

汇客云

Shopping Mall

Brand & Format

Macro Environment

Vindacon Trend

Traffic Analysis

Customer Insight

VINDACON — The Orange Book of Physical Retail Traffic in China — VINDACON



6233



398



AI+Data



2.5



78

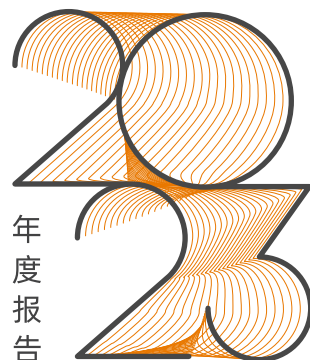


18279



Vindacon
DIGITAL BUSINESS WISE DECISION

中国实体商业 客流桔皮书



更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

KEY DATA

摘要

全国新开购物中心数量



398 座

同比2022年
-21座

2023年全国购物中心
场均日客流



183 万人次

同比2022年
+22%

全国现有购物中心数量



6,233 座

2023年全国居民人均可支配收入^②

3.9 万元



2023年中国GDP总额^①



126.1 万亿

同比2022年
+5.2%

2023年中国社会
消费品零售总额^③



47.1 万亿

同比2022年
+7.2%

2023年年末全国人口^④



14.1 亿人

同比2022年
-208 万人

注①②③④:数据来源于国家统计局数据(https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202401/t20240117_1946624.html)

01、

宏观环境

Macro Environment

02、

购物中心

Shopping Mall

03、

汇客趋势

Vindacon Trend

04、

客流分析

Traffic Analysis

05、

顾客洞察

Customer Insight

06、

品牌业态

Brand & Format

PREFACE

卷首语

2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年。国家出台了多项促进消费的政策，经济和消费等各方面均回暖复苏。经济运行恢复向好，社会消费品零售总额大幅反弹，全国餐饮收入更是强势增长。作为实体商业人气晴雨表的全国购物中心客流增长超两成，全国实体商业充满韧性和活力。

然而，人均商业面积持续增加，顾客平均逛店数量微幅下滑等数据也反映出行业的竞争更加激烈，顾客的消费习惯悄然发生变化。

机遇和挑战并存的环境下，实体商业各显其能寻求突破。除法定节假日外，行业充分挖掘七夕、“5·20”等非法定节假日的消费潜力，配合新奇、创新的活动，极大地激发了假日消费意愿。同时，行业持续借助新技术和数据化管理，在招商、运营、企划等方面探索新的管理模式。

2023年品牌拓店信心逐步恢复，购物中心空置率整体下降，体现出品牌拓店的信心逐步恢复。餐饮整体强势扩张，黄金珠宝、数码电器等零售业态持续拓店，个人护理、休闲娱乐门店快速增长。实体商业的现场体验、面对面服务等特点使其依然具有竞争优势。

市场上惟一不变的就是变化。展望未来，拥抱新环境、新技术是行业蜕变的必然路径。

潘涛君

2024年3月3日

CONTENTS

MACRO ENVIRONMENT

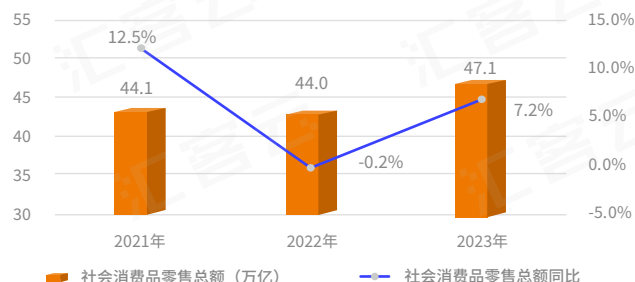
宏观环境

2023年GDP持续增长,全国宏观经济提升明显。社会消费品零售总额同比2022年提升显著,消费者信心恢复明显。全国人口总量略有下降,人口结构的变化对商业的影响会逐步显现。

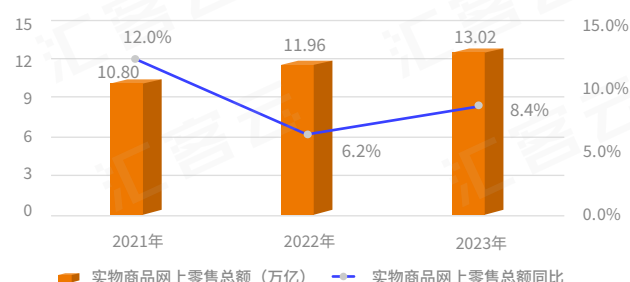
社零总额再创历史新高,实体商业持续恢复向好

全年消费市场提升显著,超越2022年水平。社会消费品零售总额47.1万亿元,同比2022年提升7.2%。网上消费持续增长,实物商品网上零售额同比2022年增长8.4%。实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重略有提升。商品零售总额与餐饮收入提升显著,分别提升了5.8%与20.4%。

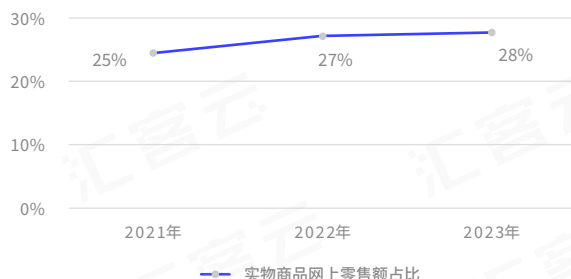
2021-2023年社会消费品零售总额及同比



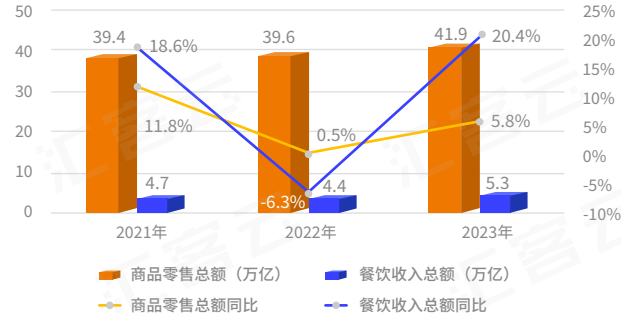
2021-2023年实物商品网上零售总额及同比



2021-2023年实物商品网上零售额占比

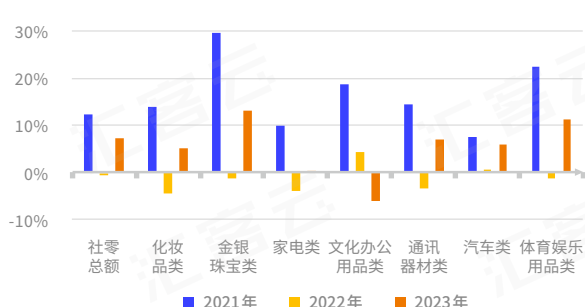


2021-2023年商品零售和餐饮收入总额及同比

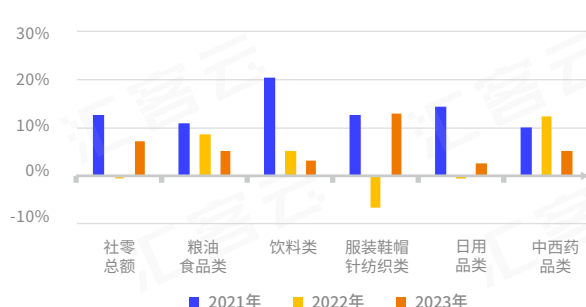


同比2022年,基本生活类与升级类商品消费均稳定增长,服饰类、珠宝类与体育用品类消费提升显著。

升级类商品零售额年度同比



基本生活类商品零售额年度同比

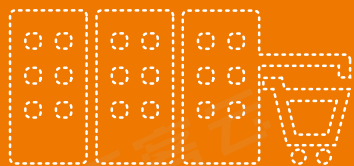


2021年数据来源于国家统计局数据(https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1901341.html)

2022年数据来源于国家统计局数据(https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1901713.html)

2023年数据来源于国家统计局数据(https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202401/t20240117_1946624.html)

