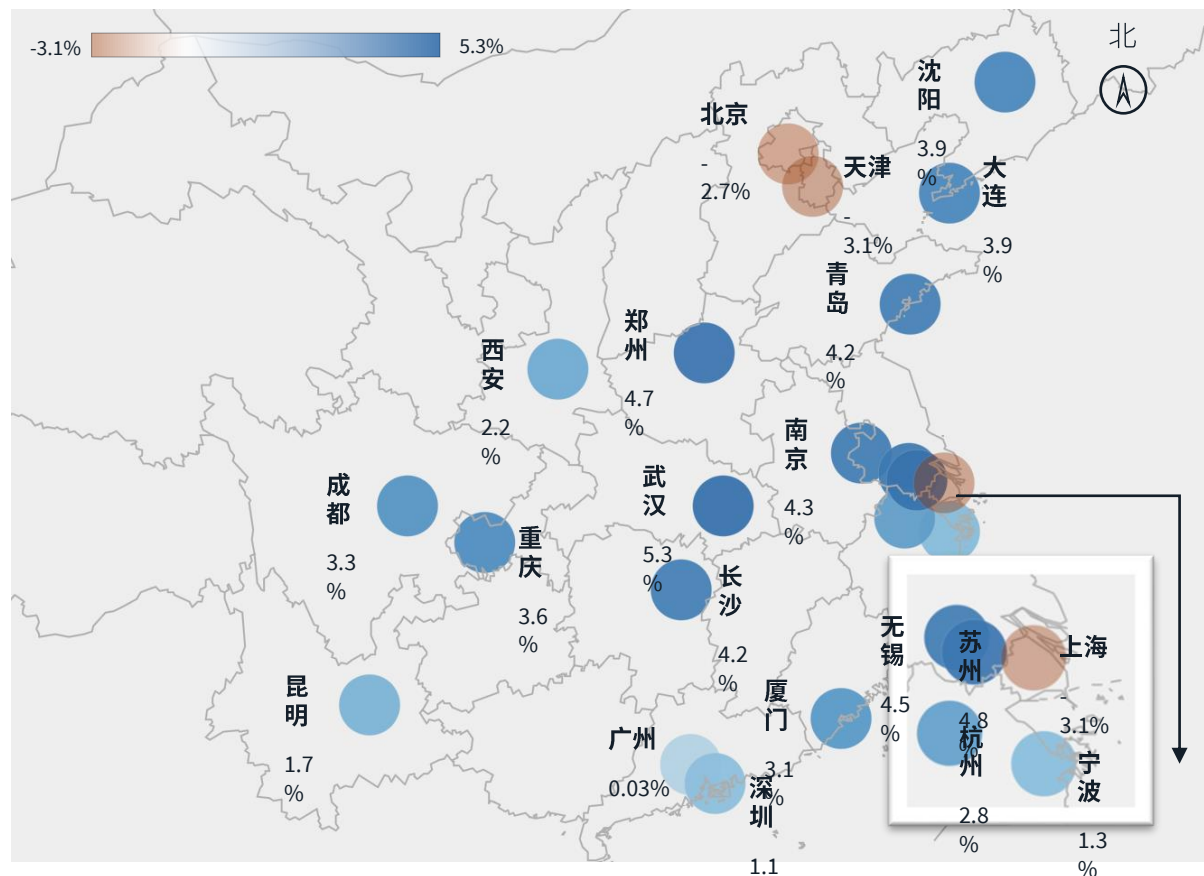
数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 社零：全国多城社零温和增长，武汉增速领跑，北上呈负增长

2024年中国重点城市社会消费品零售总额



2024年中国重点城市社会消费品零售总额同比增速

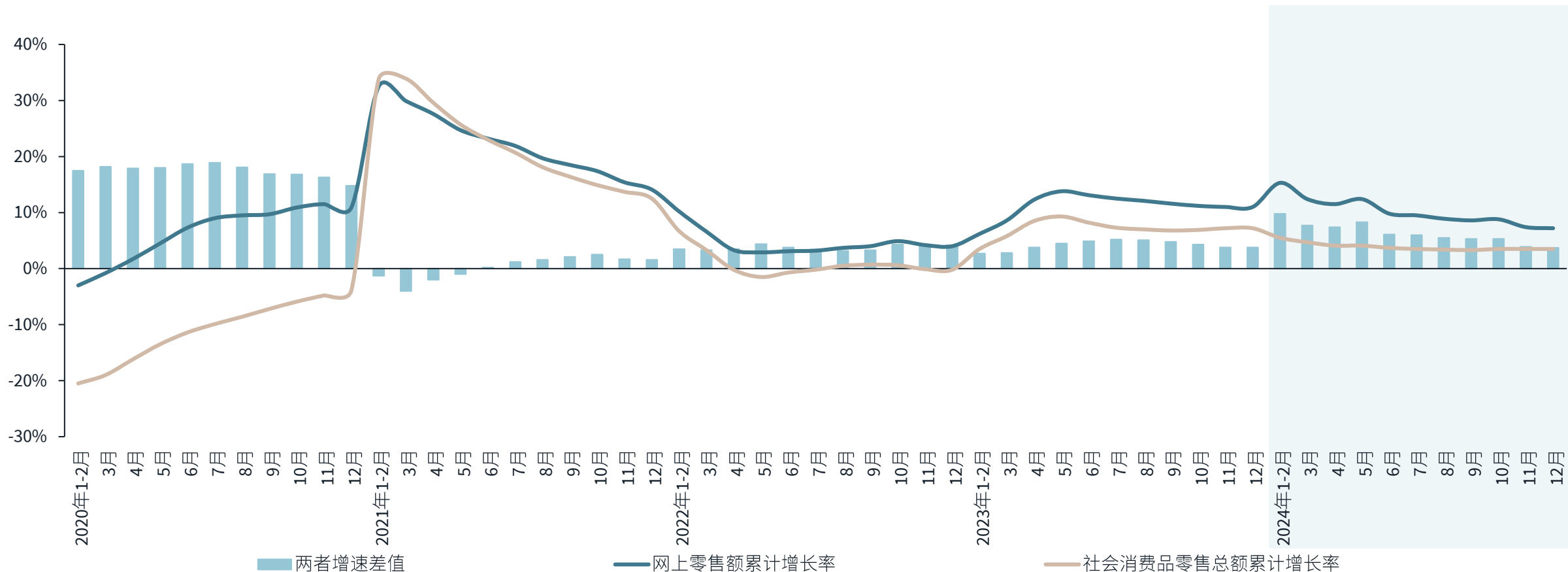


注：天津仅公布社会消费品零售总额的增速数据。

数据来源：各城市统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 网上零售额：线上消费增速持续领先社零增长，凸显网络消费韧性

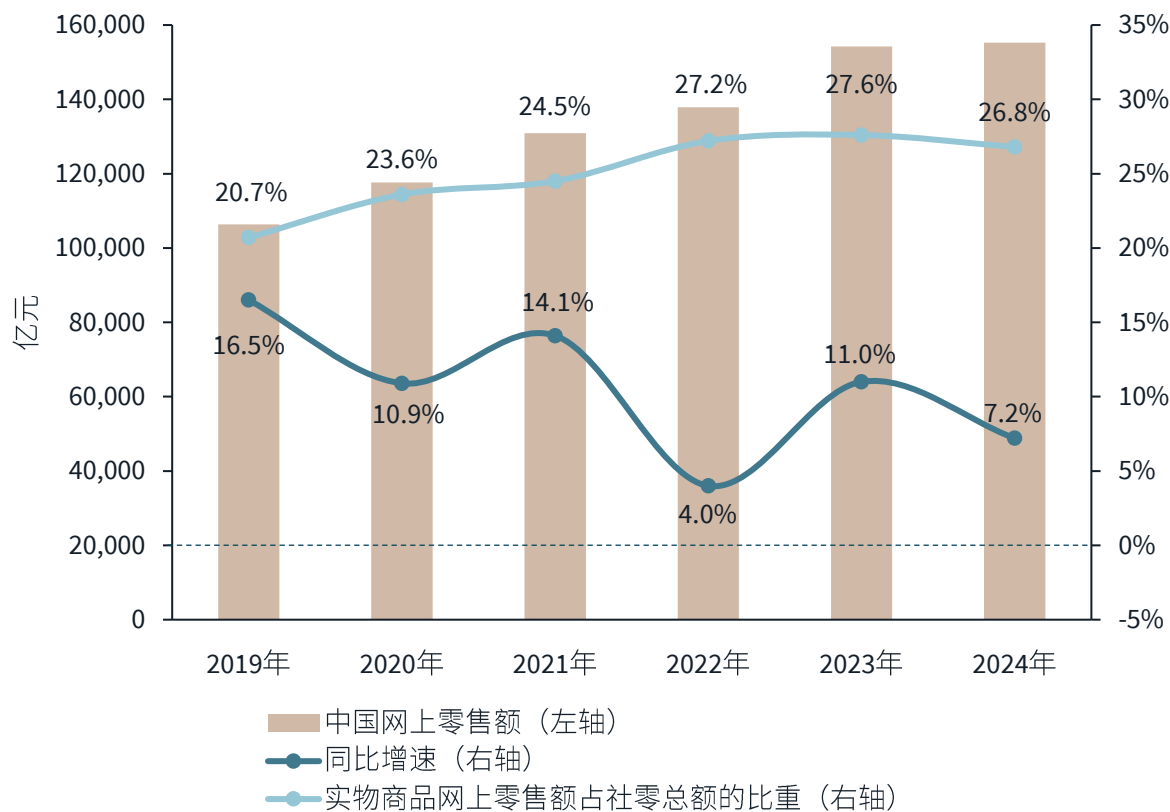
## 中国网上零售额与社会消费品零售总额累计同比



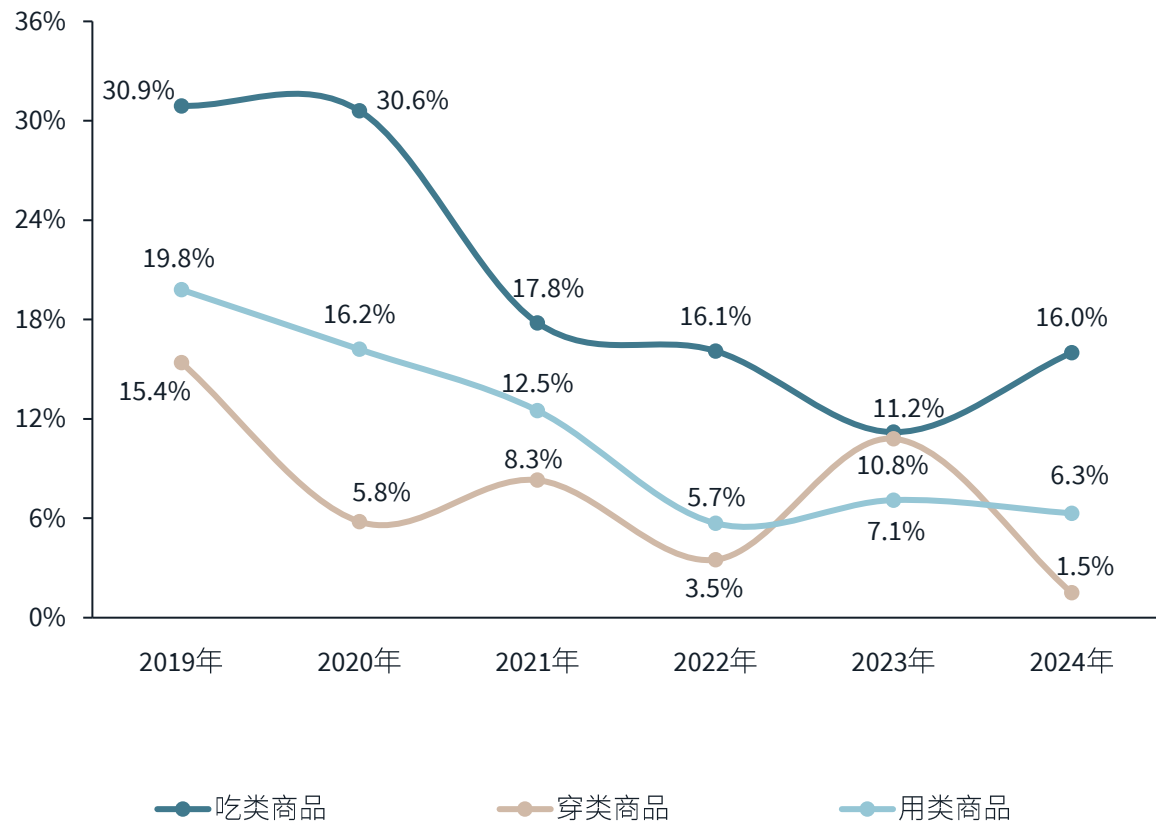
数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 网上零售额：线上消费增速放缓，吃类商品增幅稳居第一

中国网上零售额、同比增速及实物商品网上零售额占社零比重



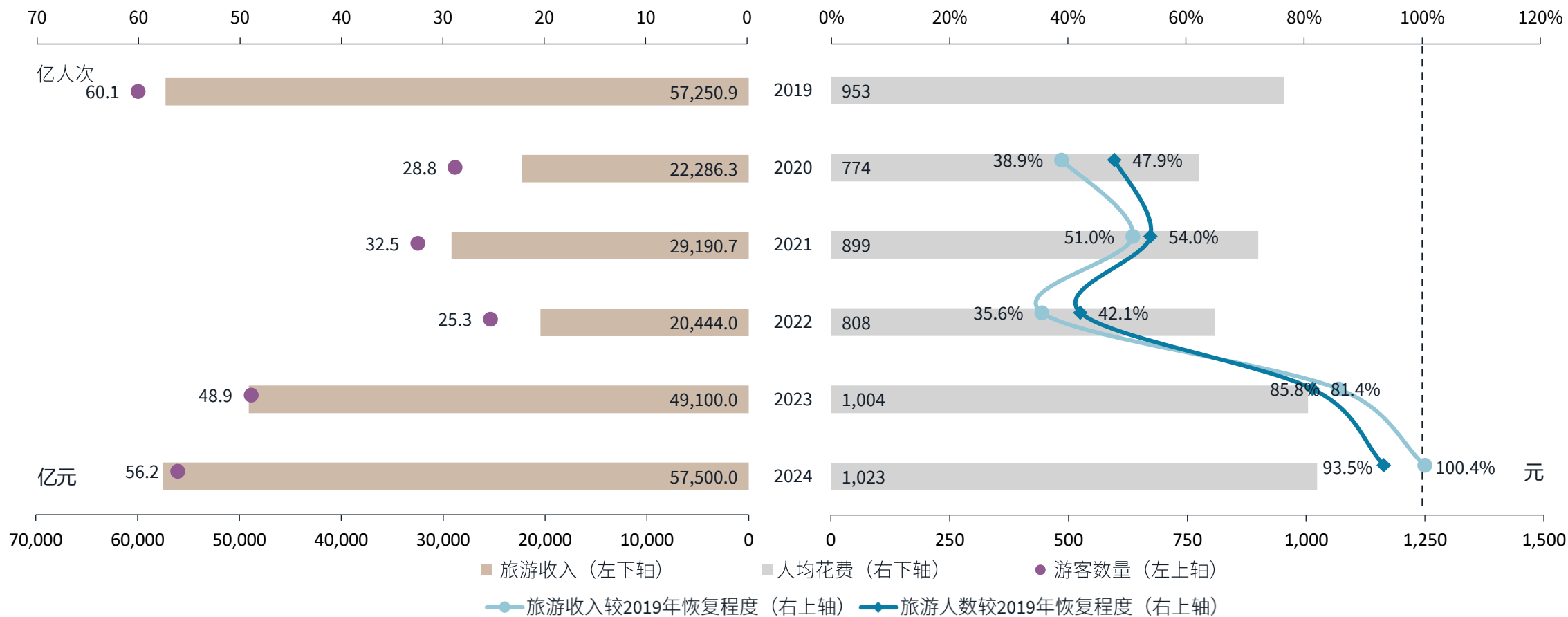
中国实物商品网上零售额增速 (按类别)



数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 节假日经济：2024年旅游收入已超2019年水平，但旅游人数仍处恢复中