新开购物中心数量减少, 客流逐步恢复



全国现有购物中心数量

6,233 座

2023年新开购物中心

398 座

同比2022年

-21 座

2023年关闭购物中心

16 座

平均

23 万人

享有一座购物中心

新开商业建筑面积

3,416 万平方米

关闭商业建筑面积

122 万平方米

场均面积

9 万平方米

比2022年

-0.02 万平方米

购物中心人均
享有面积

0.40 平方米

比2022年

+0.02 平方米

全国现有购物中心
商业建筑面积

56,449 万平方米



全国购物中心场均日客流

1.83 万人次

同比2022年

+22 %

全国购物中心
顾客平均游逛时长

78 分钟

比2022年

+7 分钟

全国购物中心
顾客平均逛店数

2.5 家

比2022年

-0.1 家

SHOPPING MALL

购物中心

华东和华南地区人均购物中心数量和面积超过其他地区。上海、杭州、南京、深圳每十万人拥有超过1座购物中心。

存量购物中心

华东地区购物中心存量远高于其他区域

在全国7个区域中，华东地区人均购物中心数量和面积均位居第一。

2023年人均拥有购物中心数量：区域分析



2023年人均拥有购物中心面积：区域分析



经济发达省市购物中心存量

上海、北京、天津、广东、江苏、浙江等经济发达省市人均购物中心数量和面积均位居全国前列。

2023年人均拥有购物中心数量：省市分析



2023年人均拥有购物中心面积：省市分析



2023年人均拥有购物中心数量TOP10：城市分析



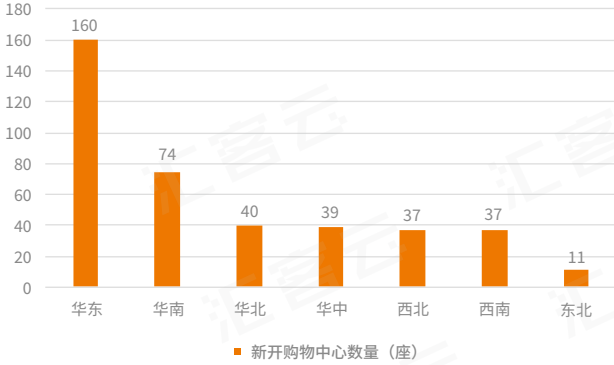
2023年人均拥有购物中心面积TOP10：城市分析



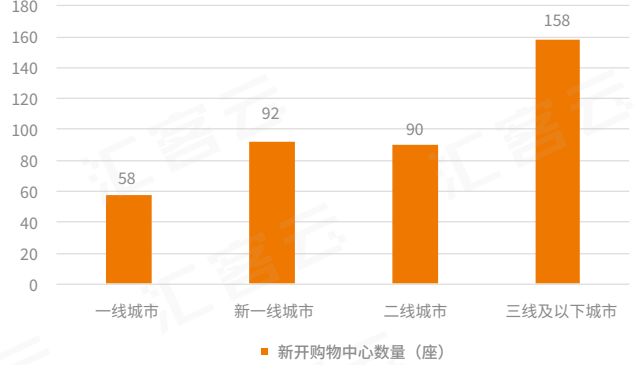
新开购物中心分布

新开购物中心持续发力三线及以下城市, 华东地区依然是商业地产最重要的市场。

2023年新开购物中心数量: 区域分布

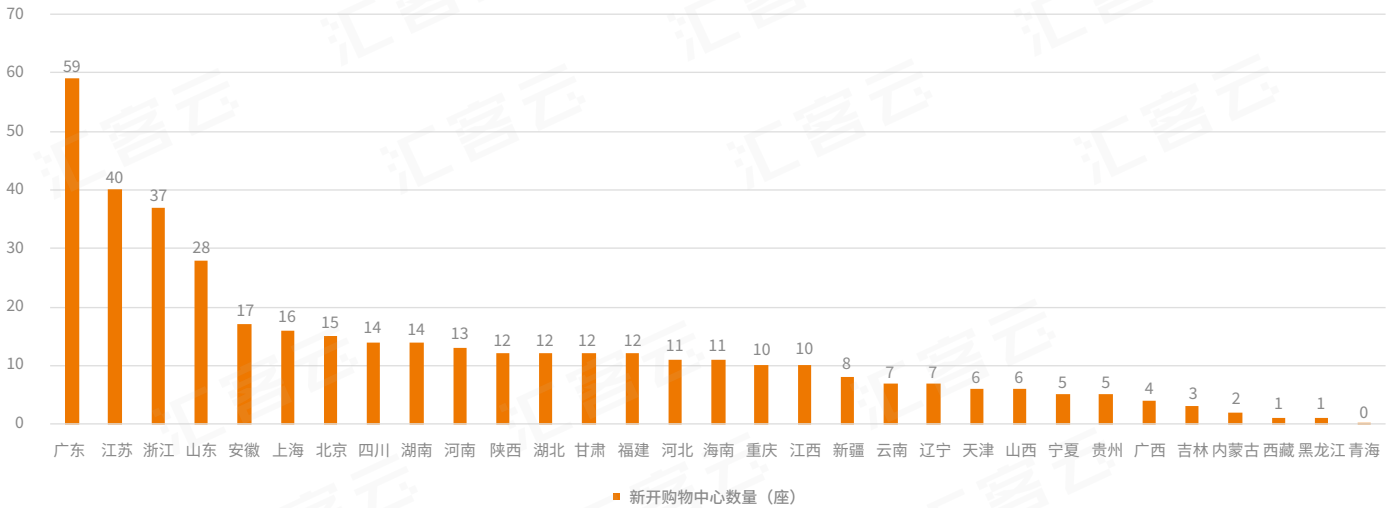


2023年新开购物中心数量: 等级城市分布



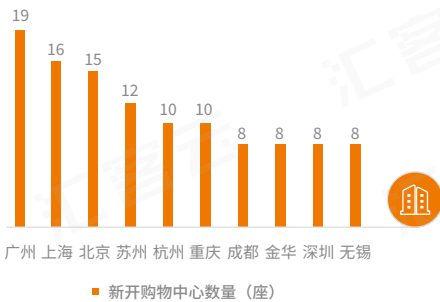
广东省新开购物中心最多, 江苏、浙江、山东各省市不遑多让。

2023年新开购物中心数量: 省份分布

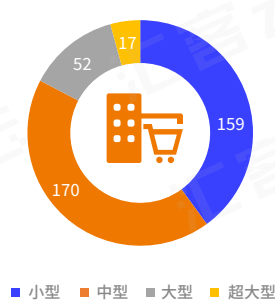


除一线城市外, 苏州、杭州的良好经济环境吸引了商业资本投资, 金华上榜TOP10 值得关注。

2023年新开购物中心数量: 城市TOP10



2023年新开购物中心数量: 面积分布



2023年新开购物中心数量: 集团TOP5



注: 小型购物中心: [3,6]万平方米; 中型购物中心: (6,12]万平方米; 大型购物中心: (12,18]万平方米; 超大型购物中心: 18万+平方米

VINDACON TREND

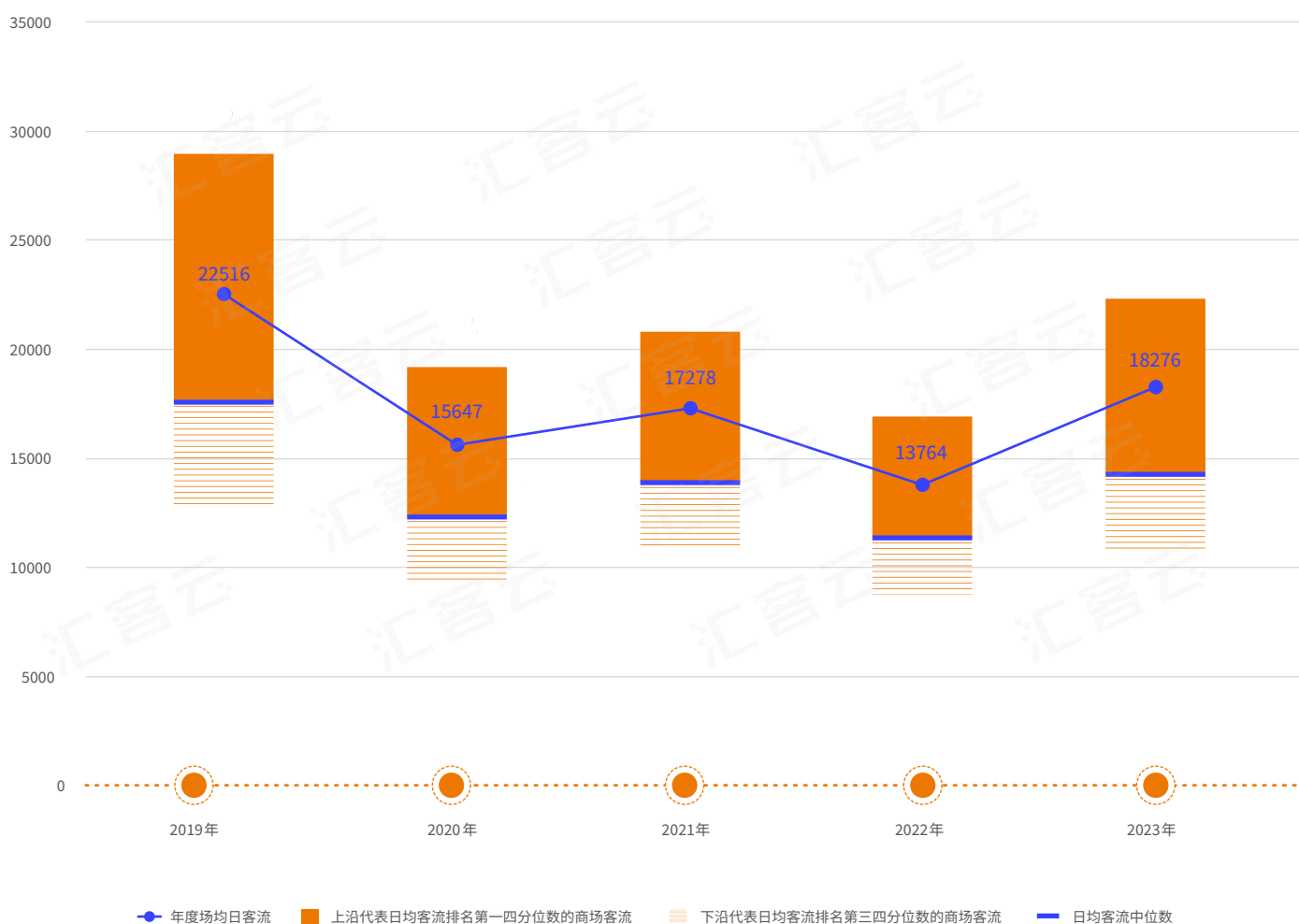
汇客趋势

“汇客趋势”是汇客云推出的反映实体商业客流趋势的系列数据指标。本报告提供的购物中心汇客趋势，依据全国购物中心各种属性进行分组，跟踪各分组的年度客流发展趋势。购物中心可以选择贴近自身类型的分组进行对比。

汇客趋势-全国购物中心

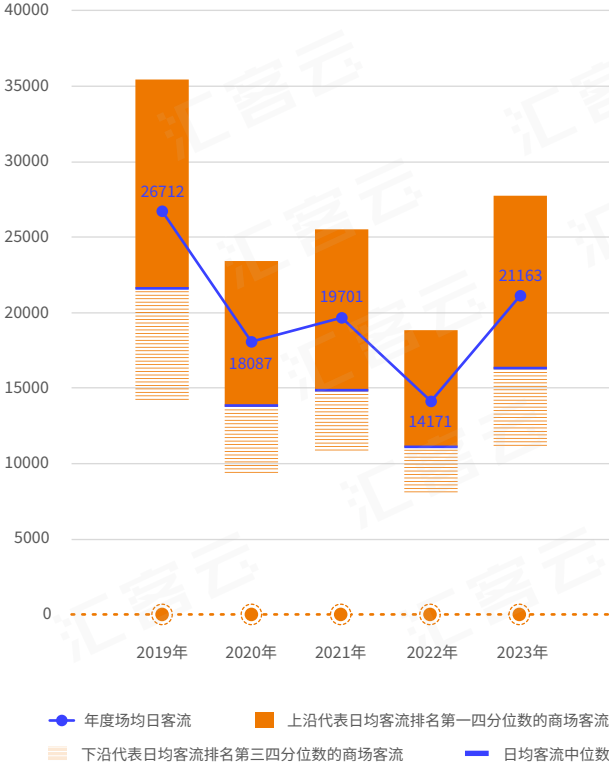
2023年全国购物中心客流表现相对疫情期间分化明显。

汇客趋势--全国购物中心

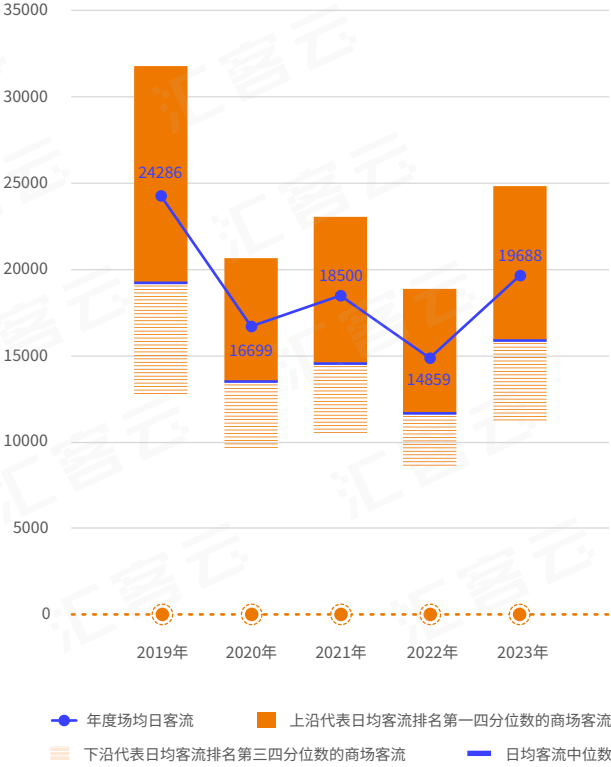


汇客趋势—城市等级

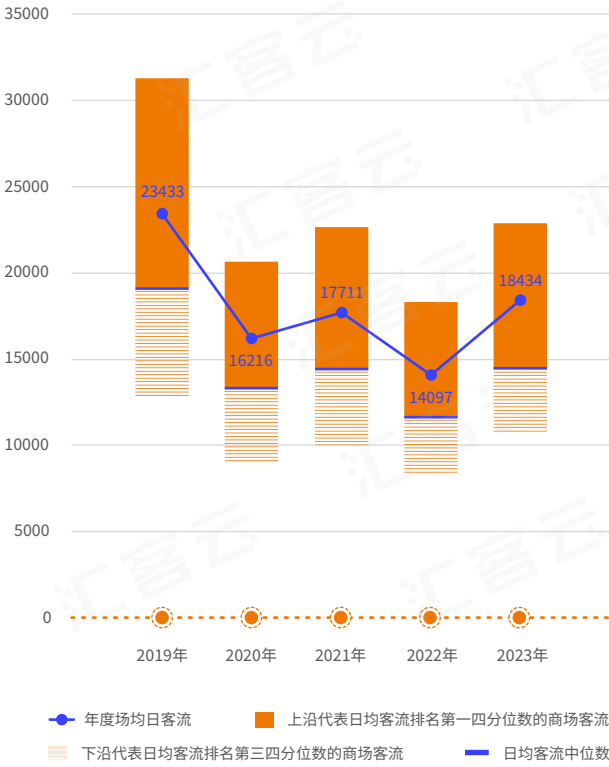
汇客趋势--一线城市购物中心



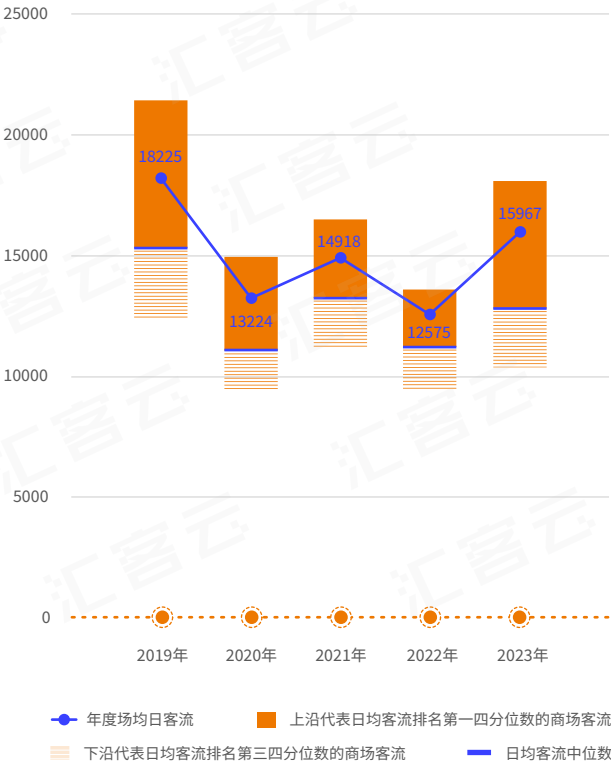
汇客趋势--新一线城市购物中心



汇客趋势--二线城市购物中心

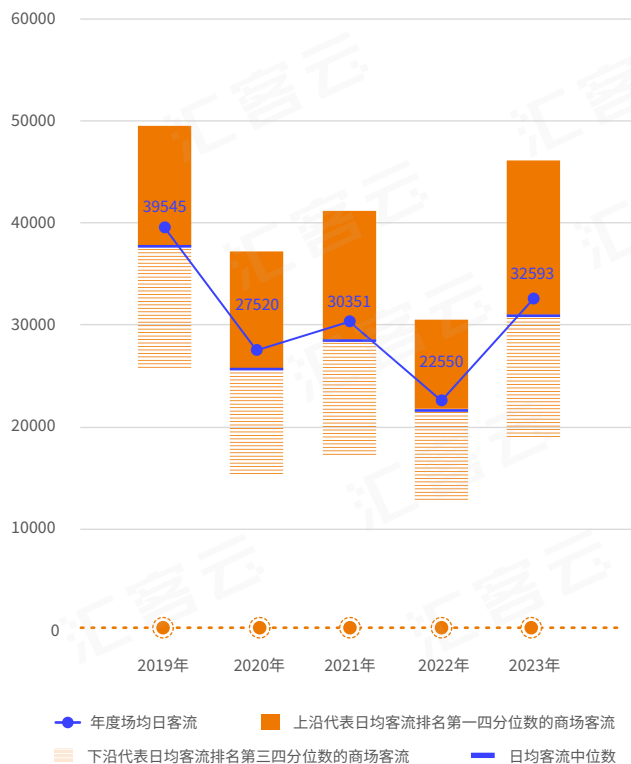


汇客趋势--三线及以下城市购物中心

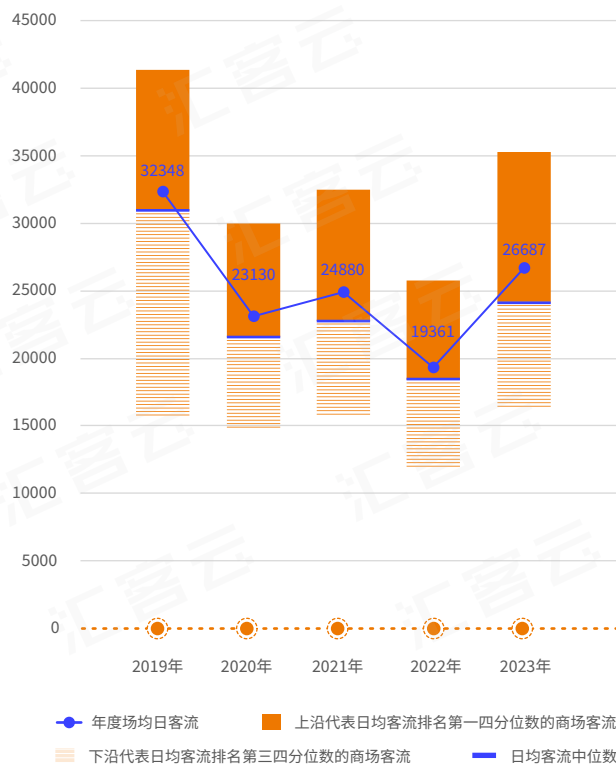


汇客趋势—体量规模

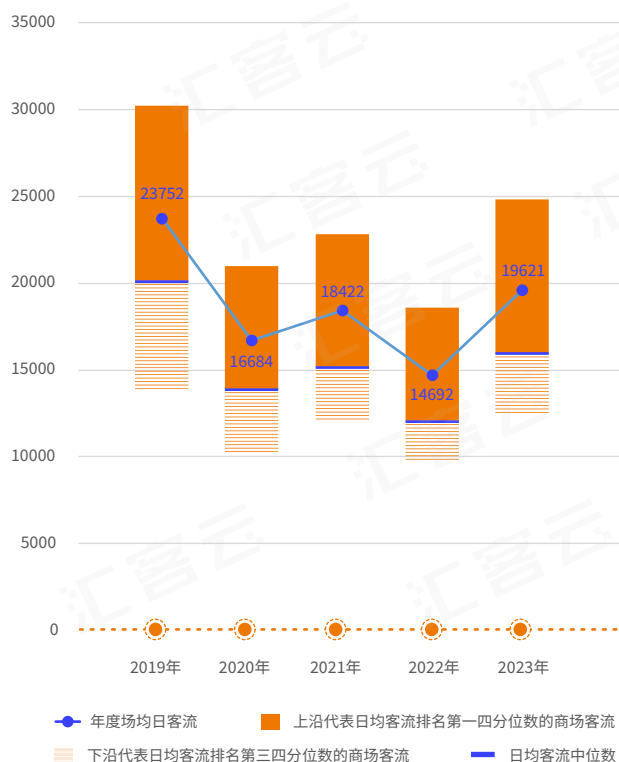
汇客趋势--超大型购物中心



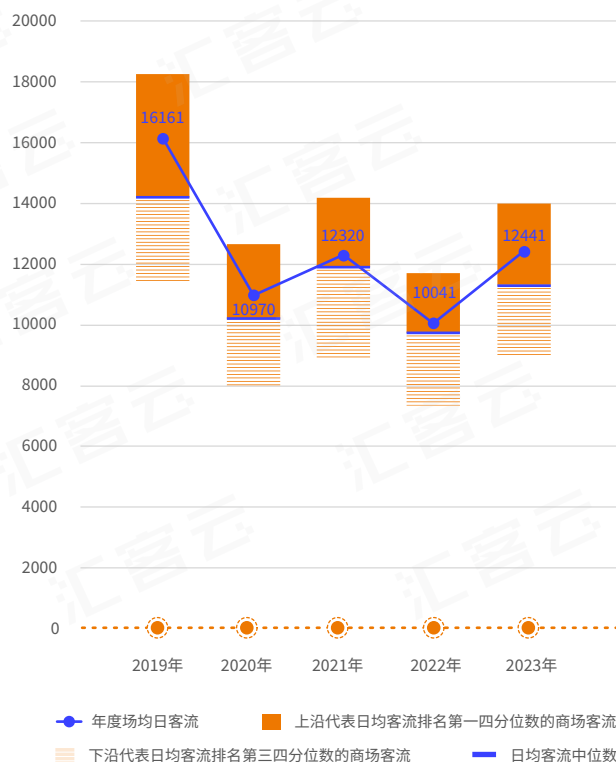
汇客趋势--大型购物中心



汇客趋势--中型购物中心

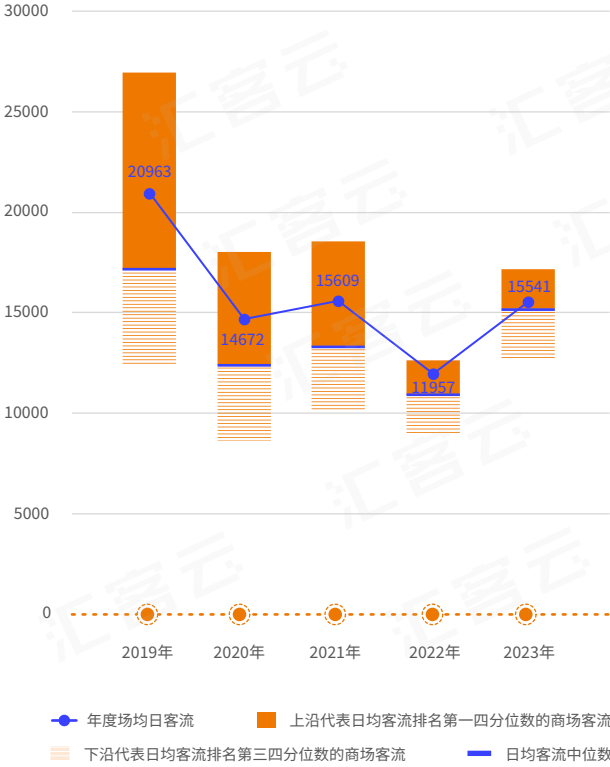


汇客趋势--小型购物中心

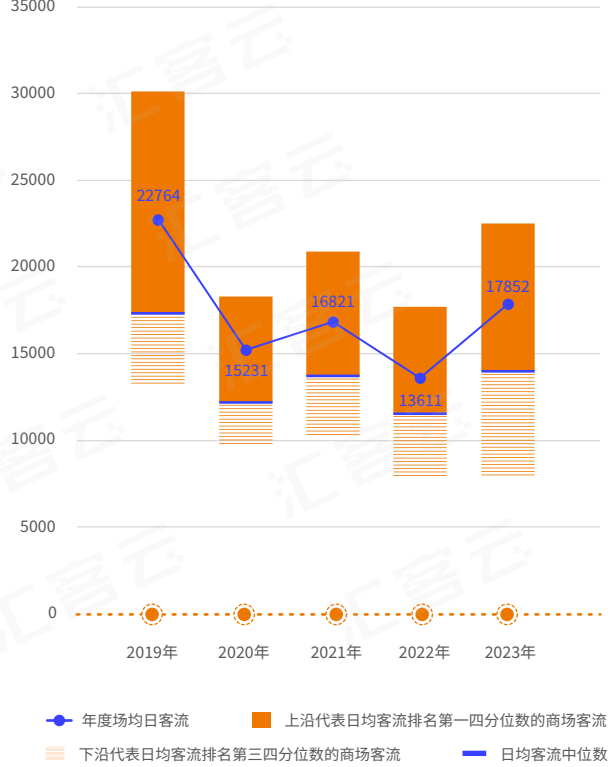


汇客趋势—开业年限

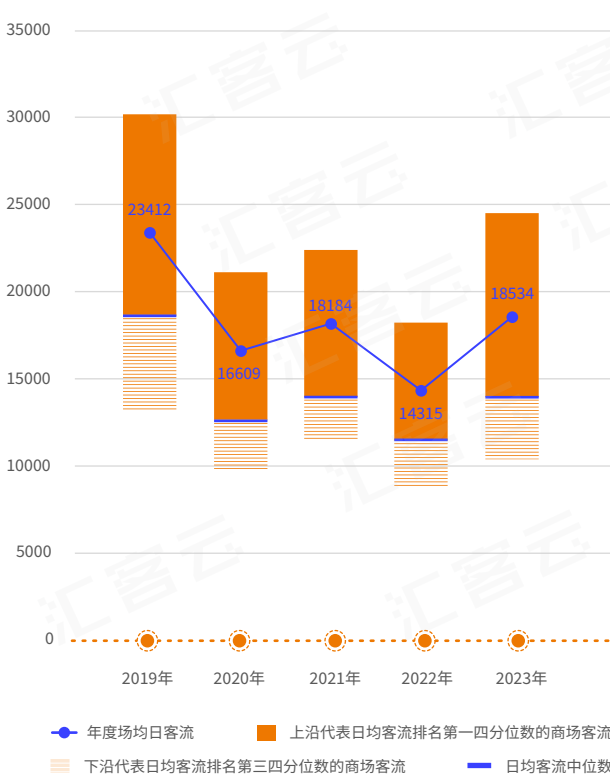
汇客趋势--开业1-3年购物中心



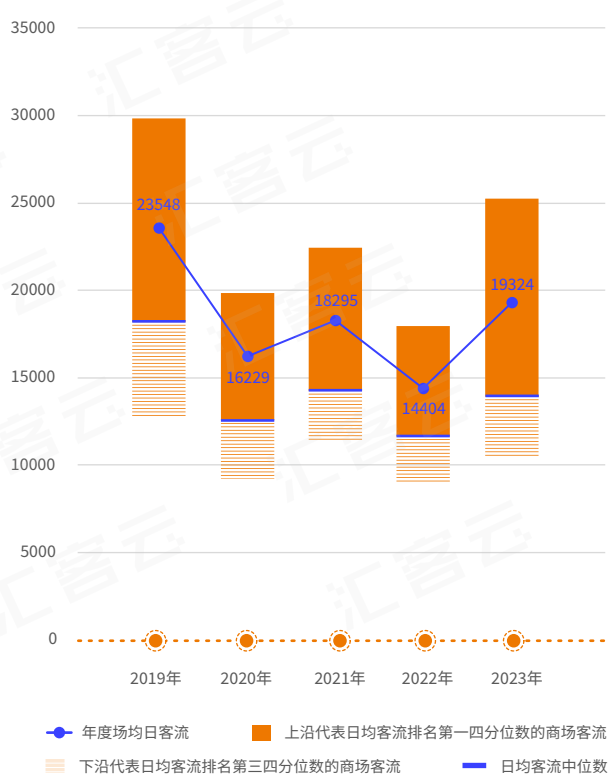