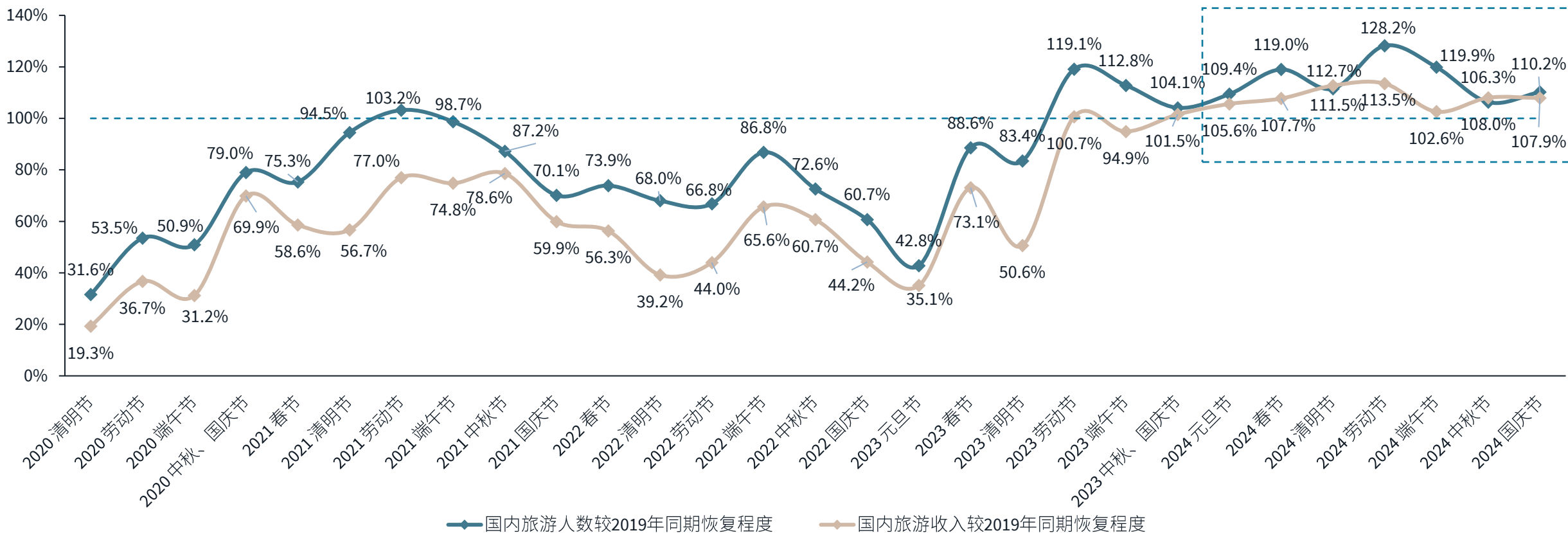
## 2019-2024年中国旅游数据



数据来源：文化和旅游部，仲量联行研究部，2025年2月

# 节假日经济：节假日出行持续火热，旅游人数和收入均超2019年水平

中国主要节假日国内旅游人数、收入较2019年同期恢复程度

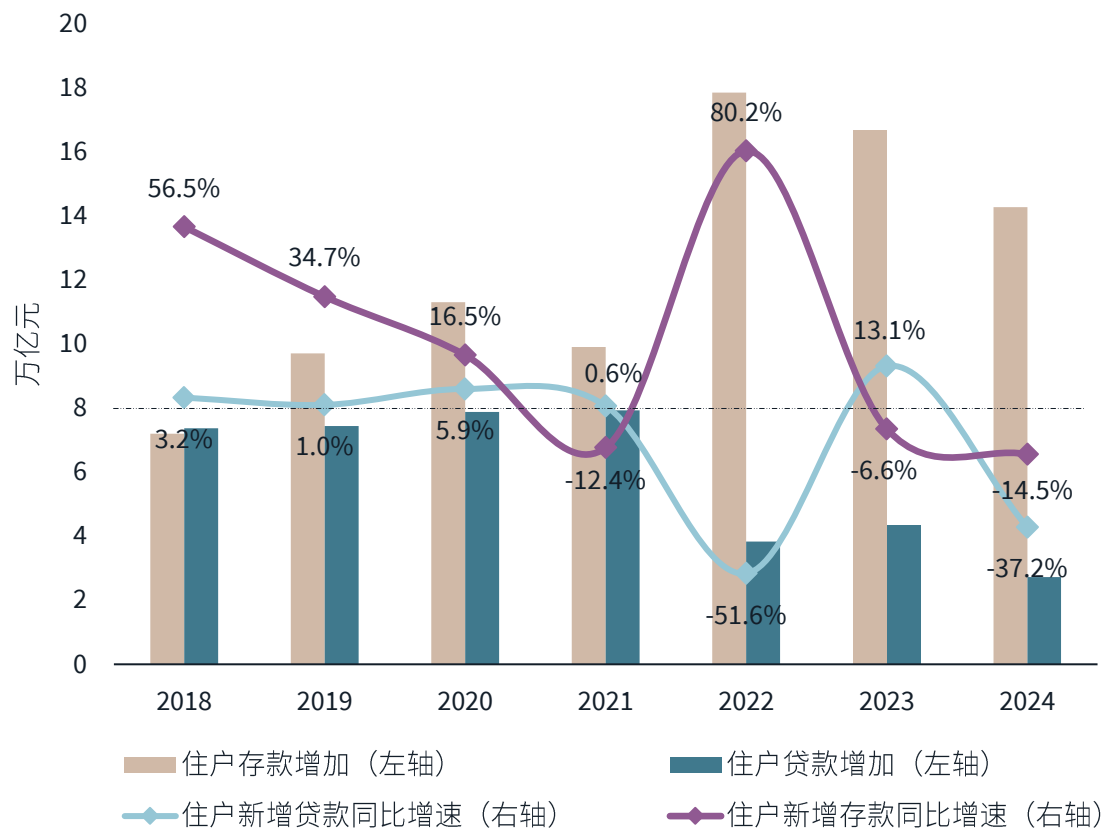


注：2024年端午节未公布较2019年同期的恢复程度，图中数据为计算所得。

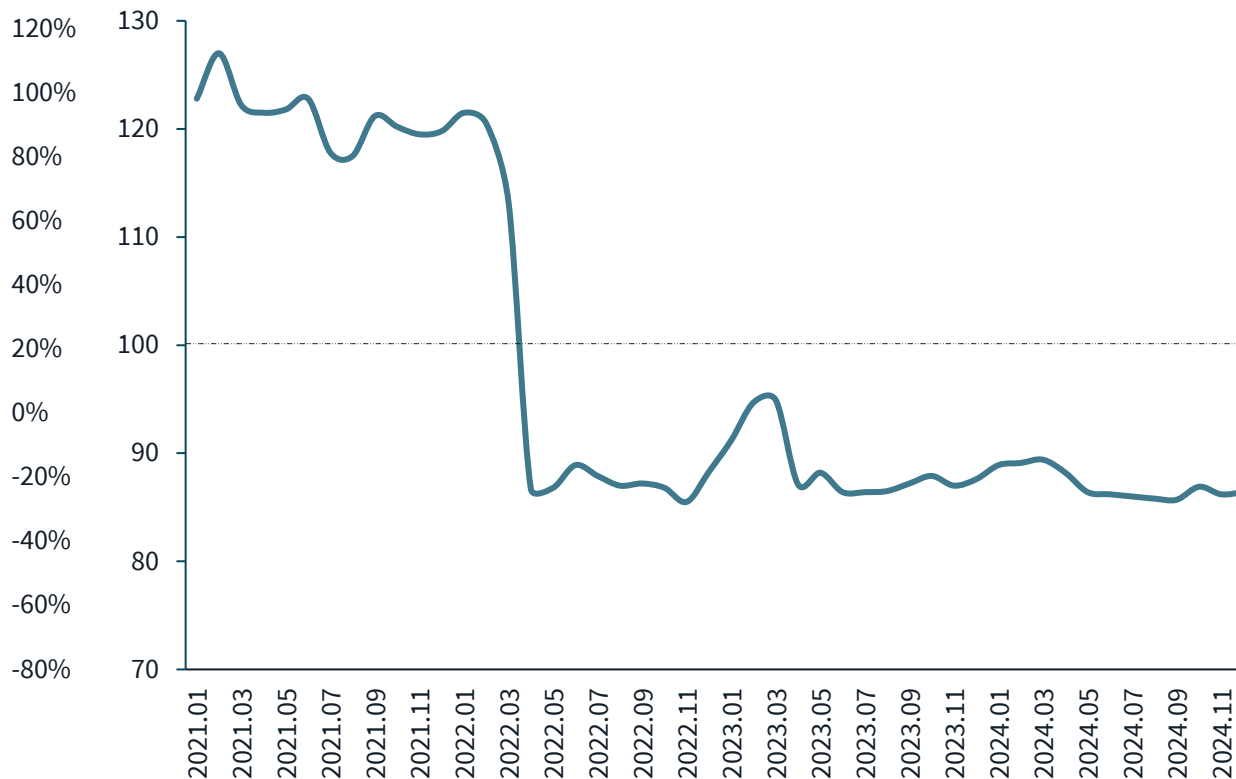
数据来源：文化和旅游部，仲量联行研究部，2025年2月

# 消费意愿：住户新增存贷款双双下滑，消费者信心仍处荣枯线以下

## 中国住户新增存贷款及增速



## 中国消费者信心指数

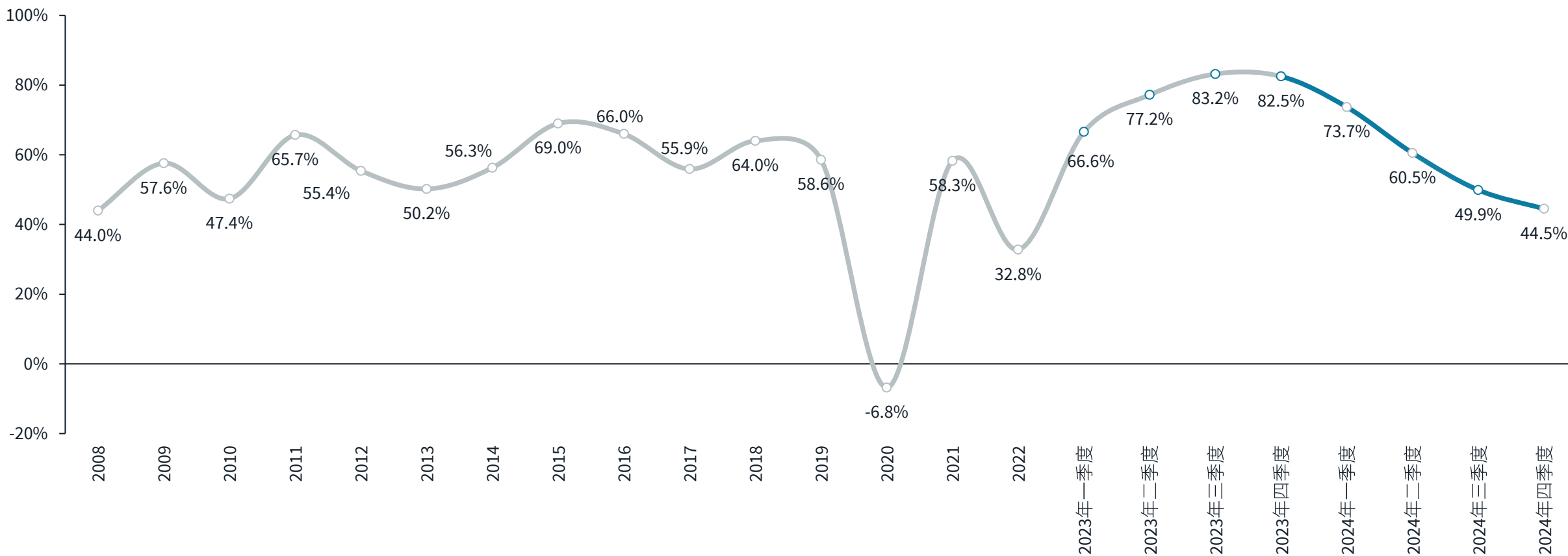


注：消费者信心指数数据系列取值范围为0-200，100为临界值，100以上为信心较足，100以下则相反；收入信心和就业预期指数的临界值为50%，50%以上为收入信心较足、就业预期较好，50%以下则相反。

数据来源：中国人民银行、国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 消费贡献率：消费保持经济第一拉动力，但贡献率持续下滑

中国最终消费支出对国内生产总值增长贡献率（累计值）

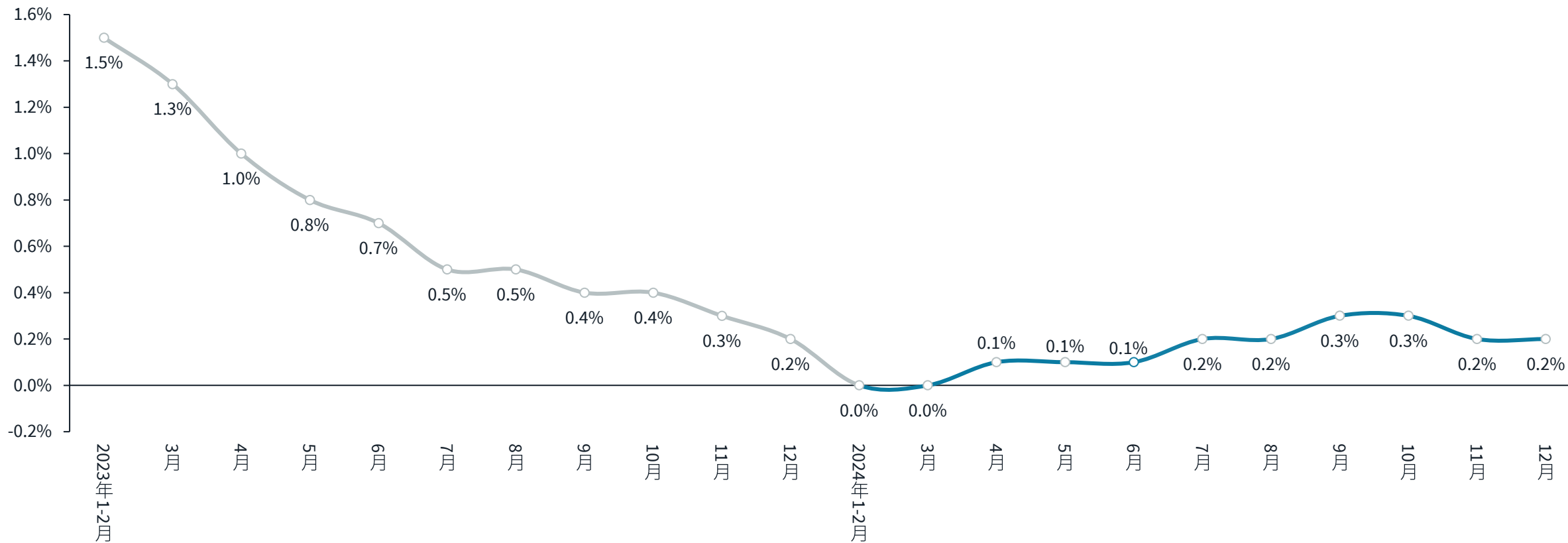


注：2023年四季度和2024年四季度数据即为2023和2024全年数据。

数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 价格指数：居民消费价格总体平稳，保持微涨态势

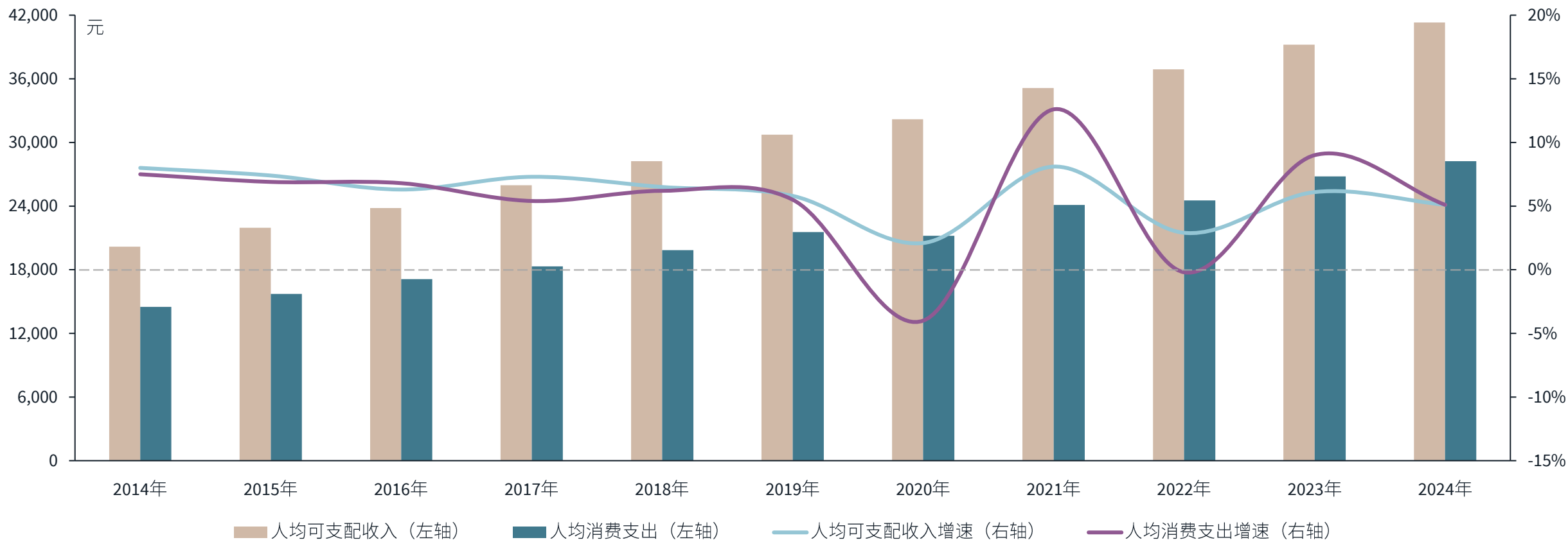
## 中国居民消费价格指数走势（累计同比）



数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 居民收支：居民收入和支出稳定增长但增速放缓

## 中国居民人均收入与支出及同比增长率

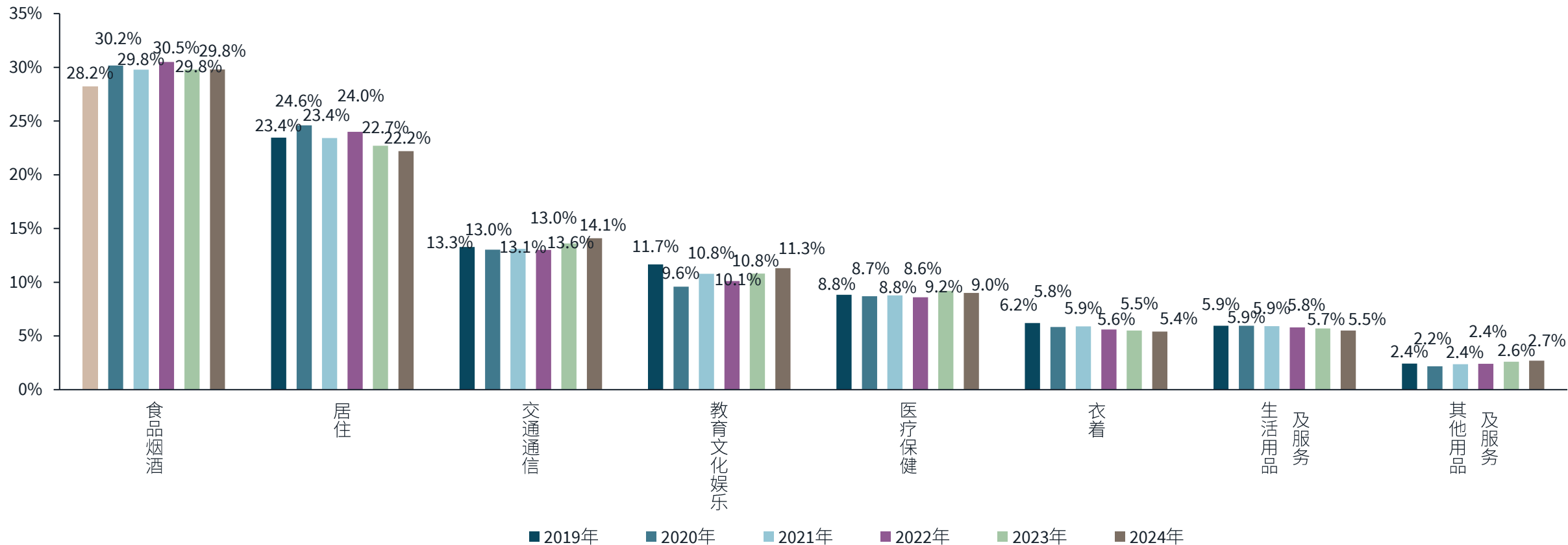


注：增速均为扣除价格因素的实际增速。

数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 支出构成：居住支出占比继续降低，交通通信、教育文化娱乐占比上升