汇客趋势--开业3-5年购物中心



汇客趋势--开业5-8年购物中心



汇客趋势--开业8年以上购物中心



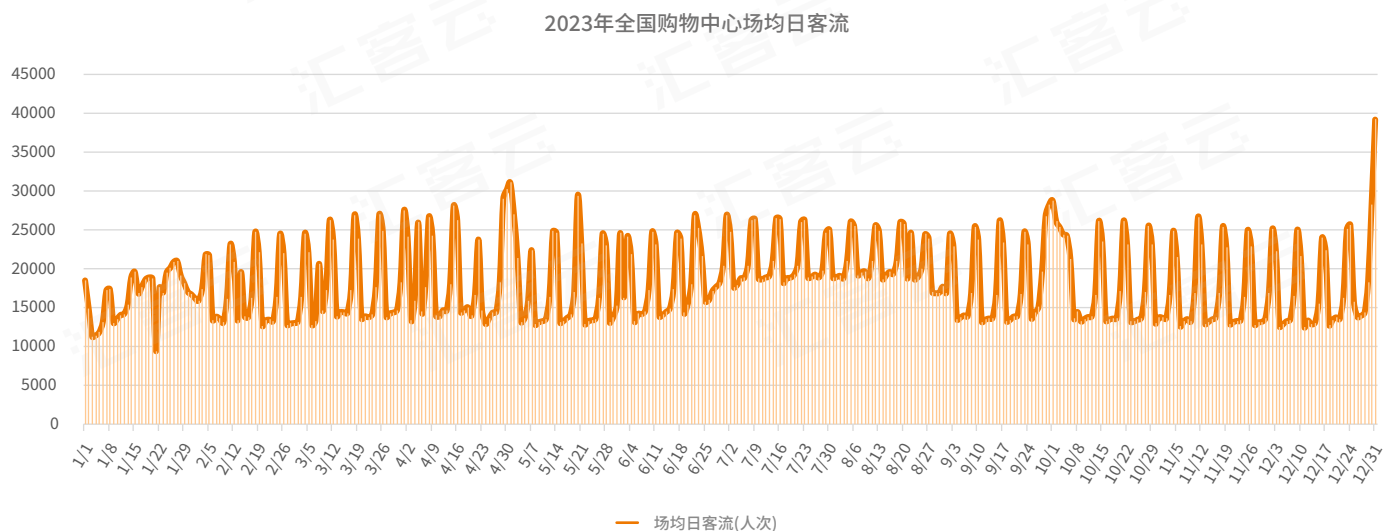
TRAFFIC ANALYSIS

客流分析

2023年是购物中心客流的恢复年，本章报告基于2023年及2022年全国购物中心投射客流数据进行分析。由于2022年部分地区在不同时间有不同程度的封控，同比数据会出现大幅波动。

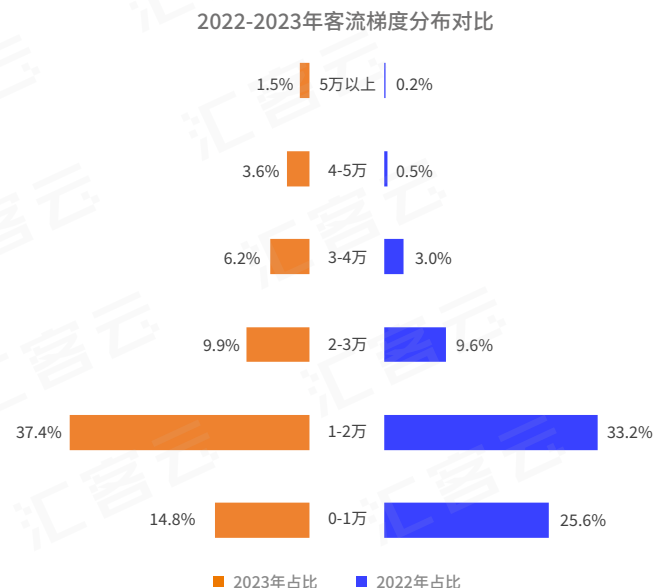
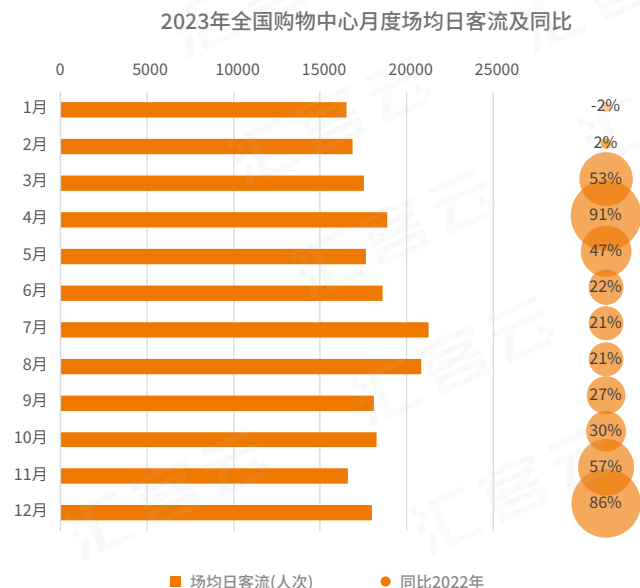
全国客流分析

2023年全年客流整体呈上升趋势，年初在波动中回升，3月趋于正常。截至到4月底，1-4月累计客流同比增长了27%。五一假期之后客流有小幅回落，但是7、8月暑假期间客流整体明显上升。



2023年客流最高的月份是7月、8月暑假期间。4月、12月客流同比增长幅度最大，主要原因是2022年同期客流基数小。

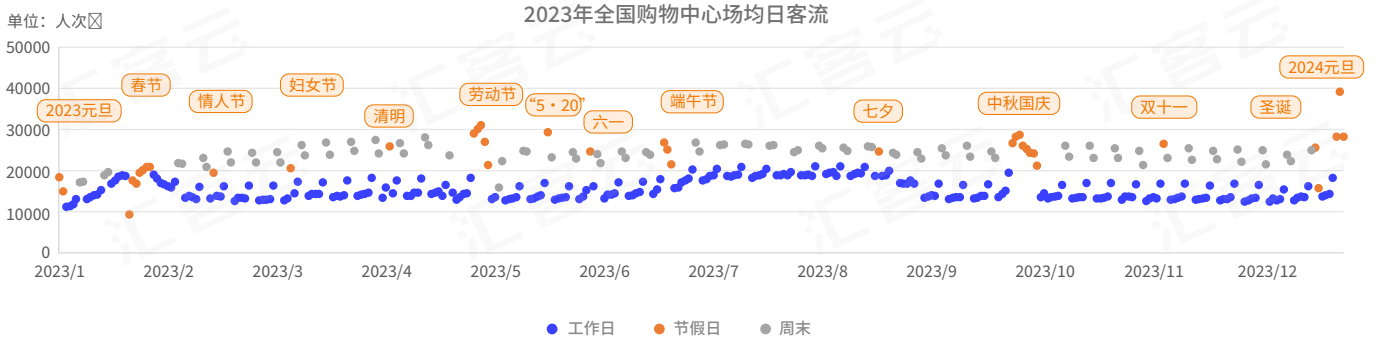
大量购物中心日均客流在1-2万区间，但2023年日均客流不到1万的购物中心占比明显减少，高客流购物中心占比增多。



节假日客流分析

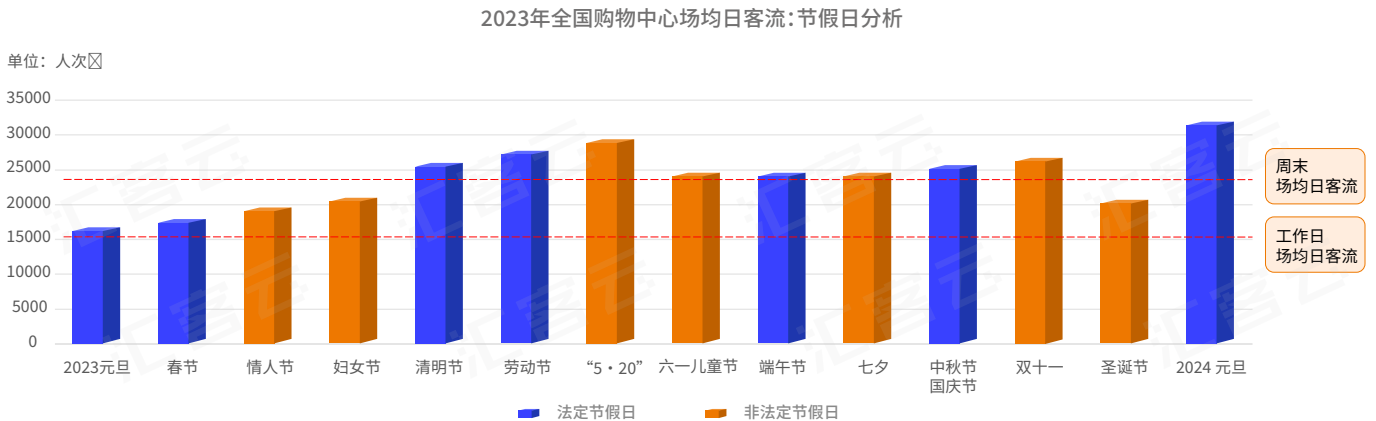
劳动节、中秋国庆等假期均有明显客流爆发

整体来看, 2023年年初购物中心客流从谷底复苏, 春节后迅速恢复, 劳动节已恢复至较高水平。各个节假日均有不同程度的客流增长, 12月31日成为全年客流最高的一天。



非法定节假日客流表现优异

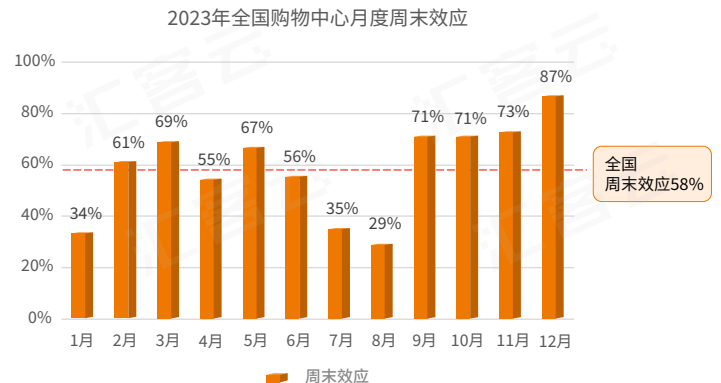
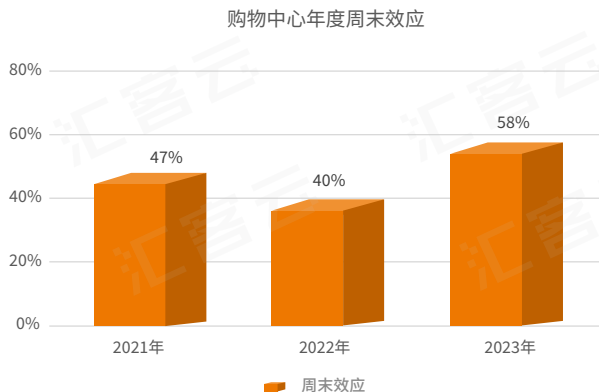
情人节、三八妇女节客流还在缓慢爬坡恢复阶段。爱情光环叠加周末效应, “5·20”客流表现亮眼。六一儿童节、七夕均为工作日, 但客流均高于一般周末客流, 节日效应明显。



周末顾客游逛意愿提升, 9月以后提升显著

2023年周末效应为58%, 相比2021年提升9%, 远超2022年。

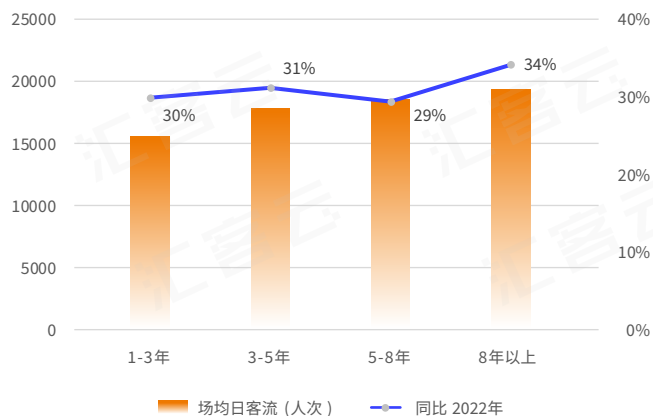
一季度谷底反弹, 周末效应逐渐升高; 二季度蓄势待发; 三季度平日客流表现整体较好, 迎来客流黄金期; 四季度周末效应提升显著, 远超前三季度。



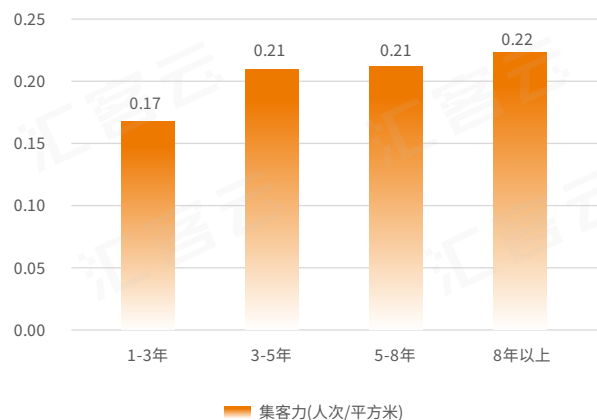
购物中心客流分组分析

开业8年以上购物中心客流同比增长幅度更大。

不同开业时长购物中心场均日客流及同比

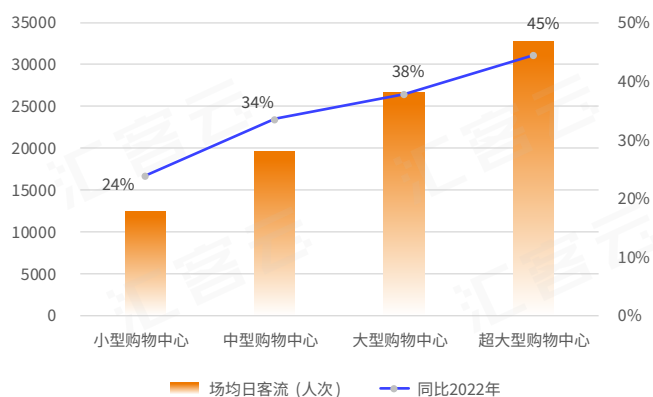


不同开业时长购物中心集客力

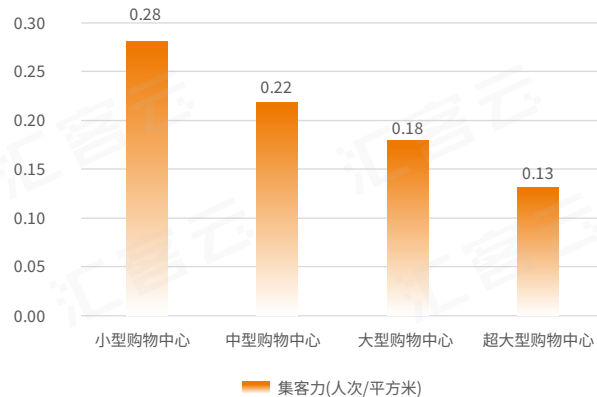


规模越大的购物中心客流同比增长幅度越大。

不同规模购物中心场均日客流及同比

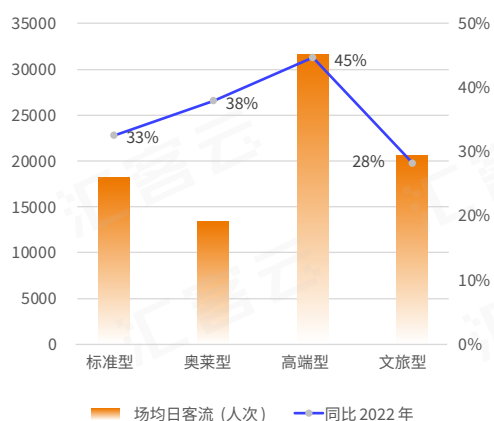


不同规模购物中心集客力

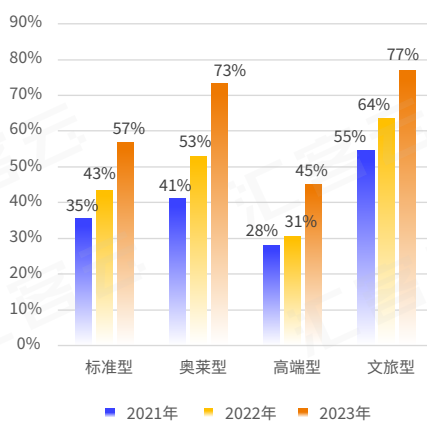


高端购物中心客流持续走强,奥莱客流增长明显。

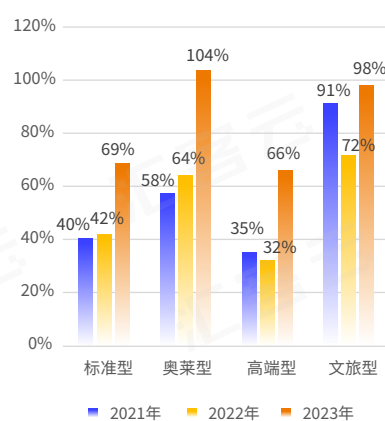
不同商业类型购物中心场均日客流及同比



不同商业类型购物中心周末效应



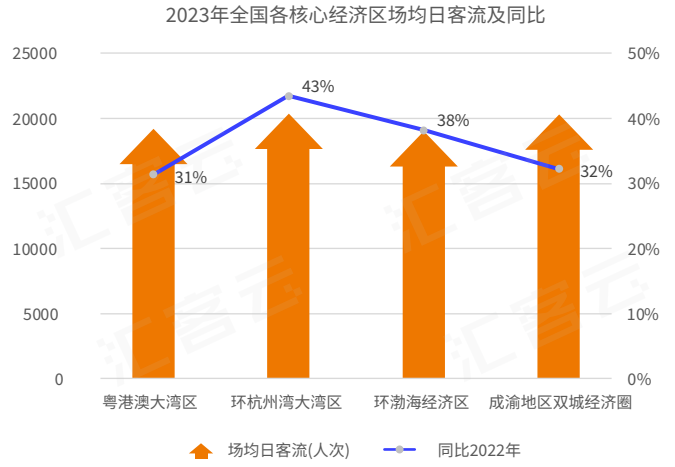
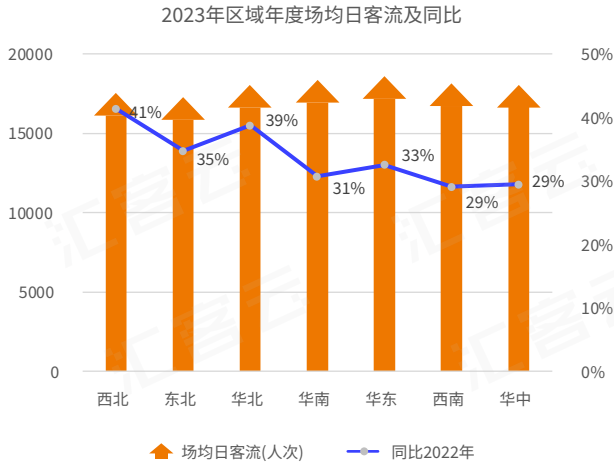
不同商业类型购物中心节假日效应