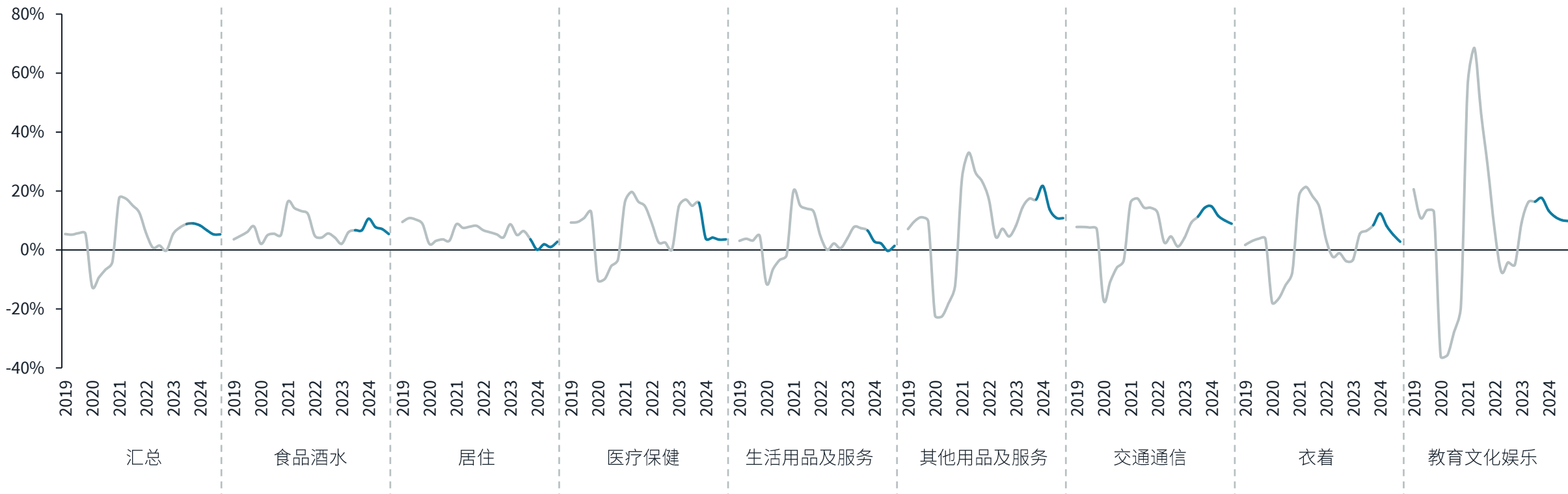
## 中国居民人均消费支出构成



数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 支出构成：总体支出增速放缓，教育、交通增幅领先

中国居民各类消费支出累计同比增速变化

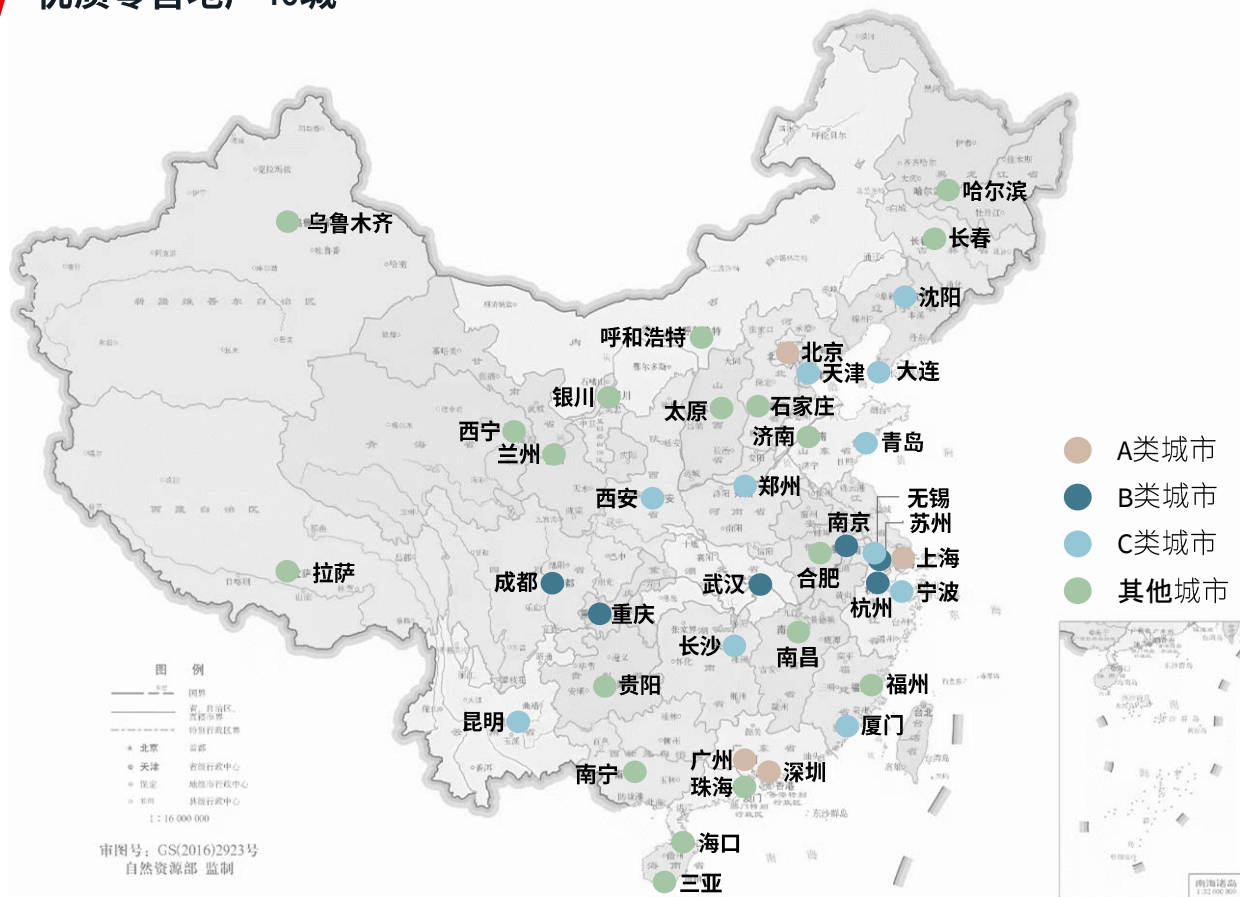


数据来源：国家统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# | 零售地产市场

# 数据概览：仲量联行中国优质零售房地产市场

## 优质零售地产40城



### 重点城市

公布优质零售地产存量、新增供应、空置率、社会消费品零售总额

#### 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

##### 重点城市中剩余1.5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

### 其他城市

仅公布优质零售地产存量

#### D类城市

##### 其他省会城市和重要零售城市（19个）

合肥、济南、福州、南昌、石家庄、长春、哈尔滨、太原、南宁、贵阳、珠海、乌鲁木齐、呼和浩特、兰州、银川、海口、西宁、三亚、拉萨

备注：下文分析沿用此城市分类。

数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 重点城市数据概览：2024年中国优质零售房地产市场重点城市数据总览

## A类城市

总存量：**46,842,000**平方米

空置率：**7.3%**

新增供应：**2,938,000**平方米

空置率同比变化：**0.0**个百分点

	总存量 (平方米)	新增供应 (平方米)	空置率	空置率同比变化 (百分点)
上海	16,993,000	714,000	11.0%	0.0
北京	16,380,000	1,616,000	7.1%	0.9
深圳	7,806,000	435,000	2.3%	-0.8
广州	5,664,000	173,000	3.9%	-1.6

## B类城市

总存量：**50,656,000**平方米

空置率：**10.8%**

新增供应：**3,393,000**平方米

空置率同比变化：**-0.4**个百分点

	总存量 (平方米)	新增供应 (平方米)	空置率	空置率同比变化 (百分点)
成都	12,292,000	820,000	10.6%	-1.5
武汉	9,618,000	920,000	13.1%	0.1
重庆	9,094,000	345,000	13.5%	-1.8
南京	6,812,000	553,000	4.8%	1.2
杭州	6,586,000	305,000	9.7%	0.0
苏州	6,255,000	450,000	11.5%	1.0

## C类城市

总存量：**51,200,000**平方米

空置率：**12.2%**

新增供应：**2,365,000**平方米

空置率同比变化：**-0.5**个百分点

### 21个重点城市 (A+B+C类城市)

总存量：**148,698,000**平方米

空置率：**10.2%**

新增供应：**8,696,000**平方米

空置率同比变化：**-0.3**个百分点

### 40城 (A+B+C+D类城市)

总存量：**209,556,000**平方米

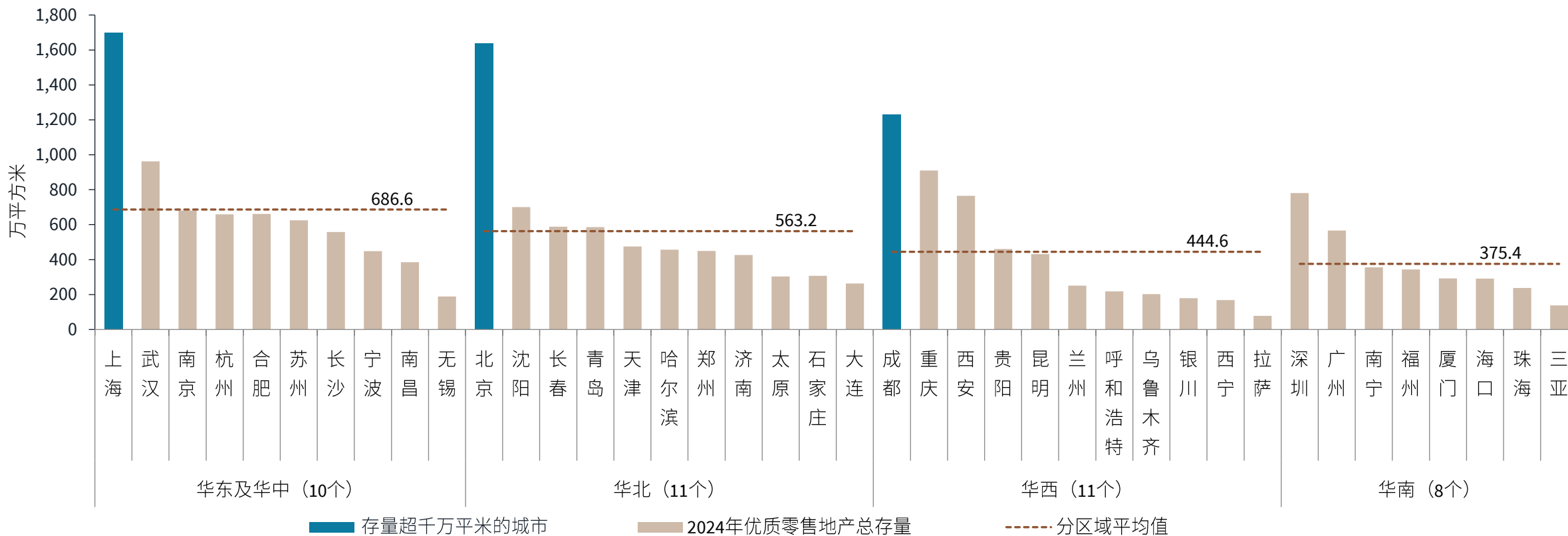
	总存量 (平方米)	新增供应 (平方米)	空置率	空置率同比变化 (百分点)
西安	7,650,000	528,000	10.6%	-0.7
沈阳	7,009,000	113,000	18.0%	-0.4
青岛	5,862,000	70,000	8.1%	-0.7
长沙	5,574,000	579,000	10.6%	0.1
天津	4,750,000	317,000	12.2%	-0.7
郑州	4,496,000	80,000	12.4%	-0.6
宁波	4,477,000	142,000	12.9%	-0.6
昆明	4,311,000	0	16.8%	1.9
大连	2,636,000	0	9.3%	-3.5
厦门	2,918,000	365,500	6.6%	0.1
无锡	1,884,000	170,000	13.3%	-1.0

注：郑州更新至2024年第二季度；厦门存量及新增供应为全年数据，其他数据更新至2024年第二季度；大连更新至2024年第三季度；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，2025年2月

# 40城存量：沪京蓉存量超千万，华东及华中商业存量领跑

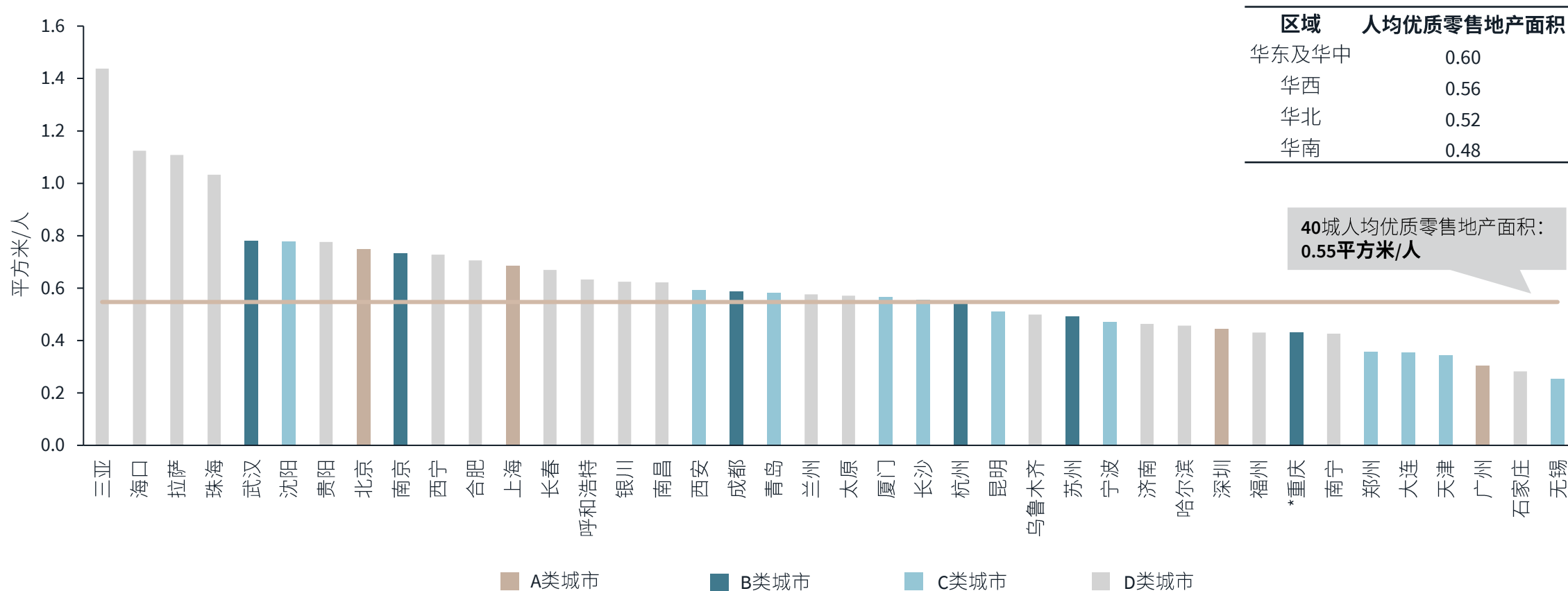
## 2024年中国40城优质零售地产存量



数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 存量分析：D类城市人均零售面积较高，华南、华北低于40城平均值

## 2024年中国40城人均优质零售地产面积

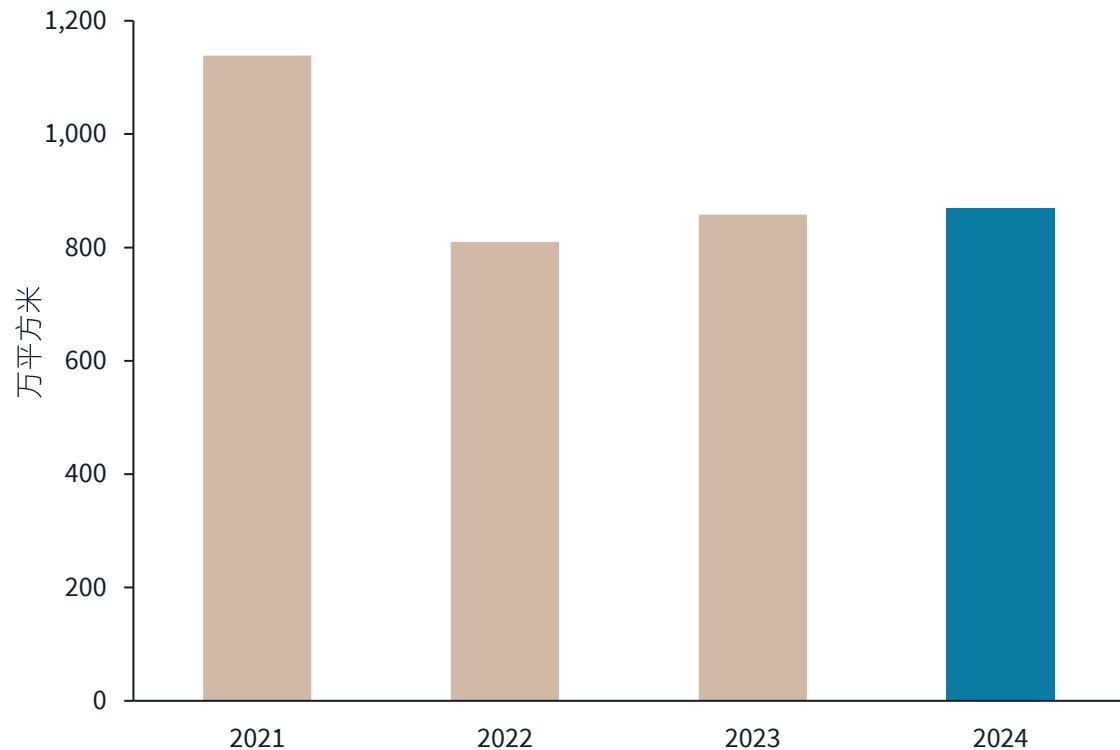


注：郑州更新至2024年第二季度，大连更新至2024年第三季度，人口数为七普常住人口；\*重庆人口数据调整为重庆主城都市区常住人口。

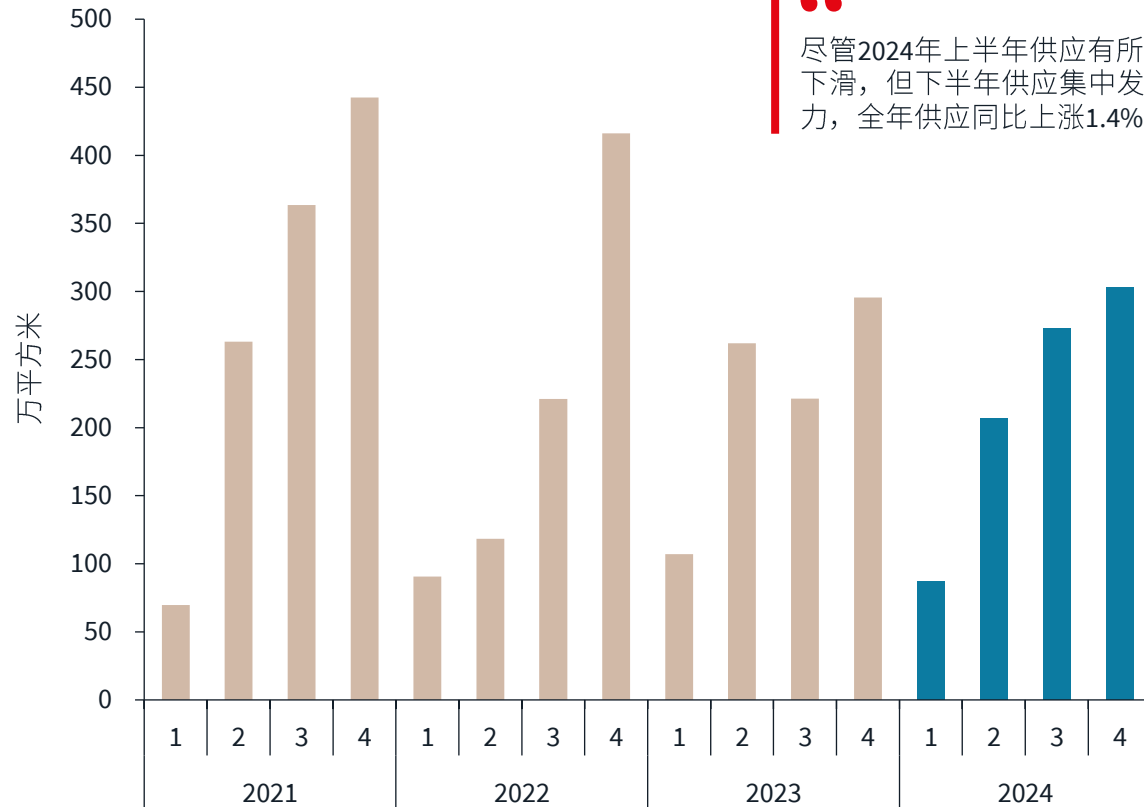
数据来源：各城市统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 供应分析：下半年新项目密集供应，全年新增供应同比微涨1.4%

## 中国重点城市优质零售地产供应（年度数据）



## 中国重点城市优质零售地产供应（季度数据）

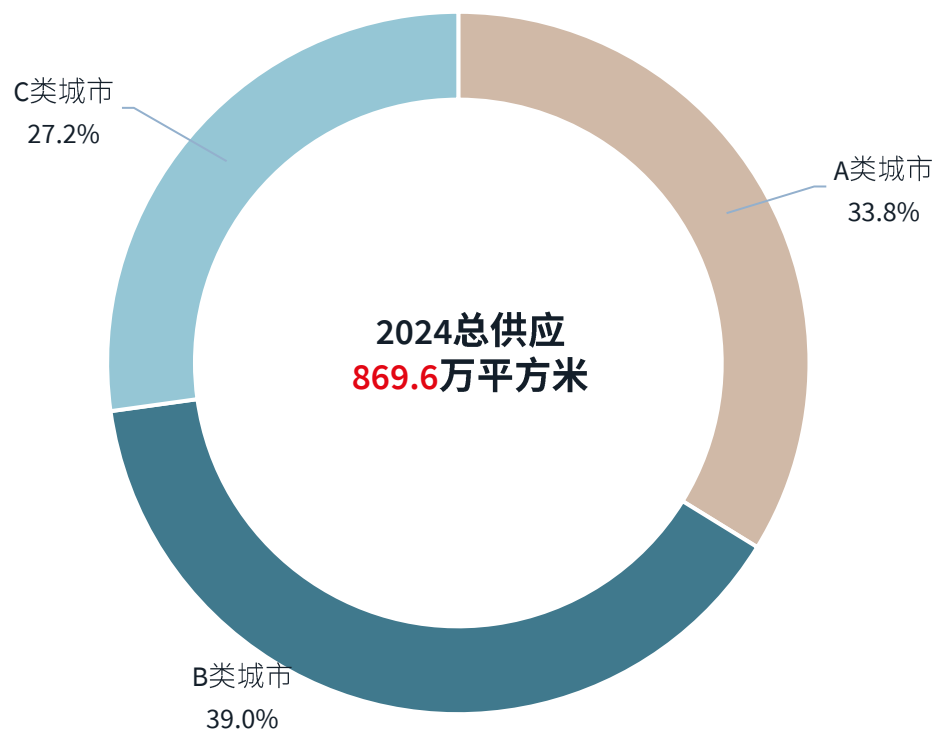


注：后文分析仅公布重点城市数据。

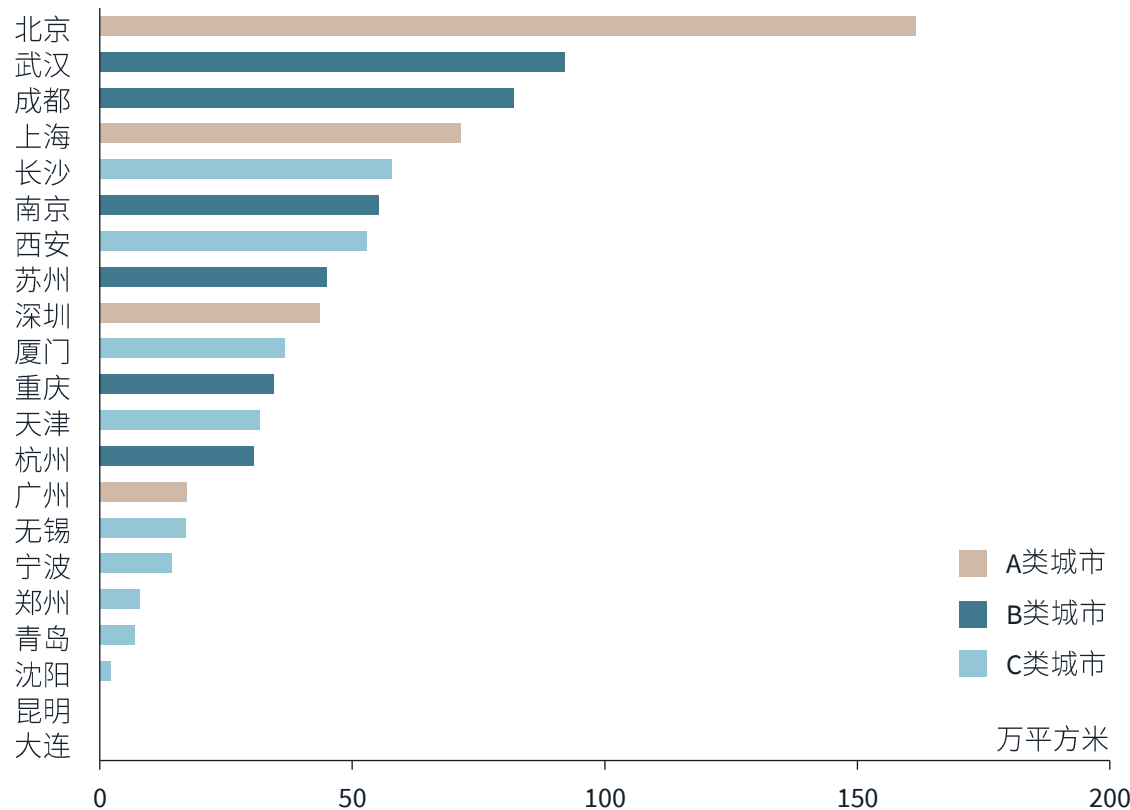
数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 供应分析：零售地产开发回归一线及强二线城市

## 2024年中国重点城市优质零售地产新增供应分布



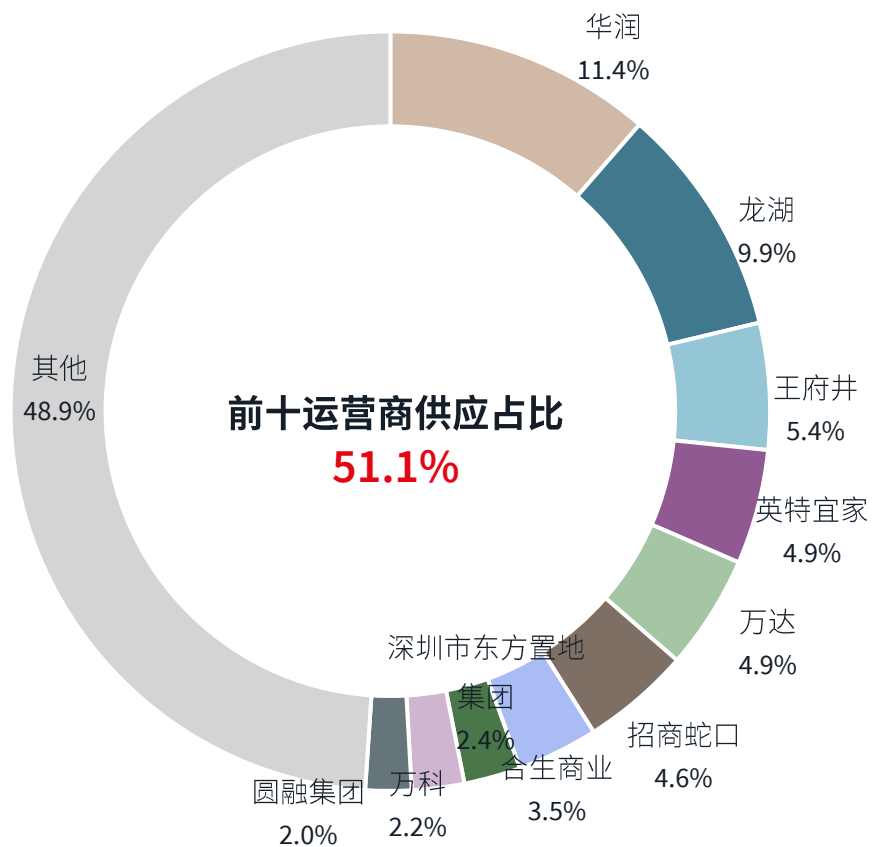
## 2024年中国重点城市优质零售地产新增供应



数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 供应分析：头部运营商引领开发，高奢项目不乏亮点，非标商业多元创新

## 2024年中国重点城市新增供应运营商占比



## 2024年中国重点城市优质零售地产新增项目

### 传统商业代表



### 非标商业代表

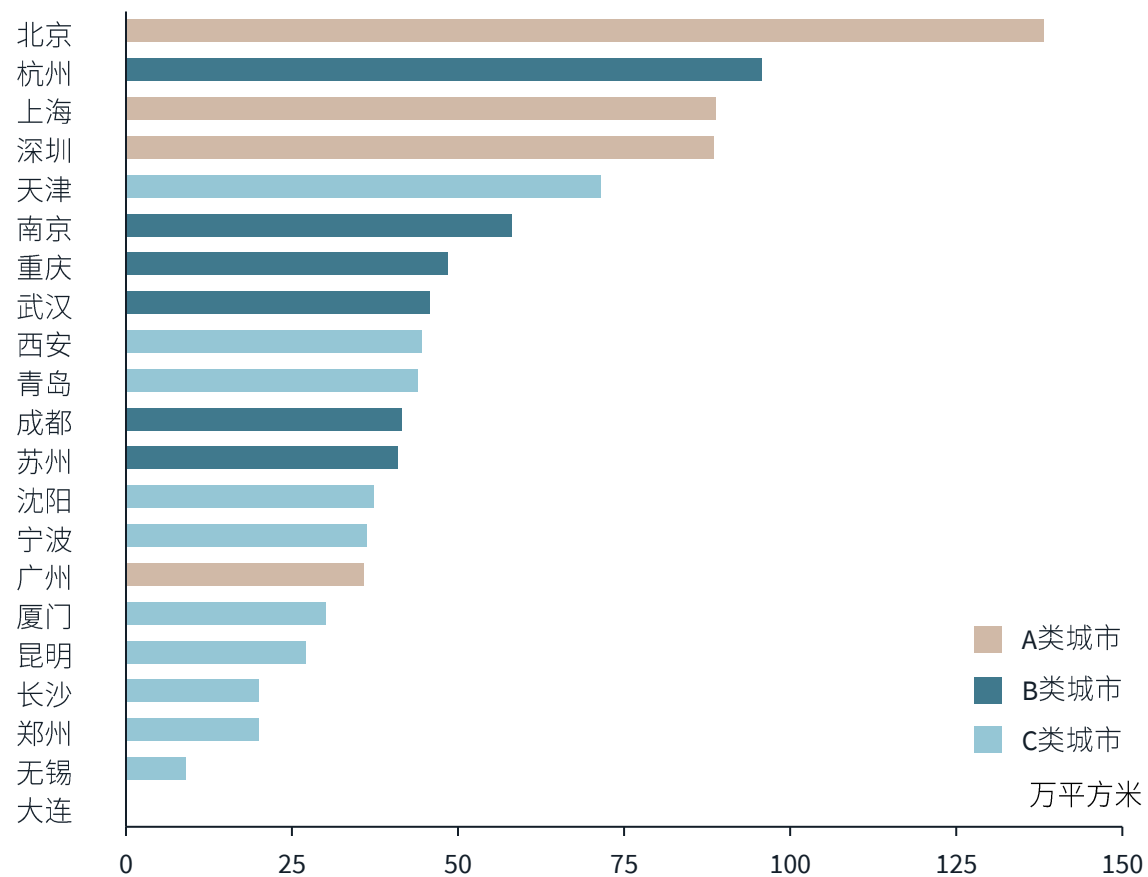


注：右侧非标商业代表仅作示例，并未全部纳入项目库。

数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

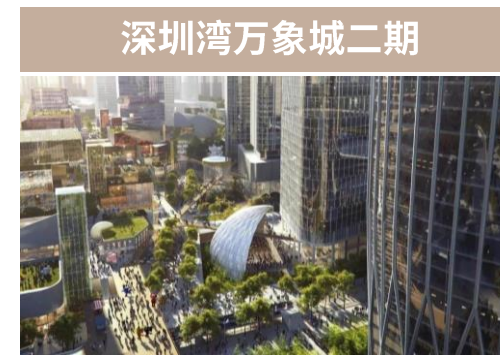
# 供应预测：北京继续领跑全国供应，新开发项目多元并蓄

## 2025年中国重点城市优质零售地产新增供应预测



注：郑州、厦门更新至2024年第二季度，大连更新至2024年第三季度，2025年大连预计无新增供应。

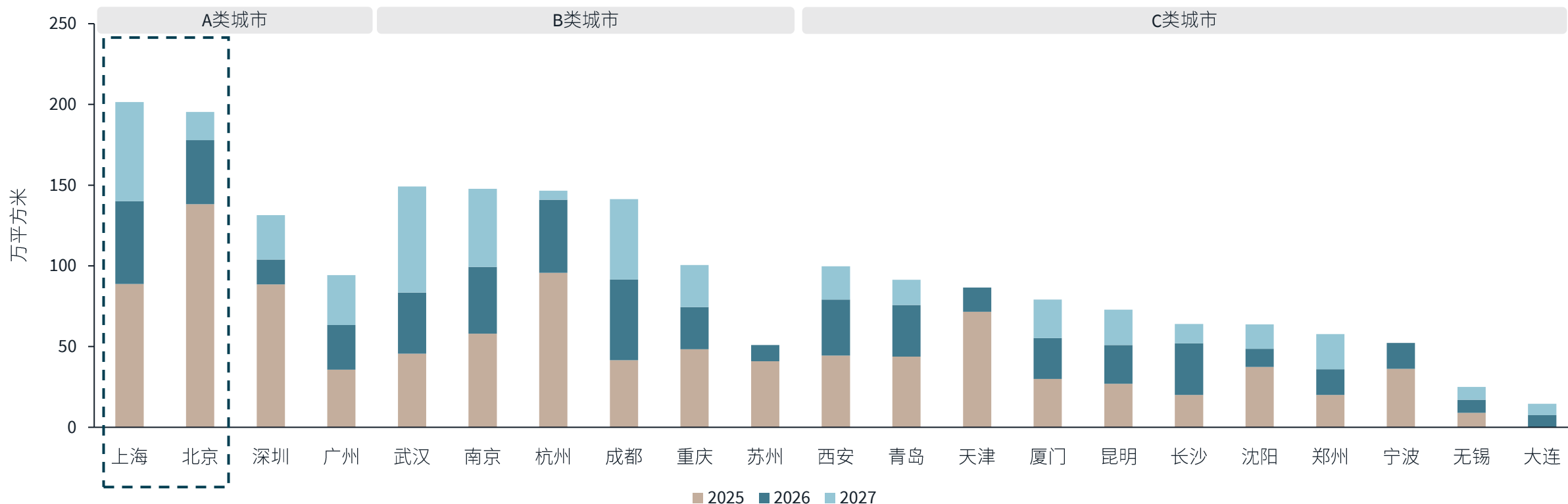
## 2025年部分优质零售项目



数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 供应预测：未来三年北上供应持续高企，南京、苏州新增预测有所回调