区域和省市客流分析

三北地区客流同比提升更为显著。

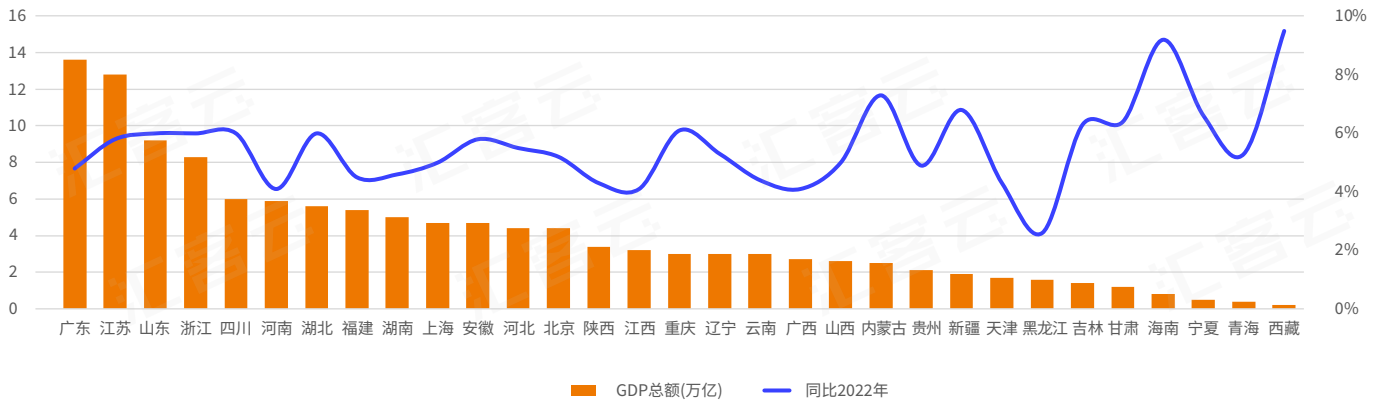
核心经济区客流大幅提升，环杭州湾大湾区提升显著。



注：只选取了经济区内的一线、新一线、二线城市数据

全国各省市GDP均实现增长

2023年全国各省市GDP总额及同比

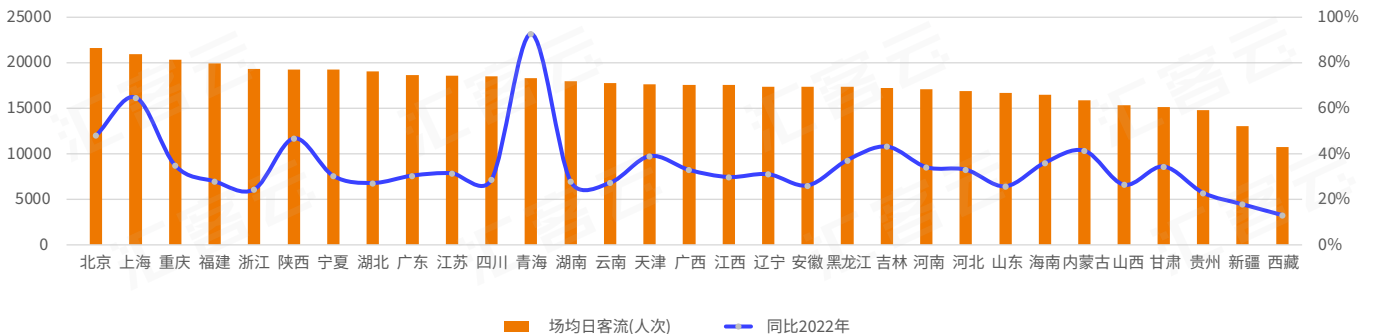


以上数据来源于网上公开数据(http://district.ce.cn/zg/202402/04/t20240204_38892695.shtml)

全国所有省市客流同比2022年均明显提升

多个省份2022年客流基数较低,导致客流同比较高。

2023年各省市年度场均日客流及同比



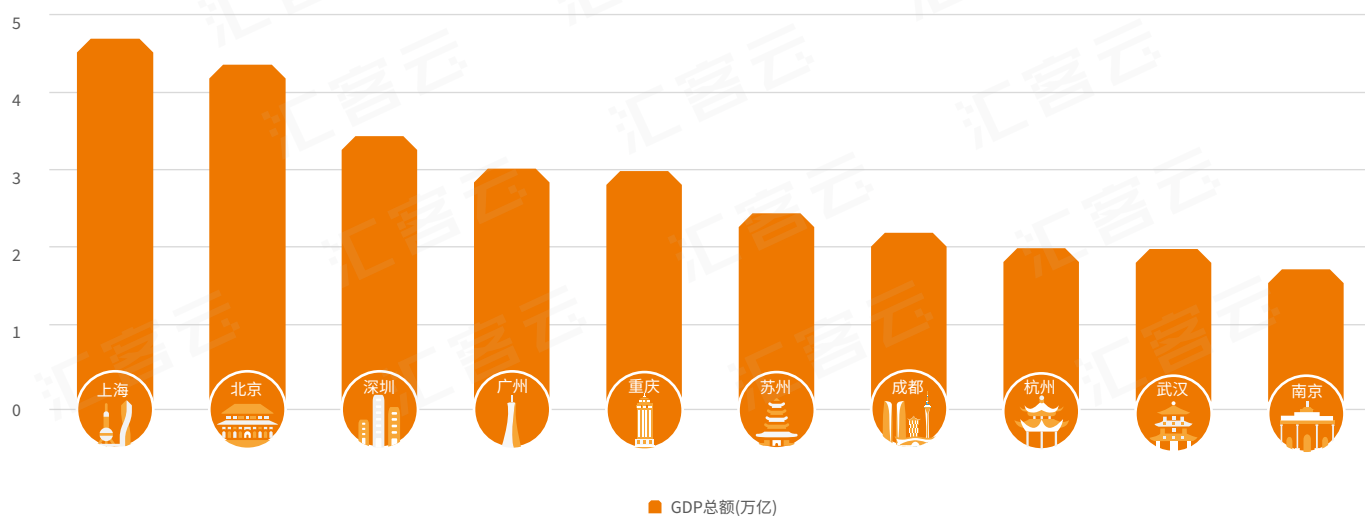
城市客流分析

各线城市在2023年客流均有明显提升,其中一线城市提升最为显著,北部城市在周末效应及节假日效应较好。多个热点城市客流受热点话题拉动程度不一。

广州超过重庆,重回全国第4位,杭州和武汉GDP总额突破2万亿。



2023年城市GDP总额TOP10

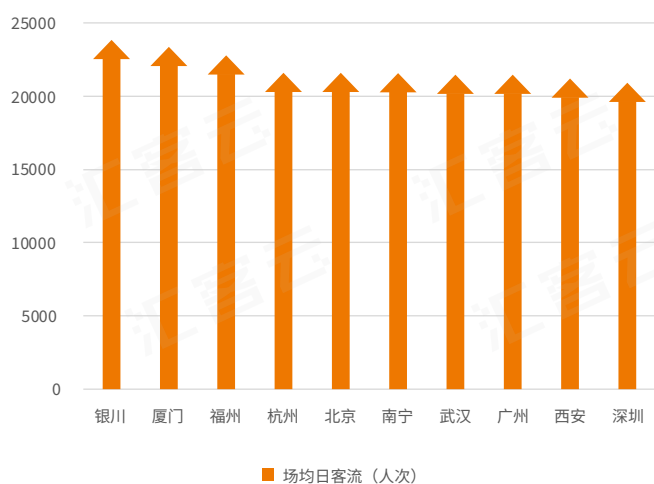


以上数据来源于网上公开数据(<https://www.wuhan.com/xinwen/126174.html>)