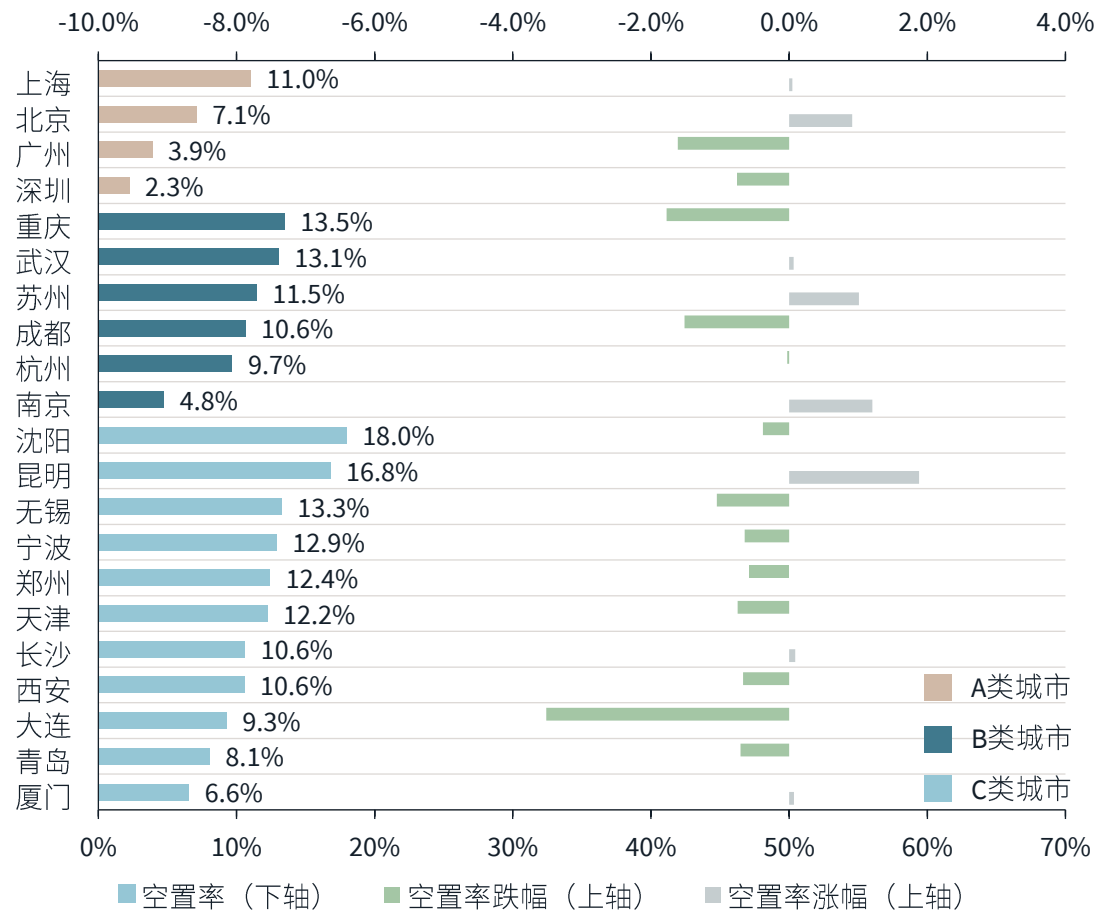
## 中国重点城市优质零售地产新增供应预测



数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

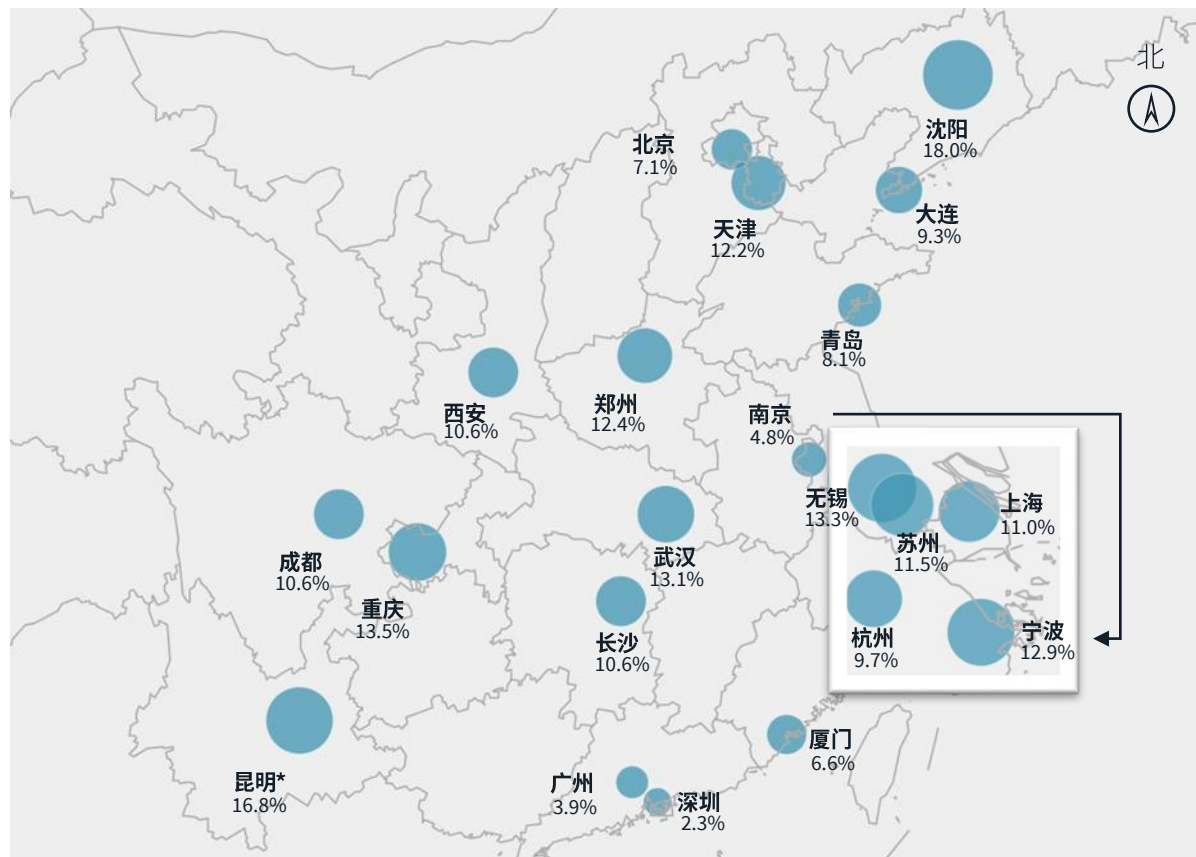
# 空置率分析：2024年空铺逐步回fill，超半数城市空置率下降

## 2024年中国重点城市优质零售地产空置率及同比变化



注：郑州、厦门更新至2024年第二季度，大连更新至2024年第三季度。

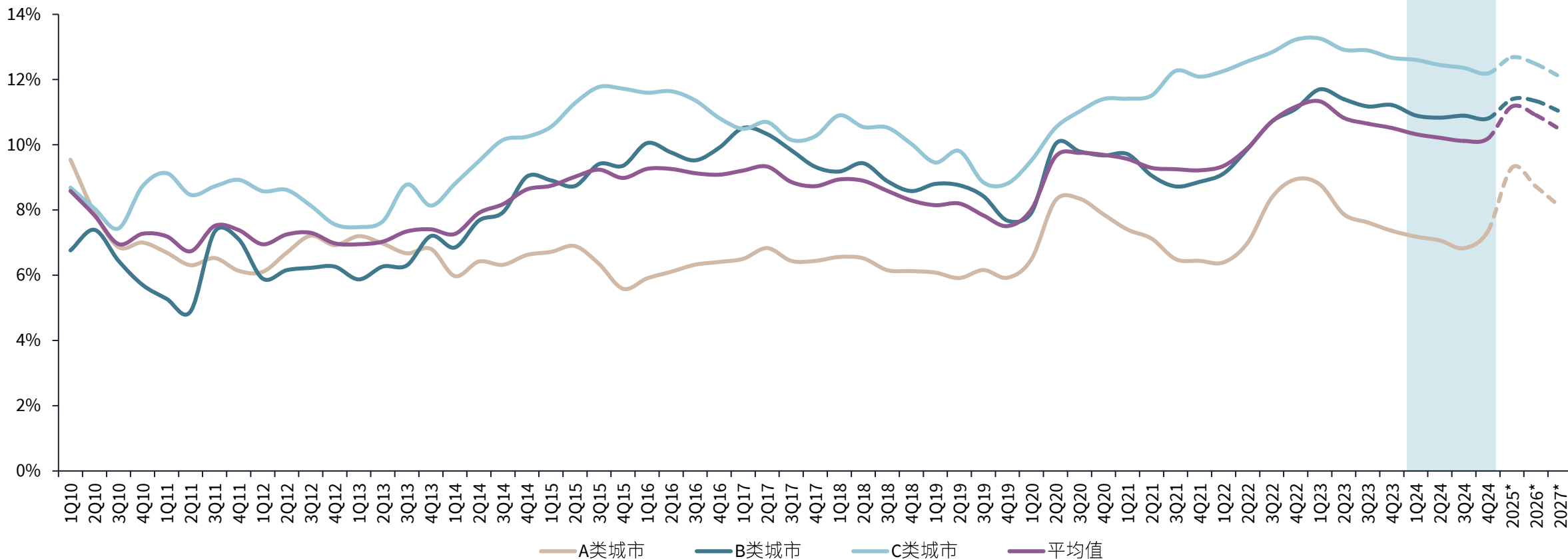
## 2024年中国重点城市优质零售地产空置率



数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 空置率分析：整体回落，但未来短期内供应压力或致其再度上涨

## 各类城市空置率走势

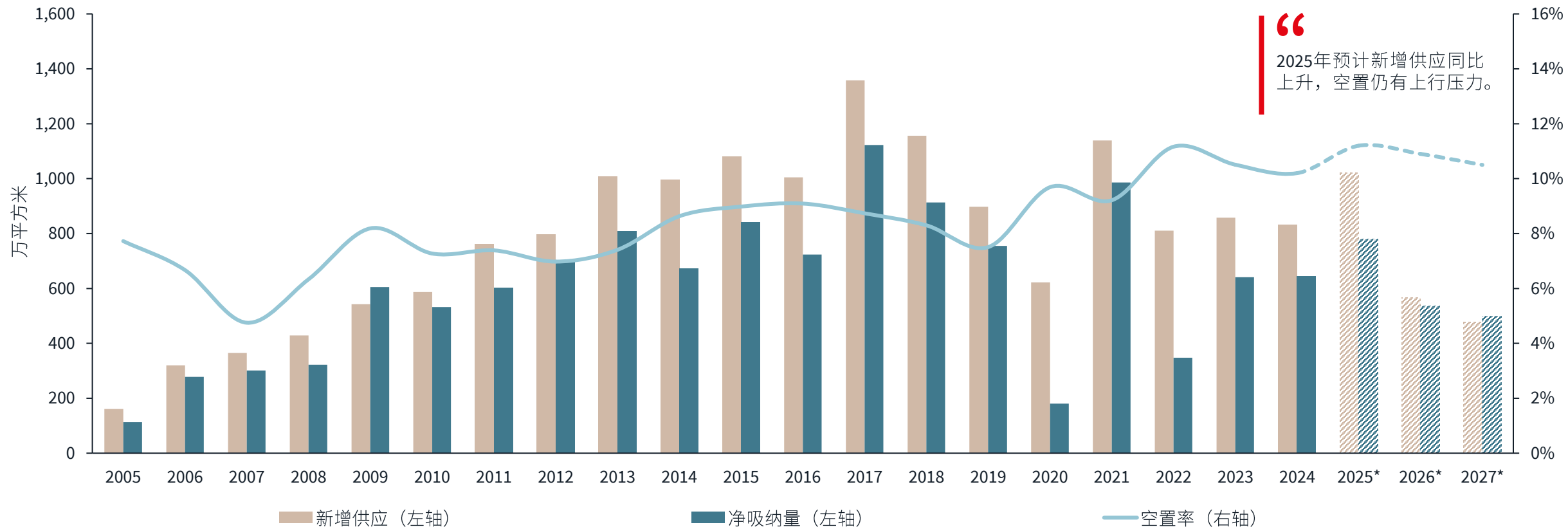


注：\*为预测值。

数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 供需分析：2024年新增供应同比基本持平，空置率持续修复

## 中国重点城市优质零售地产市场供应及空置率

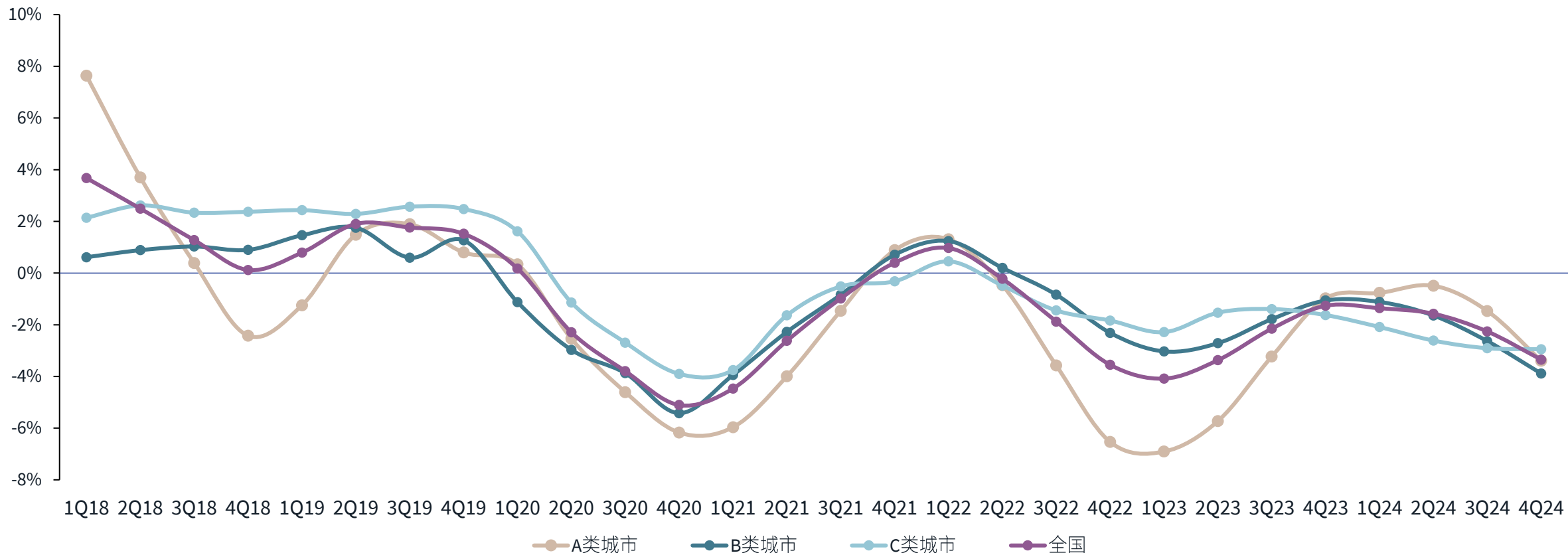


注：\*为预测值。

数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 租金分析：全年持续承压下行，季度跌幅逐步扩大

## 中国重点城市优质零售地产平均首层租金同比变化



注：租金变化为同样本变化。

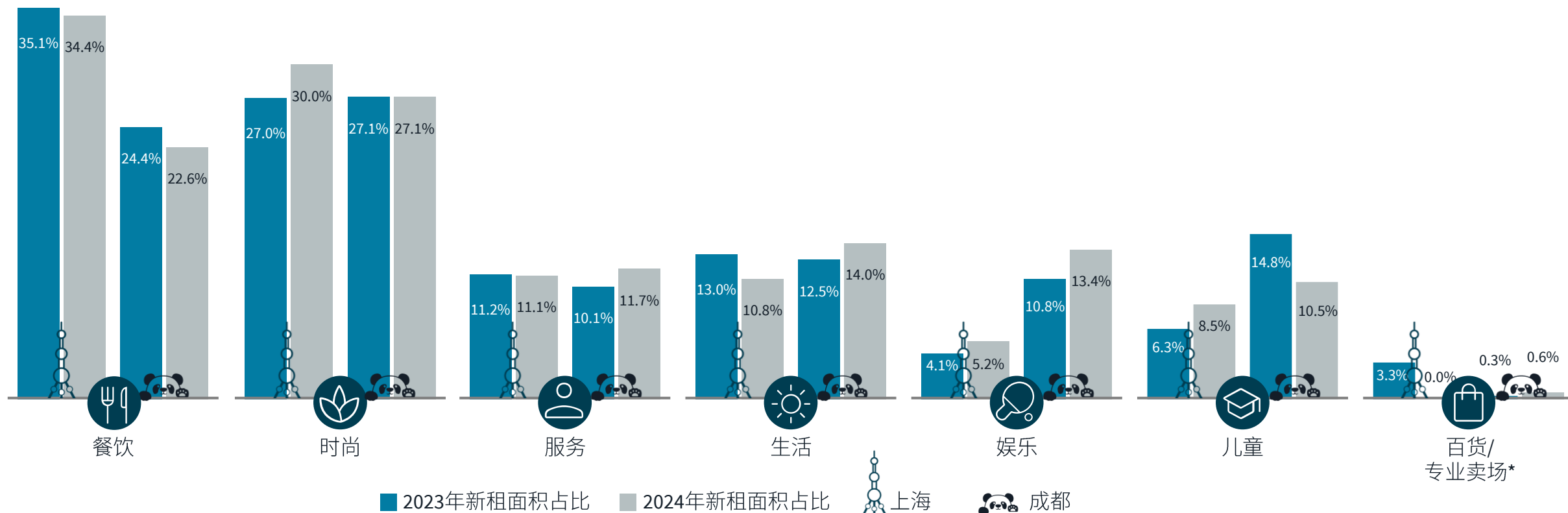
数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# | 消费趋势

# 03

# 租赁总览 | 一级业态：餐饮新租需求回落，娱乐业态增幅明显

## 上海与成都购物中心新租业态面积占比

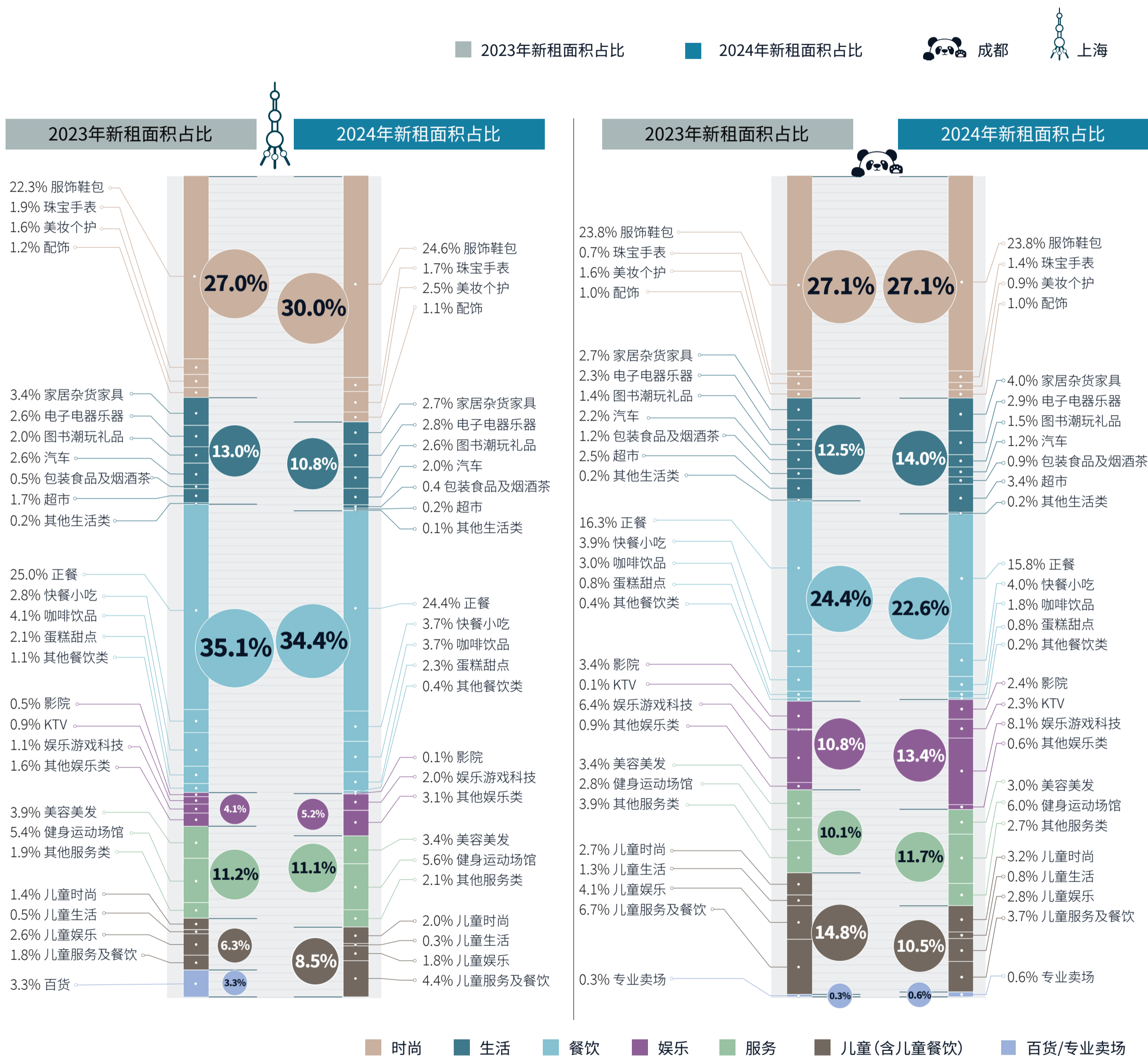


注：\*指百货或专业卖场以主力店的形式出现在购物中心里。  
上海、成都数据均基于头部优质零售项目，以下所有租户分析均沿用此样本范围。

数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 租赁总览 | 二级业态：正餐退潮明显，娱乐游戏需求上行

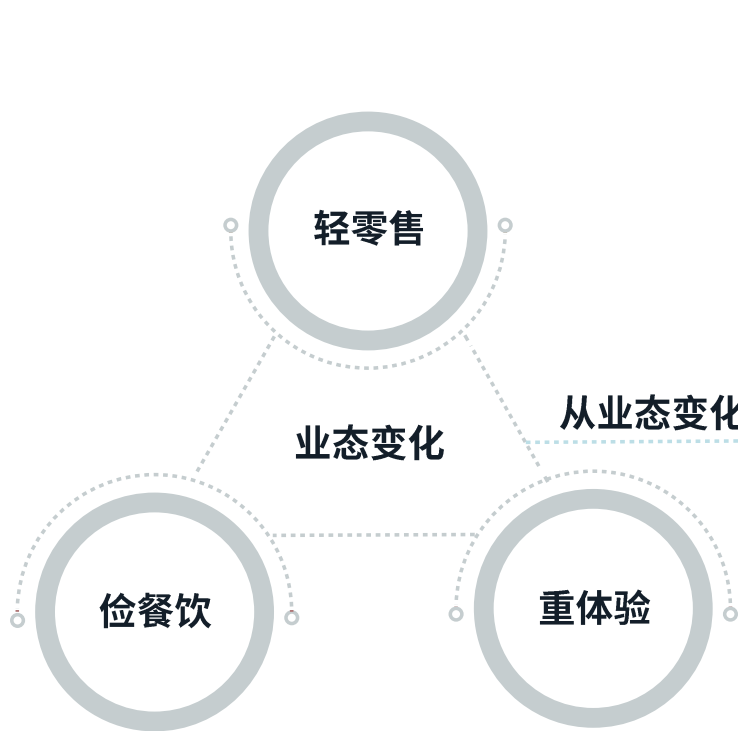
## 上海与成都购物中心新租业态面积占比



数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 业态趋势：市场呈现轻零售、俭餐饮、重体验的消费新趋势

## 2024年中国优质零售地产业态变化和消费趋势



### 从业态变化洞察消费趋势

01



#### 情绪价值

Z世代的消费更注重消费过程的情绪价值：二次元经济、夜经济、演艺经济、悦己经济都是对这一趋势的最好诠释。情绪需求提升带动相关业态的租赁需求上涨。例如2024年潮玩拉动其所在二级业态的新租面积占比提升，上海和成都分别上涨0.6和0.1个百分点；包含娱乐游戏的二级业态新租面积占比同样分别提升0.9和1.7个百分点。

02



#### 理性审慎

在居民收入预期下降的背景下，消费者优先考虑预算合理性，重视消费性价比，寻求实际效用最大化，追求在有限的预算约束下更理性审慎地做出购买决策。同类产品中，更具价格优势的成为消费者的广泛选择，客单价更高的正餐需求下降则是很好的证明。上海和成都的正餐新租面积占比相较2023年分别下降0.7和0.5个百分点，相反快餐小吃的比例却有所提升。

03



#### 品质生活

2019年后，健康意识大幅提升，更多人把健康作为品质生活的核心。运动需求增加带动健身运动场馆租赁需求上升，上海和成都的健身房新租面积占比同比提升0.2和3.2个百分点。同时，滑雪、徒步、登山等户外运动也开始成为新兴生活方式，激发户外运动服饰的新租面积占比攀升，上海和成都分别较2023年上涨3.1和0.9个百分点。

数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

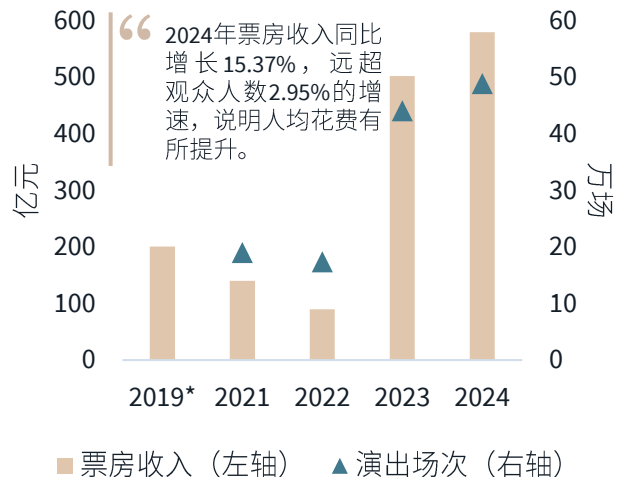
# 情绪价值：情绪需求迅速上升，带动相关业态成为消费市场重要驱动力

“ 随物质生活水平上升，消费观念逐步由注重实用性向追求情感体验和精神价值转变。Z世代的崛起更是助推了这一进程，他们往往更注重消费过程的情绪价值：二次元经济、演艺经济、盲盒经济、悦己经济都是对这一趋势的最好诠释。2024年情绪消费兴盛，带动相关消费赛道持续升温。

## 演艺经济

年轻世代愿为演唱会一掷千金，跨城观演屡见不鲜，带动演出市场及相关服务消费上升。

### 中国营业性演出场次及票房收入



## 潮玩崛起

随着Z世代消费力崛起，潮玩凭借其独特的情感共鸣和情绪价值迅速占领市场。

### 潮玩品类代表品牌收入增速



盲盒类：泡泡玛特  
2024年上半年收入增速

62%



谷子类  
2024年市场规模增速

40%



积木类：乐高  
2024年上半年收入增速

13%



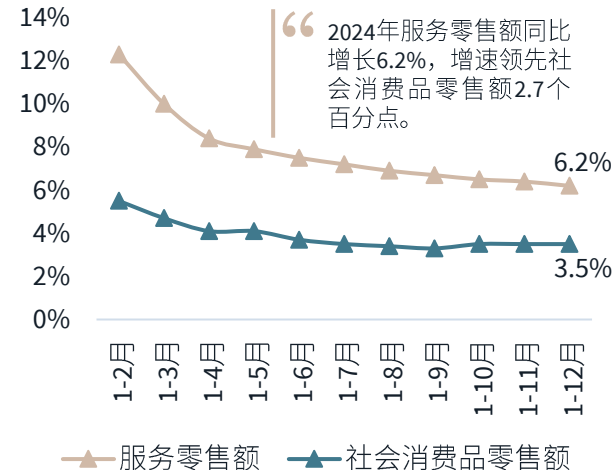
毛绒玩具类：Jellycat  
2024年主流电商销售增速

106.4%

## 享乐主义

消费者愿意为即时快乐和情绪价值买单，带动服务消费快速增长，成为重要驱动力。

### 2024年中国服务零售额同比增速



注：\*2019年未公布演出场次数据。

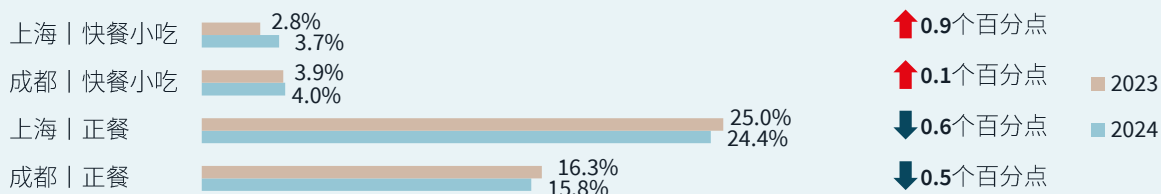
数据来源：中国演出行业协会、艾媒咨询、企业财报、魔镜分析、统计局，仲量联行研究部，2025年2月

# 理性审慎：理性之风延续，高端消费疲软，性价比成为核心考量要素



**正餐消费退潮**  
**快餐小吃活跃**

上海和成都快餐小吃和正餐新租占比

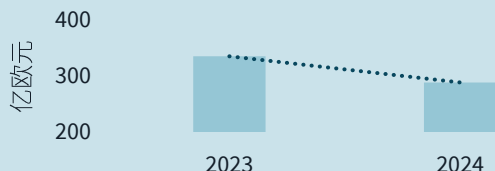


消费者开始减少外出就餐的频率，选择更经济实惠的选项，如在家烹饪或选择快餐简餐，这种趋势导致正餐退潮。2024年底上海和成都正餐新租比例双双下滑，上海新租中正餐占比下滑0.6个百分点，成都下滑0.5个百分点，反而快餐小吃占比有所增长。



**奢侈品消费疲软**  
**平价服饰受欢迎**

部分头部奢侈品集团亚太  
(不含日本) 营业收入



表现活跃的中价服饰类型

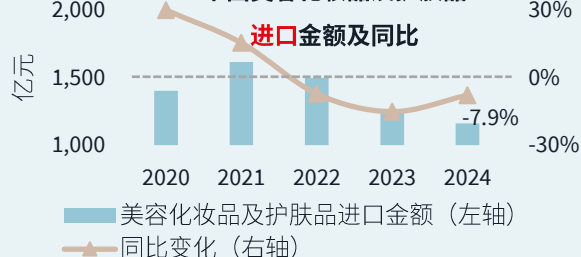
- **国内潮牌**：从线上向线下开店的主理人品牌
- **服饰折扣店**：经营大品牌的折扣服饰的集合店
- **白牌服饰**：知名品牌代加工厂直销的其他品牌服饰

消费者对价格更加敏感，性价比成为了驱动购买决策的核心要素。奢侈品市场消费承压，而低价位、高时尚感的中价服饰等，因契合“理性消费”的新风尚，而备受市场欢迎。



**国际美妆失速**  
**国内美妆崛起**

中国美容化妆品及护肤品



2024年上半年国内美妆上市企业前十  
共计营收263.79亿元，同比+20%

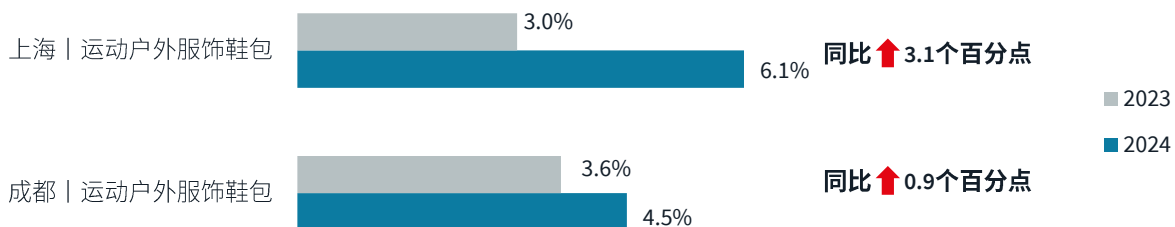
排名	企业	营收 (亿元)	同比	排名	企业	营收 (亿元)	同比
1	珀莱雅	50.01	37.9%	6	巨子生物	25.4	58.2%
2	上美股份	35.02	120.7%	7	水羊股份	22.93	0.1%
3	上海家化	33.21	-8.5%	8	逸仙电商	15.68	-3.5%
4	华熙生物	28.11	-8.6%	9	丸美股份	13.52	27.7%
5	贝泰妮	28.05	18.5%	10	福瑞达	11.86	7.2%

国际高端化妆品在中国增速放缓，2024年全国化妆品进口总量为32.48万吨，进口金额为1,160.8亿元，同比分别下滑9.4%和7.9%，为近5年最低。在此背景下，更具性价比的国货化妆品品牌受到青睐，2024年上半年国内美妆上市企业前十共计营收263.79亿元，同比增长20%，国货化妆品品牌市场份额不断扩大。