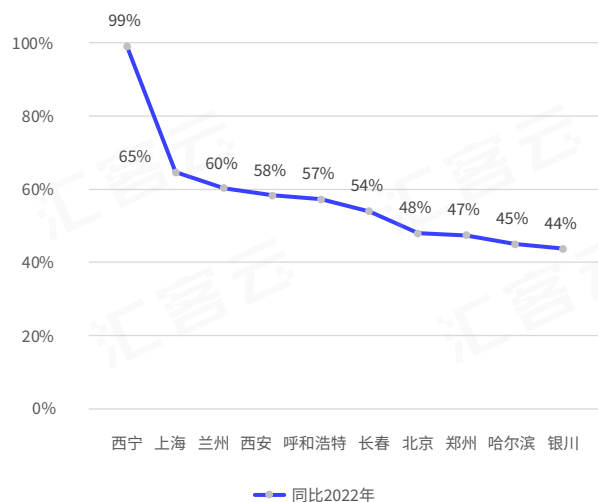
重点城市市场均日客流排名TOP10

银川、厦门、福州的场均日客流排名靠前,西宁、上海、兰州同比2022年客流表现好于其他城市。

2023年购物中心场均日客流TOP10城市



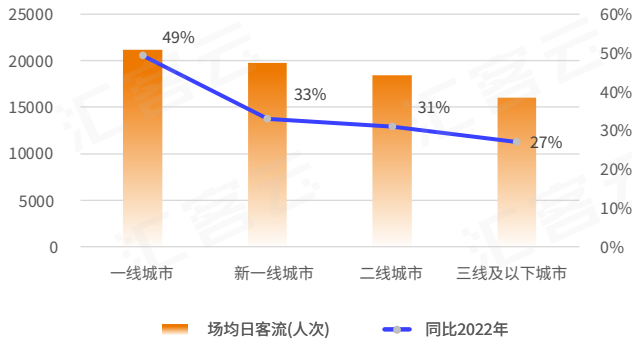
2023年购物中心场均日客流同比TOP10城市



一线城市客流同比增幅最大

2023年各等级市场日均客流迅速回暖，一线城市提升幅度最大，接近50%。

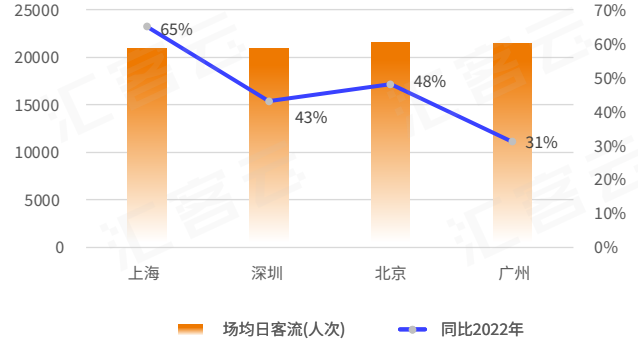
2023年各等级市场日均客流及同比



一线城市客流趋势

一线城市中，上海因2022年客流基数小，2023年同比增幅最大，其次为北京。

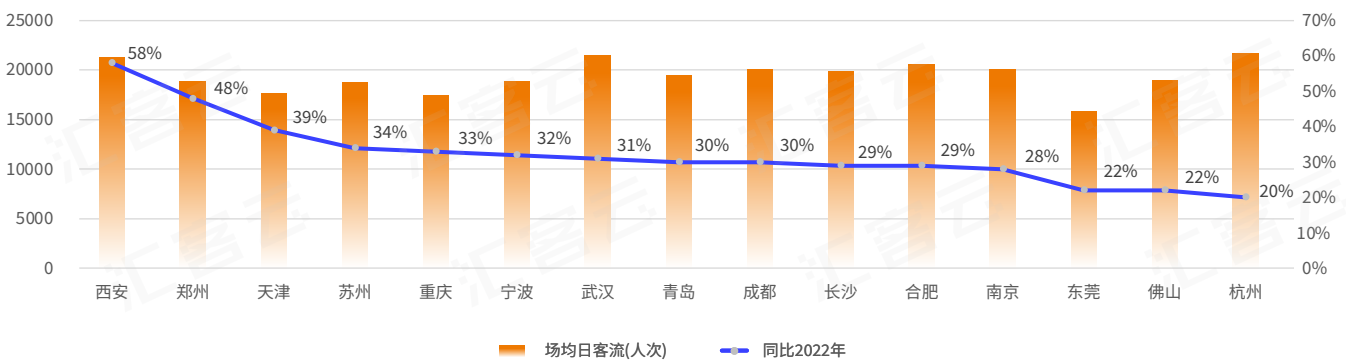
2023年一线城市市场日均客流及同比



新一线城市客流趋势

西安、郑州、天津客流同比2022年恢复较快，杭州、武汉、西安、合肥场日均客流均超2万。

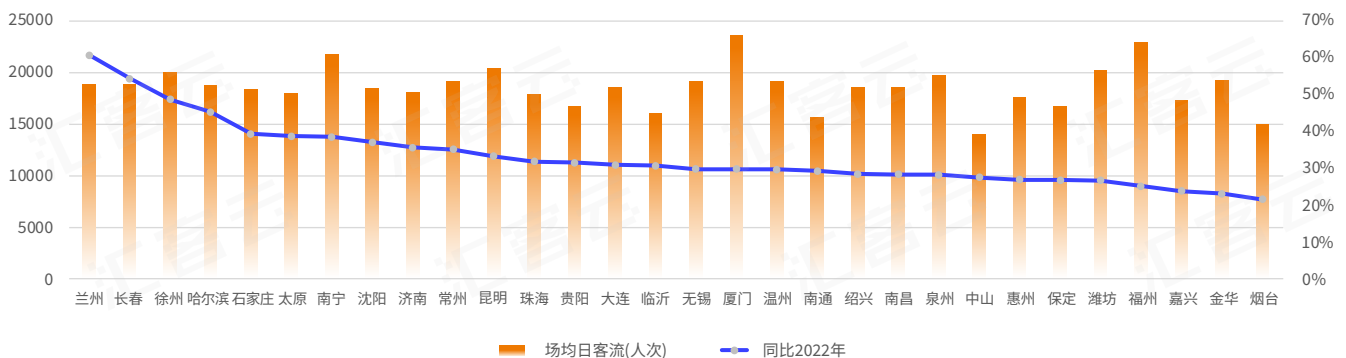
2023年新一线城市市场日均客流及同比



二线城市客流趋势

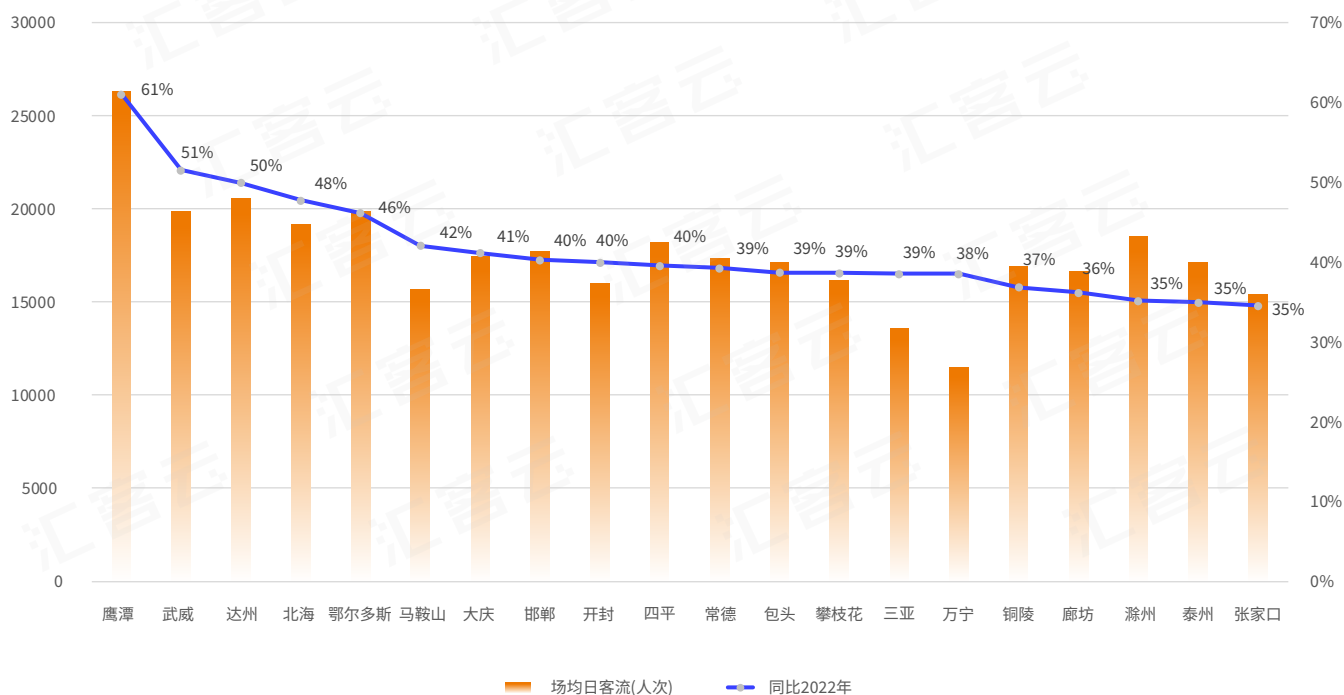
三北地区的二线城市相对2022年同比增长较高，福州、厦门场日均客流高于其他二线城市。

2023年二线城市市场日均客流及同比



部分三线及以下城市客流趋势

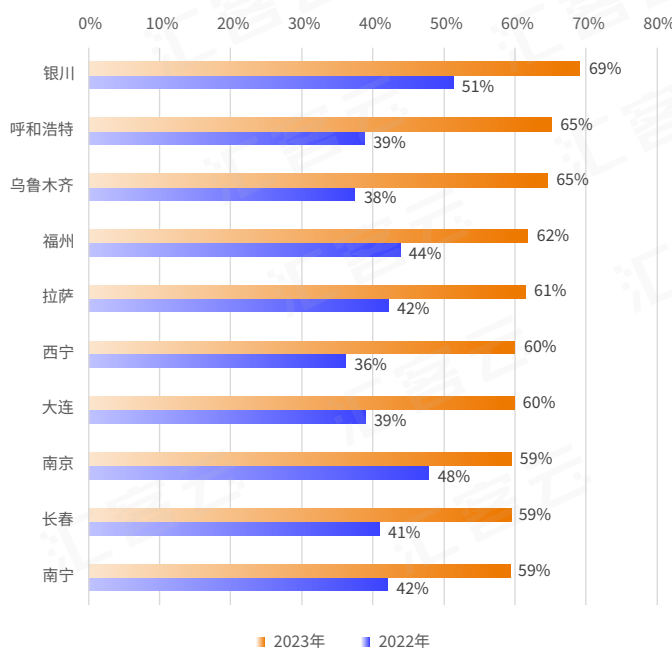
2023年部分三线及以下城市市场日均客流及同比



重点城市周末及节假日效应

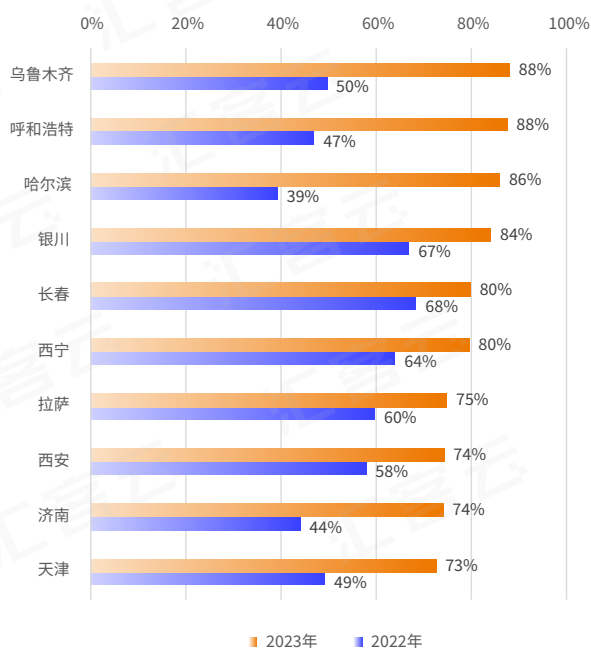
所有TOP10城市周末效应和节假日效应在2023年均有明显增长。

重点城市周末效应TOP10



注：周末效应：当周的周末日均客流对比当周工作日日均客流的增幅比例

重点城市节假日效应TOP10



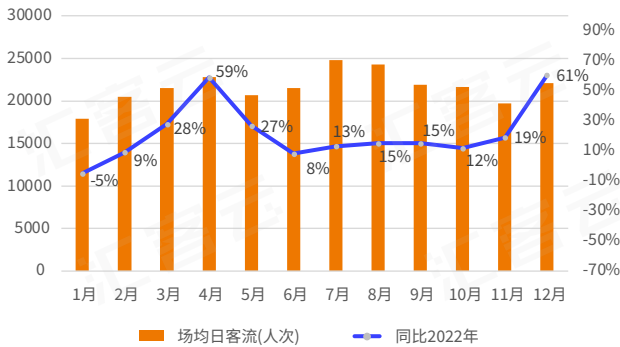
注：节假日效应：节假日日均客流相对于节前十五个工作日日均客流的增幅比例

热点话题城市客流分析



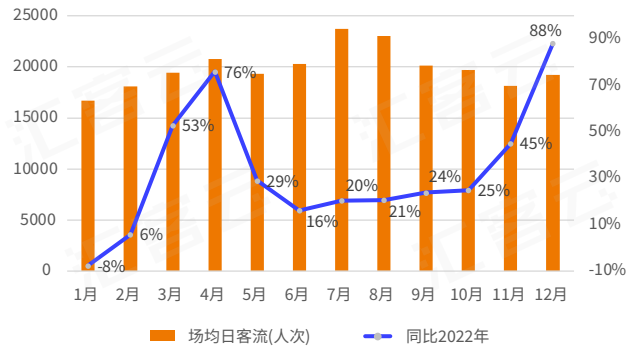
杭州全年客流趋势和全国基本保持一致。9-10月亚运会期间客流小幅波动。

2023年杭州月度场均日客流及同比



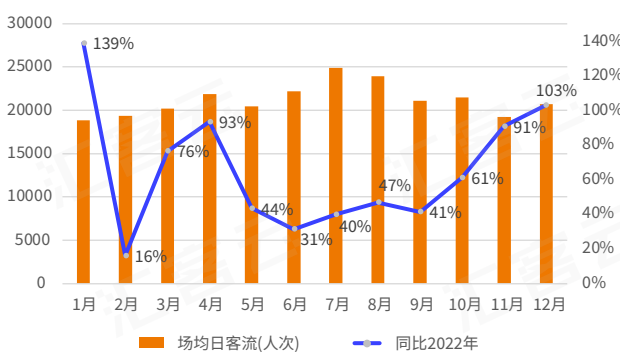
网红城市长沙客流同比2022年的变化趋势与全国保持一致,在2月后有一定幅度的增长,总体呈上升趋势。

2023年长沙月度场均日客流及同比



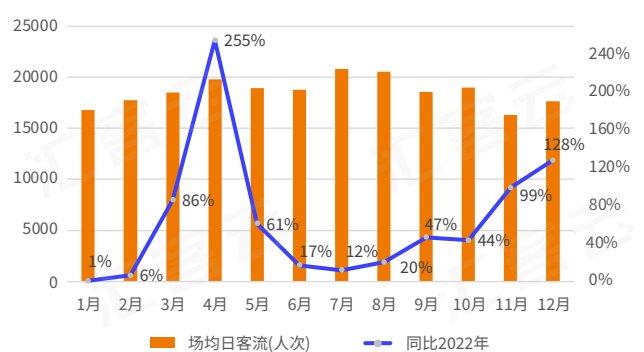
旅游出圈城市西安在1月同比2022年提升显著,后续客流呈稳定上升趋势。

2023年西安月度场均日客流及同比



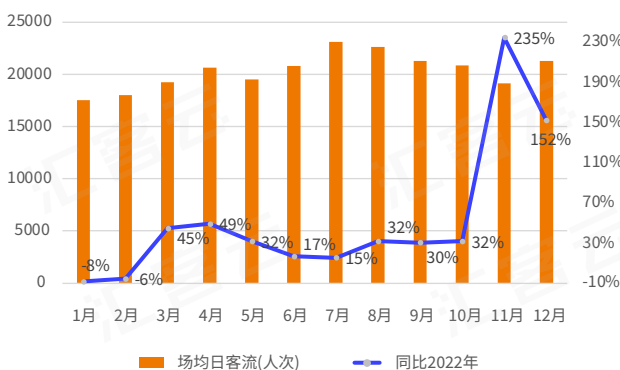
冰雪网红城市哈尔滨在2022年3-4月客流基数较低,2023年客流同比增幅大。2023年冬季冰雪旅游带动11-12月客流显著提升。