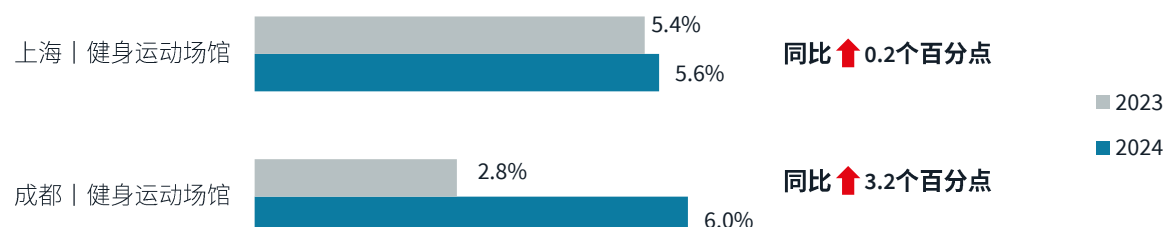
数据来源：中国海关总署、上市公司财报、公开信息整理，仲量联行研究部，2025年2月

# 品质生活：运动消费热度不减，细分首店积极扩张，健身场馆持续迭代

## 上海和成都运动户外服饰鞋包新租占比



## 上海和成都健身运动场馆新租占比



## 运动装备细分，更多小众运动品牌首进中国



## 中国典型健身房品牌融资情况

融资时间	公司名称	融资轮次	融资金额	健身房类型
2024.4	坚蛋运动	A+轮	数千万元	月付制
2024.4	古德菲力健身	C轮	近2亿元	传统健身俱乐部
2024	热浪健身	A轮	1,200万美元	私教月付制
2021.8	乐刻运动	D轮	未披露	月付制
2021.5	超级猩猩	E轮	数亿元	团课按次付费

“受连锁健身房暴雷、闭店影响，消费者对预付办卡更谨慎，偏好次卡、月卡、季卡模式，推动月付制健身房活跃。传统健身俱乐部品牌加速更迭，多个中高端健身房被新品牌接手。”

数据来源：艾媒咨询、公开数据整理，仲量联行研究部，2025年2月

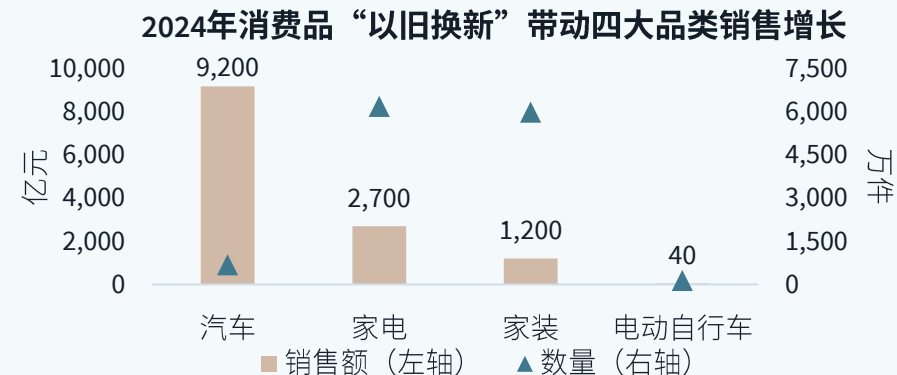
# | 市场应对

0

4

# 政策端 | 消费激励：消费品以旧换新等政策助力2024年消费市场

- **政策内容：**2024年3月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，向地方直接安排1,500亿元超长期特别国债资金支持消费品以旧换新。
- **政策效果：**带动汽车、家电、家装、电动自行车等销售额超过1.3万亿元，全年社会消费品零售总额同比增长3.5%，拉动消费成效显著。



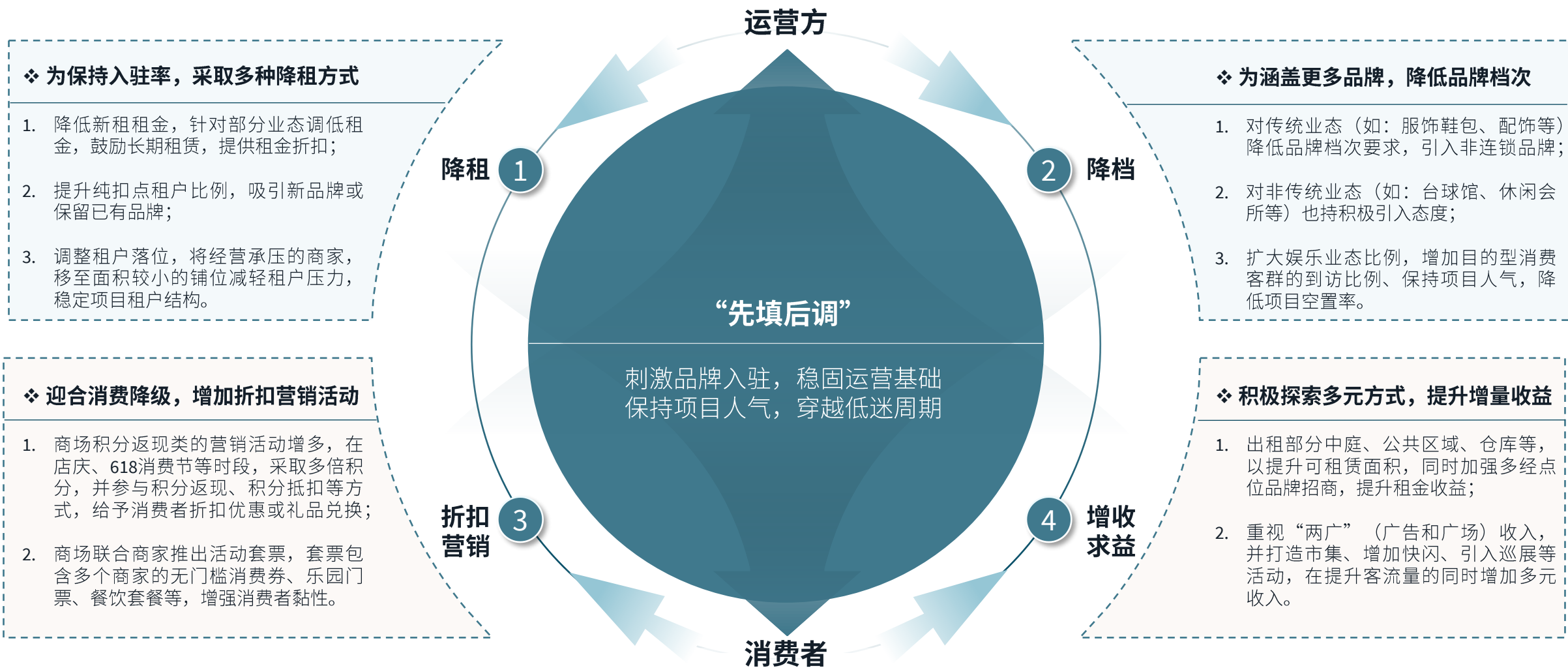
- **举办活动：**商务部全年举办4大主题活动，开展12场重点活动，包括全国消费促进月、国际消费季等系列活动，成功举办了中国国际进口博览会、中国国际消费品博览会等重大展会。
- **发放消费券：**各地加大发放消费券的力度，覆盖餐饮、旅游、文化、体育等多行业和领域。



- **发展数字消费：**构建智慧商圈、智慧街区、智慧门店等消费新场景，发展“互联网+”医疗服务、数字教育等新模式。
- **扩大绿色消费：**更好满足新能源汽车、绿色智能家电、绿色建材等商品消费需求，开展绿色商场常态化创建。
- **培育品牌消费：**支持新消费品牌孵化培育，推动老字号守正创新发展，激发国潮消费潜力。

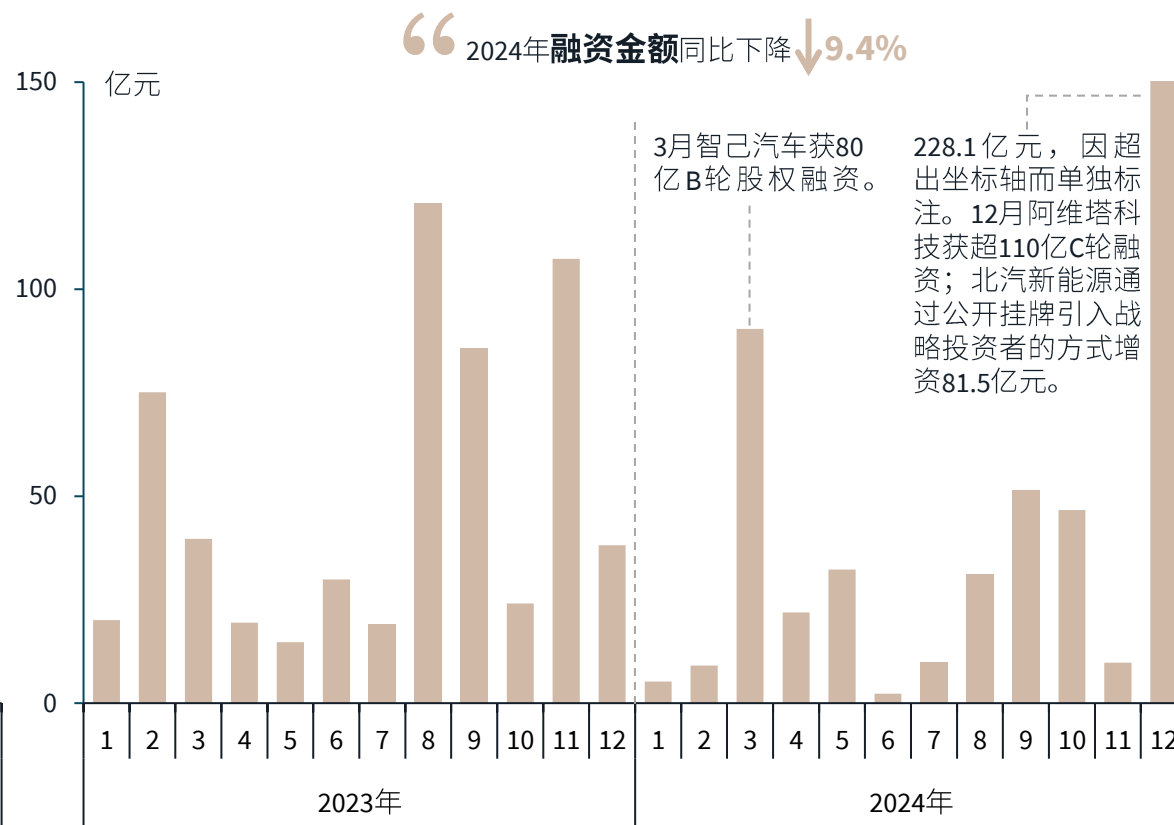
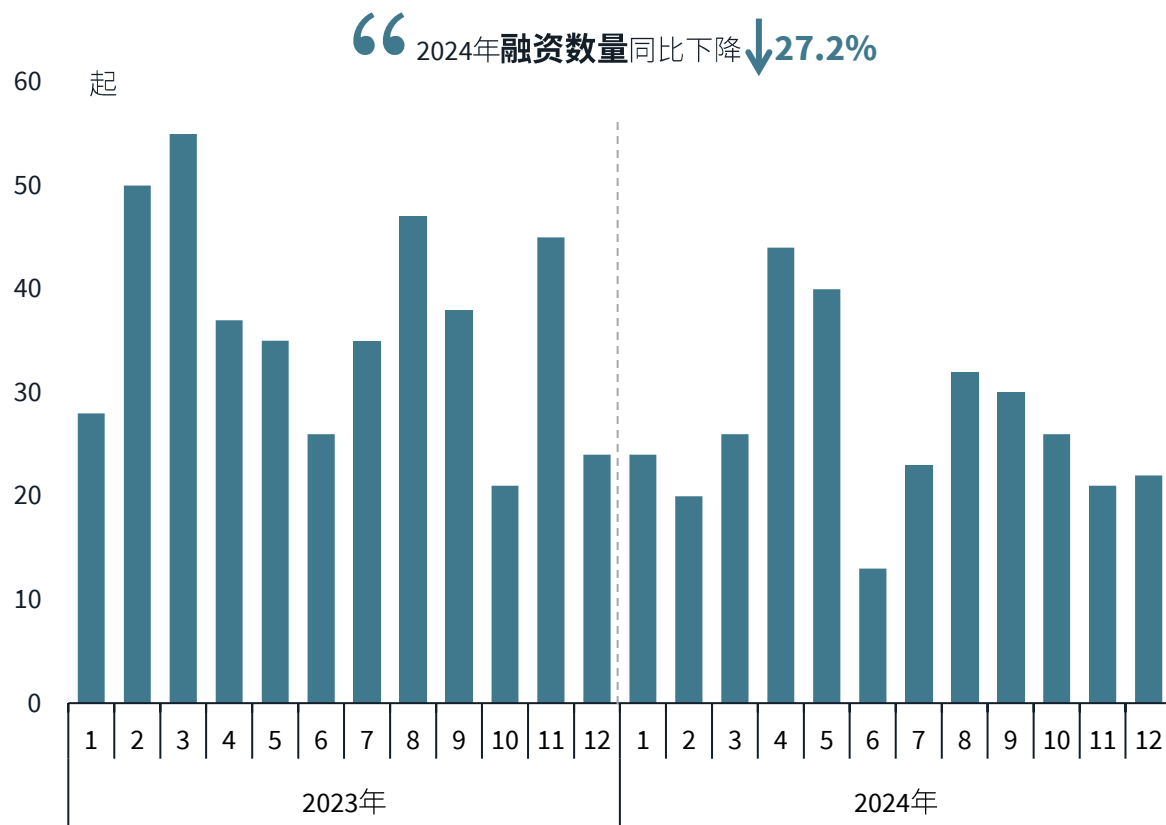
数据来源：国家商务部、国家发改委、公开信息收集，仲量联行研究部，2025年2月

# 物业端 | 业主策略：刺激租赁与消费需求，采取“先填后调”穿越周期



# 投资端 | 融资分析：消费融资持续降温，融资金额及数量均呈下降趋势

## 消费领域融资金额及数量\*（不完全统计）

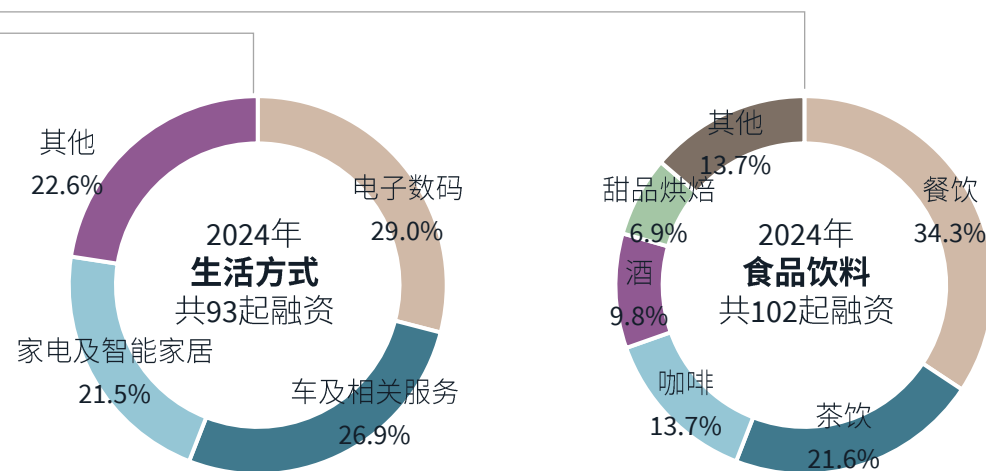
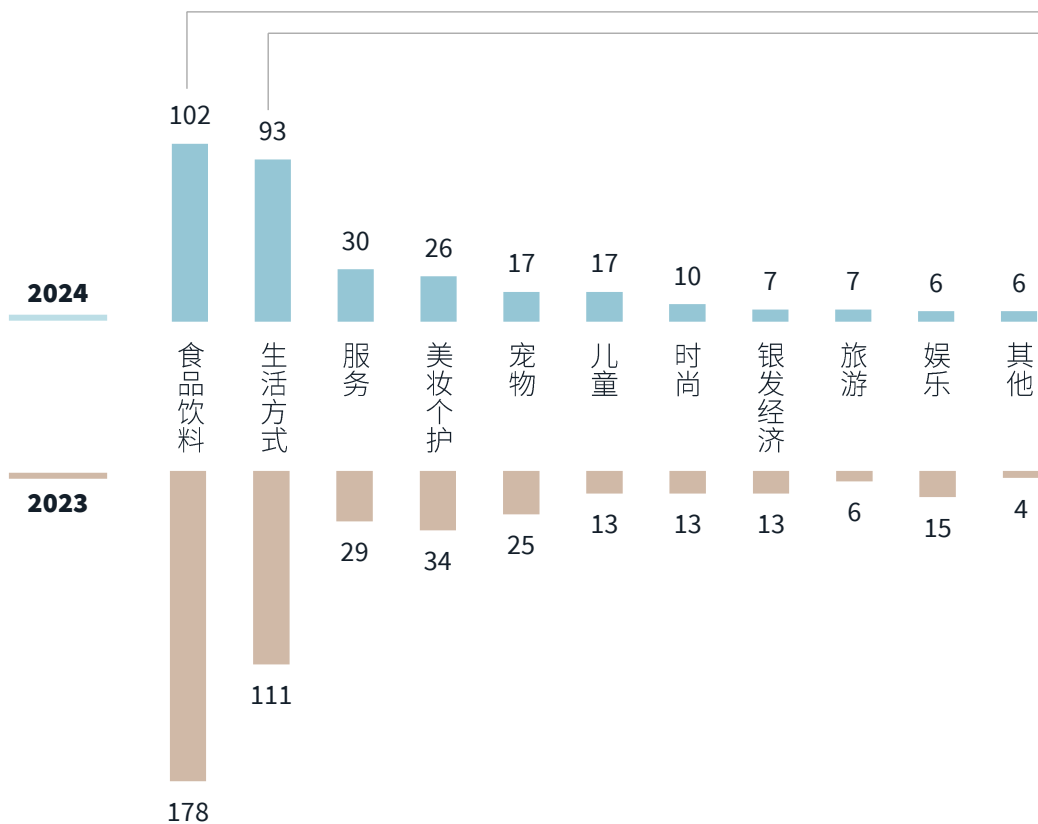


注：\*融资数据不含IPO轮次融资事件。

数据来源：公开信息整理，仲量联行研究部，2025年2月

# 投资端 | 融资分析：2024年消费融资持续收缩，食品饮料类降温明显

## 消费领域融资数量\*（不完全统计）



“

融资事件蕴含投资者对未来消费发展方向的预判，从投融资事件的分析中能窥见未来可能火热的新兴消费赛道。回顾2024年的投融资市场，**具身智能机器人、人工智能、低空经济**等领域融资活跃，为未来消费品供给提供新可能。

注：\*融资数据不含IPO轮次融资事件。

数据来源：公开信息整理，仲量联行研究部，2025年2月

# | 未来展望

05

# 供应端：未来传统商业供应下降，存量商业将进入密集调改期

## 1 未来供应下滑

传统商业进入存量时代，未来新增供应下降，同时“非标”商业持续成为中国零售地产供给侧的一大关键词。

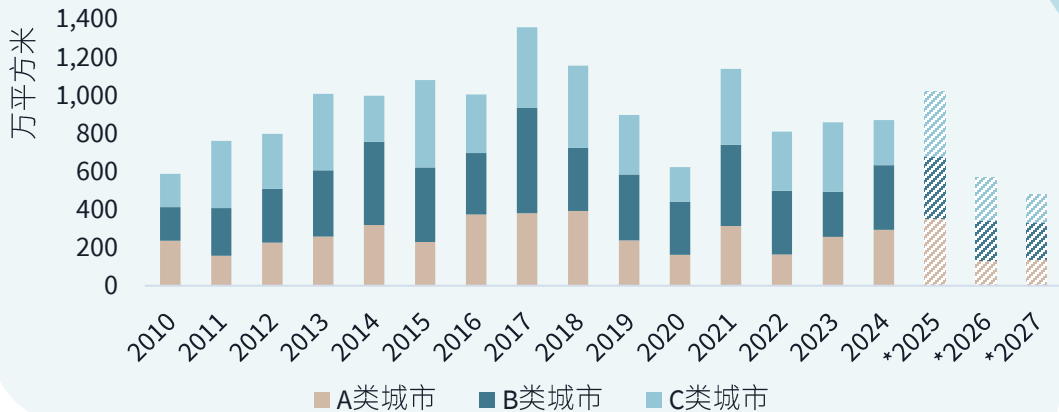
## 2 开发头部化

头部开发商更能高效整合资源并推动新项目建设落地，同时凭借其强大的招商运营能力获取更多轻资产项目。

## 3 回归高线城市

在优质零售地产市场完成下沉后，一线和强二线城市的经济活力和消费需求吸引商业开发重点重新回归。

### 全国优质零售地产市场供应



新增供应

存量项目

## 加速调改 1

存量时代下商业竞争加剧，迫使运营商不断焕新消费场景和品牌矩阵，迎合消费新需求。

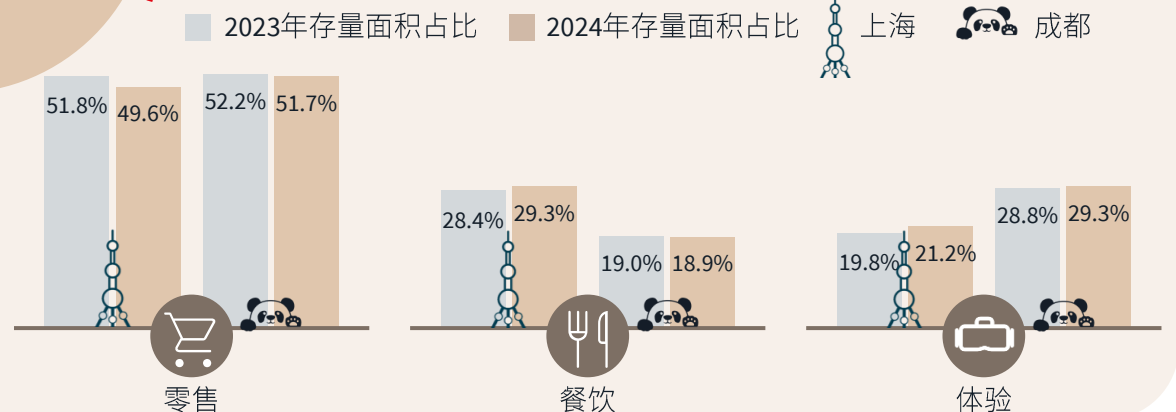
## 重塑业态结构 2

轻零售、重体验的趋势将得以延续，业态结构将不断调整以适应市场变化。零售面积占比将进一步下降，体验占比将上升。

## 品牌自我迭代 3

调改不仅存在于商场，也存在于品牌本身，胖东来调改永辉即是示例，未来更多品牌将加入调改行列，以追求其他增长曲线。

### 上海与成都购物中心功能业态结构存量对比



数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

# 需求端：零售地产市场六大消费热词

1

## 非遗再造



让中国文化火起来，让文化商品走出去

2

## 数智经济



Deepseek引爆全球人工智能潮，数智经济与消费同频共振

3

## 县域消费



从“反向旅游”到“消费下沉”，挖掘县域消费潜力

4

## IP联名



从《哪吒2》爆红到泡泡玛特风靡东南亚，中国IP热潮席卷全球

5

## China Travel



China Travel凭借签证便利、免税政策等利好，吸引全球游客

6

## 冰雪热潮



随着亚冬会等重要赛事的举办，掀起冰雪消费热潮

# 需求端：非遗、人工智能、县域下沉将持续赋能消费市场

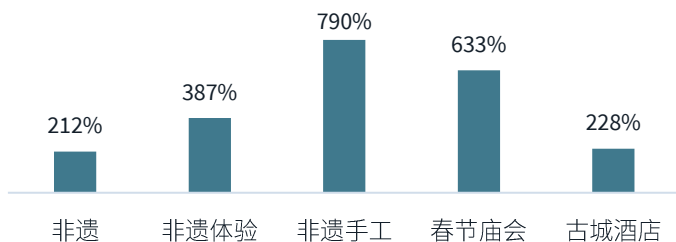
## 非遗再造

2024年12月4日，春节申遗成功，使2025乙巳蛇年春节成为首个“非遗版”春节，带动非遗相关消费快速上涨。

### 2025年春节非遗民俗相关订单量增长\*

<b>795%</b> 潮汕×英歌舞 相关表演团购订单	<b>488%</b> 腾冲×皮影戏 相关表演团购订单	<b>458%</b> 黄山×鱼灯 吃喝游玩团购订单
<b>451%</b> 湘乡×火壶 相关表演团购订单	<b>123%</b> 延安×腰鼓 酒旅团购订单	<b>70%</b> 确山×打铁花 相关表演团购订单

### 2025年春节非遗关键词搜索量增长\*\*



## 数智经济

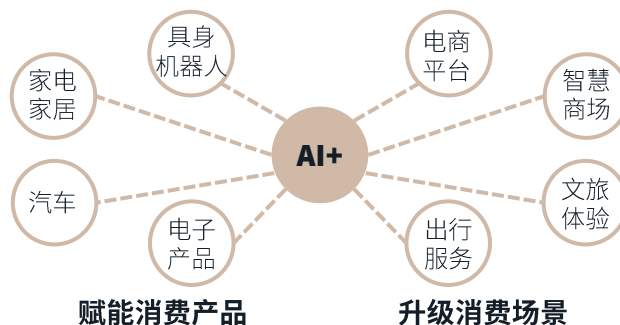
在虚实融合的新消费时代，科技正重塑“人-货-场”关系图谱，深度影响消费选择。

### 政策导向

2025年2月10日召开的国务院常务会议中强调，要促进“人工智能+消费”，以持续打造消费新产品、新场景和新热点。

### 消费意愿

根据亿欧智库的消费者调研，约60.7%的受访者表示愿意为AI功能支付一定的溢价，其中41.0%愿意支付20%左右的费用，19.7%愿意支付30%左右。



## 县域消费

随品牌选址加速下沉至县城，和小众目的地旅游火热，县域消费市场迅速崛起。

### 品牌选址下沉

- **餐饮：**多家餐饮连锁品牌积极布局下沉市场，县城加盟潮来临。九毛九和海底捞在2024年相继开放加盟，此前县城里已不乏肯德基、德克士等品牌的身影。
- **咖啡茶饮：**蜜雪冰城已靠下沉市场达成万店规模，奈雪等茶饮也开放加盟，霸王茶姬、瑞幸、库迪、星巴克等更多品牌布局县域市场。
- **零售生活：**名创优品等连锁零售品牌或将继续布局下沉市场，苏宁易购零售云、京东电器等也将加速下沉求增长。

### 小众目的地旅行热度将持续上涨 同程旅行2025年春节热门目的地涨幅榜

Top 01 哈密	Top 02 阿勒泰	Top 03 中卫	Top 04 张家界	Top 05 阿坝
Top 06 黄山	Top 07 四平	Top 08 忻州	Top 09 临沧	Top 10 喀什

注：\*抖音2025年1月14日至2025年2月4日数据。\*\*美团旅行春节假期前五日数据。

数据来源：抖音、美团旅行、亿欧智库、同程旅行、公开信息整理，仲量联行研究部，2025年2月

# 需求端：IP联名、入境游、冰雪消费将继续成为未来消费关键词

## IP联名

从《哪吒2》、《黑神话：悟空》的爆红到泡泡玛特风靡东南亚，中国IP消费热潮席卷全球。

### 全球动画电影票房榜

排名	影片名	上映年份	票房 (亿元)
1	哪吒之魔童闹海	2025	124.49*
2	头脑特工队2	2024	123.19
3	冰雪奇缘2	2019	105.41

《哪吒之魔童闹海》荣登国产电影票房榜首，同时入围全球票房榜前10，位居全球动画电影票房榜第一。

聚焦IP战略，大力发展谷子经济和情绪消费，2024前三季度名创优品总营收**122.8**亿元，同比**+22.8%**，创历史新高。

• 类似品牌包括：

POP MART、九木杂物社、TOP TOY、卡游等

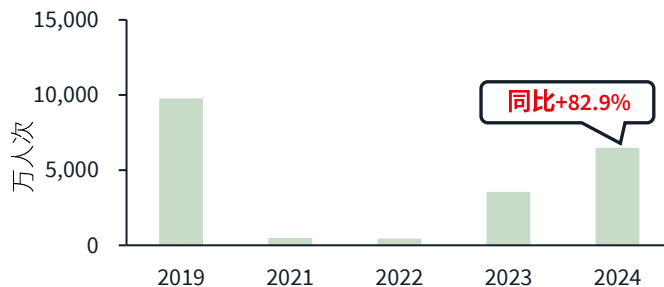
## China Travel

China Travel凭借签证便利、免税政策等利好，结合短视频、直播等线上传播，吸引全球游客。

### 中国全面放宽优化过境免签政策

- 1、**延长停留时间**：原72小时和144小时均延长为240小时
- 2、**增加适用口岸**：从39个口岸增至60个
- 3、**扩大活动范围**：从19个省份增至24个
- 4、**增加联动区域**：在允许停留活动区域内跨省旅行

### 外国人出入境人次



## 冰雪热潮

随着冰雪运动和冰雪旅游的兴起，吸引大批游客去北方城市体验冰雪活动，有效带动运动装备、旅游食宿等消费。

哈尔滨  
游客人数  
与旅游花费均  
增长超**3成**

2024年

哈尔滨  
游客人数  
同比增长  
**21.3%**

2025年春节假期

目标：  
冰雪经济  
总规模达到  
**1.5万亿元**

到2030年

### 政策支持

2024年11月，国务院办公厅印发《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》

### 赛事举办

2025年2月 哈尔滨 第9届亚冬会  
2022年2月 北京 第24届冬奥会



注：\*数据截至2025年2月19日17:00。

数据来源：国务院办公厅、国家移民管理局、猫眼专业版、公开数据整理，仲量联行研究部，2025年2月

# 政府端：提振消费专项行动被列为首要任务，助力消费潜力持续释放

## 消费市场政策

## 提振消费

## 其他政策联动

### 以旧换新

#### 加力扩围实施消费品以旧换新，稳住消费的基本盘。

2025年政府将继续实施消费品以旧换新补贴政策，并扩大补贴品类、加大补贴力度。商务部已预算下达首批资金810亿元，后续或将持续提供资金支持。

### 服务消费

#### 扩大服务消费，优化消费结构。

商务部牵头搭建服务消费“1+N”政策措施体系。下一步将实施服务消费提质惠民行动，推动电信、教育、医疗等领域有序扩大开放，丰富服务消费供给。

### 消费活动

#### 创新举办扩消费活动，营造消费氛围。

商务部将和地方一道，突出重点时段，聚焦重点品类，联动线上线下，组织开展形式多样、人民群众喜闻乐见的促消费活动。

### 新型消费

#### 培育壮大新型消费，激发消费活力。

指导各地因地制宜发展首发经济，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费，创新多元化消费场景，积极培育新的消费增长点。

### 消费环境

#### 改善消费条件，优化消费环境。

商务部将加快培育国际消费中心城市；推动步行街、商圈设施改造和业态升级；深入实施县域商业三年行动；落实全国统一大市场建设任务。

#### 2025年将实施适度宽松的货币政策

2024年国家多次实施重要货币政策调整，推出一揽子增量金融政策，两次降低存款准备金率，保持流动性合理充裕。两次下调政策利率，引导社会综合融资成本下降。2025年国家已提出将实施适度宽松的货币政策，或将进一步下调房贷利率，增加居民可支配收入，减少消费挤出效应。

#### 把促消费和惠民生结合，促进中低收入群体增收

促进居民增收减负，提升消费能力、意愿和层级。一方面增加居民收入，支持更多的劳动者以技能提升带动岗位收入提升，千方百计拓宽农民增收渠道。适当提高退休人员基本养老金和城乡居民基础养老金，提高城乡居民医保财政补助标准等；另一方面优化医疗、教育和养老制度等，减少消费后顾之忧。

#### 联动其他政策促进消费

政府通过将消费补贴政策与其他政策联动，包括房地产政策、生育政策、户籍政策、教育政策、养老政策等，形成“政策组合拳”的方式提升消费需求、促进消费活动，以扩大内需。

金融支持

惠民生

其他联动

数据来源：政府网、商务部、公开信息收集，仲量联行研究部，2025年2月

# 回顾与展望：中国优质零售地产市场总结

## 需求



### 需求迭代分化

经济的不确定性引发消费者对收入预期的谨慎态度，进而导致当期零售消费收缩、疲软，传导至地产端进一步导致**时尚、正餐等业态租赁需求下滑**。

**得益于客流恢复和悦己消费观盛行，线下娱乐等体验业态需求上行**。而商场运营方在招商压力下，也愿意尝试引入面积需求较大但承租能力较弱的娱乐业态，以填补原来零售或餐饮的空位。因此，年内录得KTV、台球馆、VR娱乐、电竞馆等在购物中心里积极拓店。

## 供应



### 重回高线城市

2024年，中国21个重点城市优质零售地产市场新增供应同比基本持平，增量规模仍相当可观，推动21城总存量升至近1.5亿平方米。**全国40城**（含直辖市、省会城市、副省级城市、经济特区等）的**总存量突破2亿平方米大关**。

2025年中国21城预计还将迎来千万平方米级的新增供应，有望超出2024年的全年水平。**延续2024年的供给端走势，中国零售地产开发重回高线城市，重回核心地段**。

## 租金



### 零售租金承压

2024年零售地产项目的各种口径租金收入多数收跌，整体表现不及上年预期。据仲量联行统计，**中国21城优质购物中心的首层平均租金同比下降3.3%，租金跌幅较上年同期拉大**。

2025年，在新增供应回升的预判下，市场仍面临空置去化、租金承压的困境，部分运营商已下调租金上涨预期，**市场仍在探索新的价格均衡点**。

数据来源：仲量联行研究部，2025年2月

## 作者

**姚耀 Daniel Yao**  
中国区研究部总监  
Daniel.Yao@jll.com

**朱建辉 Jacky Zhu**  
中国区零售地产及消费研究负责人  
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

**卢晓曦 Sissi Lu**  
研究部董事  
Sissi.Lu@jll.com

**龙倩 Rebecca Long**  
研究部经理  
Rebecca.Long@jll.com

**甘甜 Tina Gan**  
研究部助理经理  
Tina.Gan@jll.com

**吴晓川 Jonathan Wu**  
研究部资深分析师  
Jonathan.Wu@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。

© 仲量联行2025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

SEE A BRIGHTER WAY

向光而为

## 仲量联行大中华区分公司

### 北京

北京市  
朝阳区针织路23号  
国寿金融中心8层  
邮政编码 100004  
电话 +86 10 5922 1300

### 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  
邮政编码 610021  
电话 +86 28 6680 5000

### 重庆

渝中区长滨路2号  
来福士办公楼T4N  
塔楼23层A08  
邮政编码 400011  
电话 +86 23 6370 8588

### 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

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

仲量联行

©仲量联行2025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。

### 杭州

浙江省杭州市  
上城区新业路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

### 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

### 青岛

山东省青岛市  
市南区香港中路9号  
香格里拉中心办公大楼13层1312室  
邮政编码 266071  
电话 +86 532 8446 8816

### 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

### 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

### 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 2804 5388  
传真 +86 755 2263 8966

### 天津

天津市  
和平区南京路189号  
津汇广场2座29层2910室  
邮政编码 300051  
电话 +86 22 2318 5000

### 武汉

湖北省武汉市  
硚口区京汉大道688号  
武汉恒隆广场办公楼3908-09室  
邮政编码 430030  
电话 +86 27 5959 2100  
传真 +86 27 5959 2155

### 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

### 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)

### 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)

### 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)

## 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2024财年收入达234亿美元，业务遍及全球80多个国家，员工总数超过112,000人。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 [joneslanglasalle.com.cn](http://joneslanglasalle.com.cn)

联系客服

400-000-8250



仲量联行微信号



仲量联行小程序