2023年哈尔滨月度场均日客流及同比



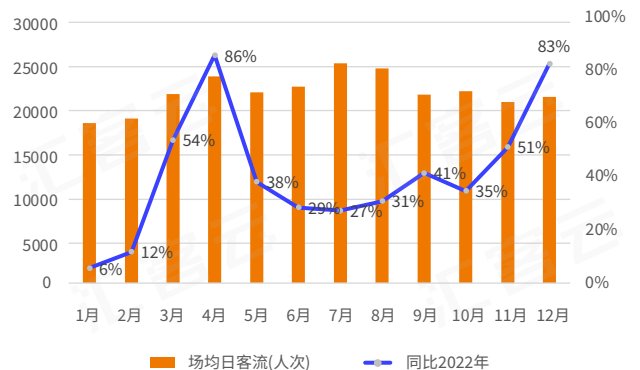
打卡热门城市重庆全年客流表现平稳,同比2022年提升幅度在50%以内,11-12月客流同比增幅大。

2023年重庆月度场均日客流及同比



热门旅游城市南宁4月客流同比增长86%,全年客流趋势与全国基本一致。

2023年南宁月度场均日客流及同比

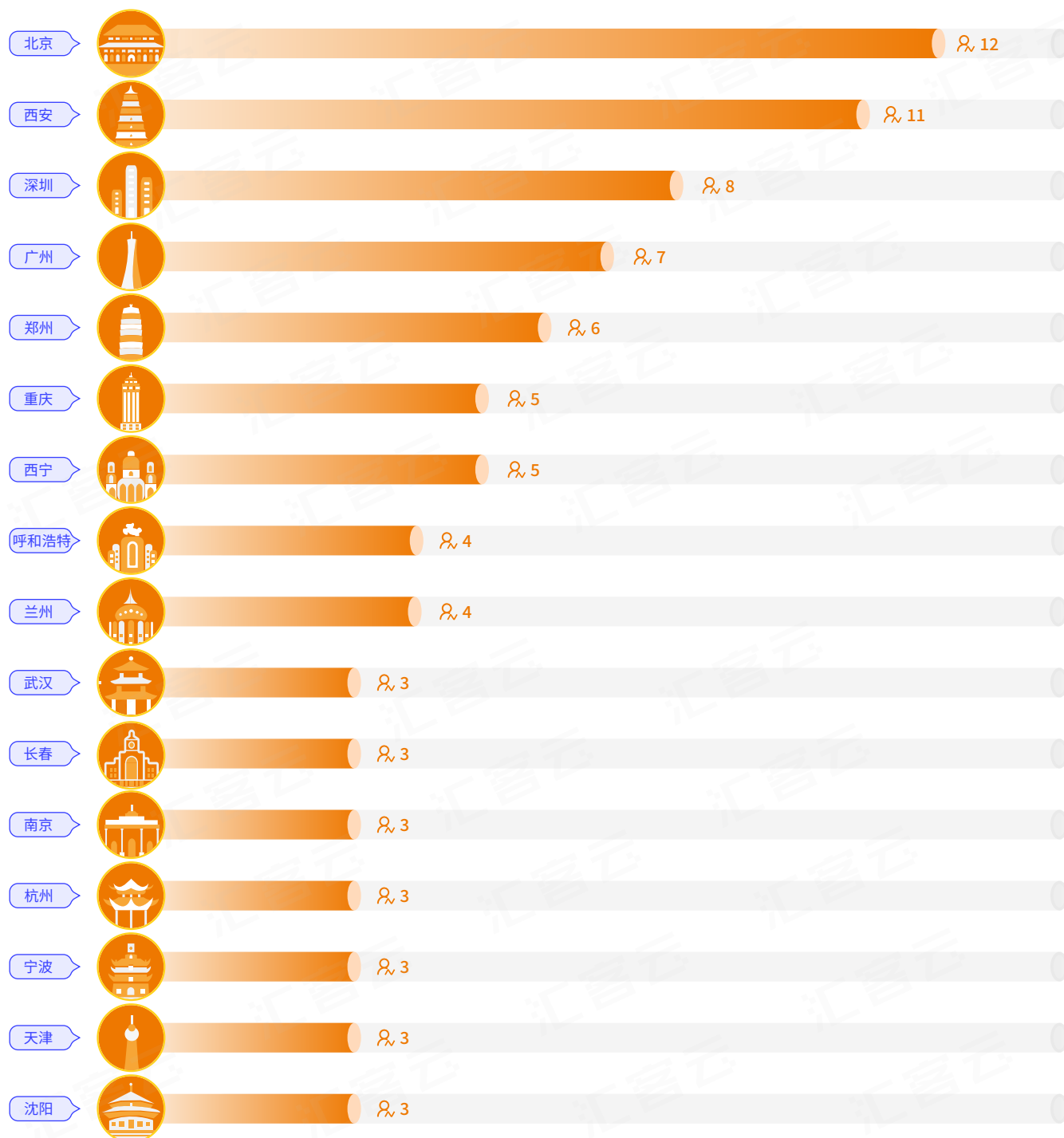


经济发达城市客流提升显著

我们统计了36座重点城市近2000座购物中心的客流，计算其同比2022年的增幅，从中筛选出增幅前100的购物中心。因2022年疫情影响，本期不统计上海。

一线城市拥有全国客流增幅TOP100购物中心中的27座，西安、郑州等内地新一线城市同样有多座客流增幅TOP100的购物中心。

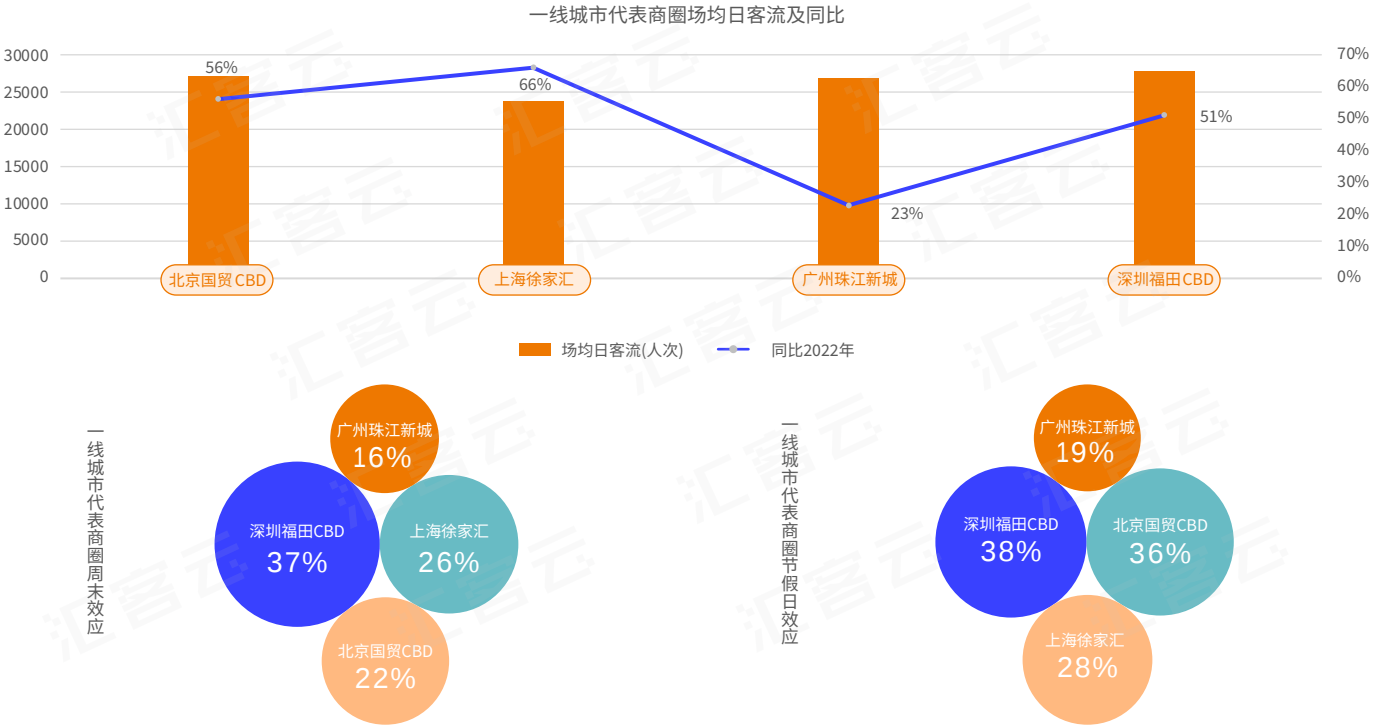
客流增速前100购物中心城市分布



购物中心数量(座)

商圈客流分析

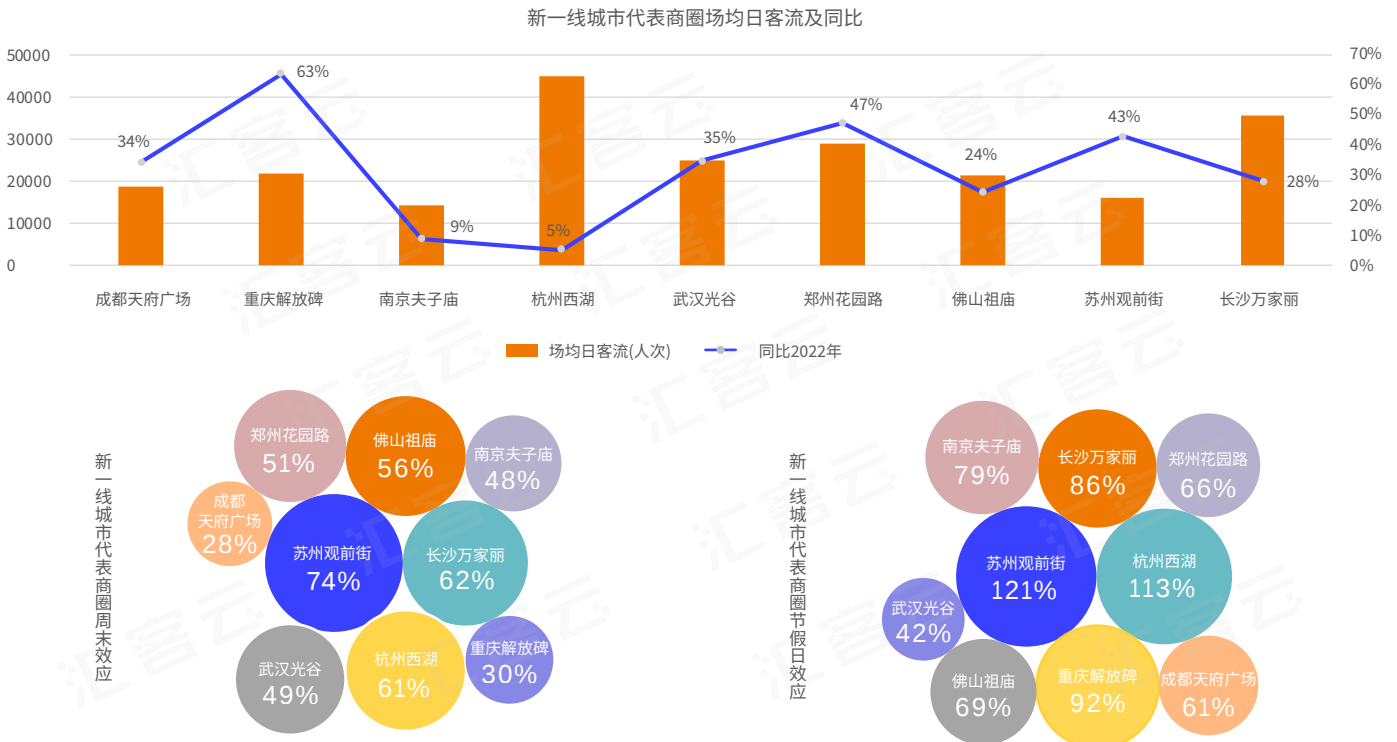
一线城市4个代表商圈场均日客流显著增长,上海徐家汇商圈因2022年客流基数较小,2023年涨幅较大,深圳福田CBD商圈的周末效应较其他城市商圈表现更为显著。



注:上海节假日效应去除劳动节和清明节样本数据

重点新一线城市商圈表现

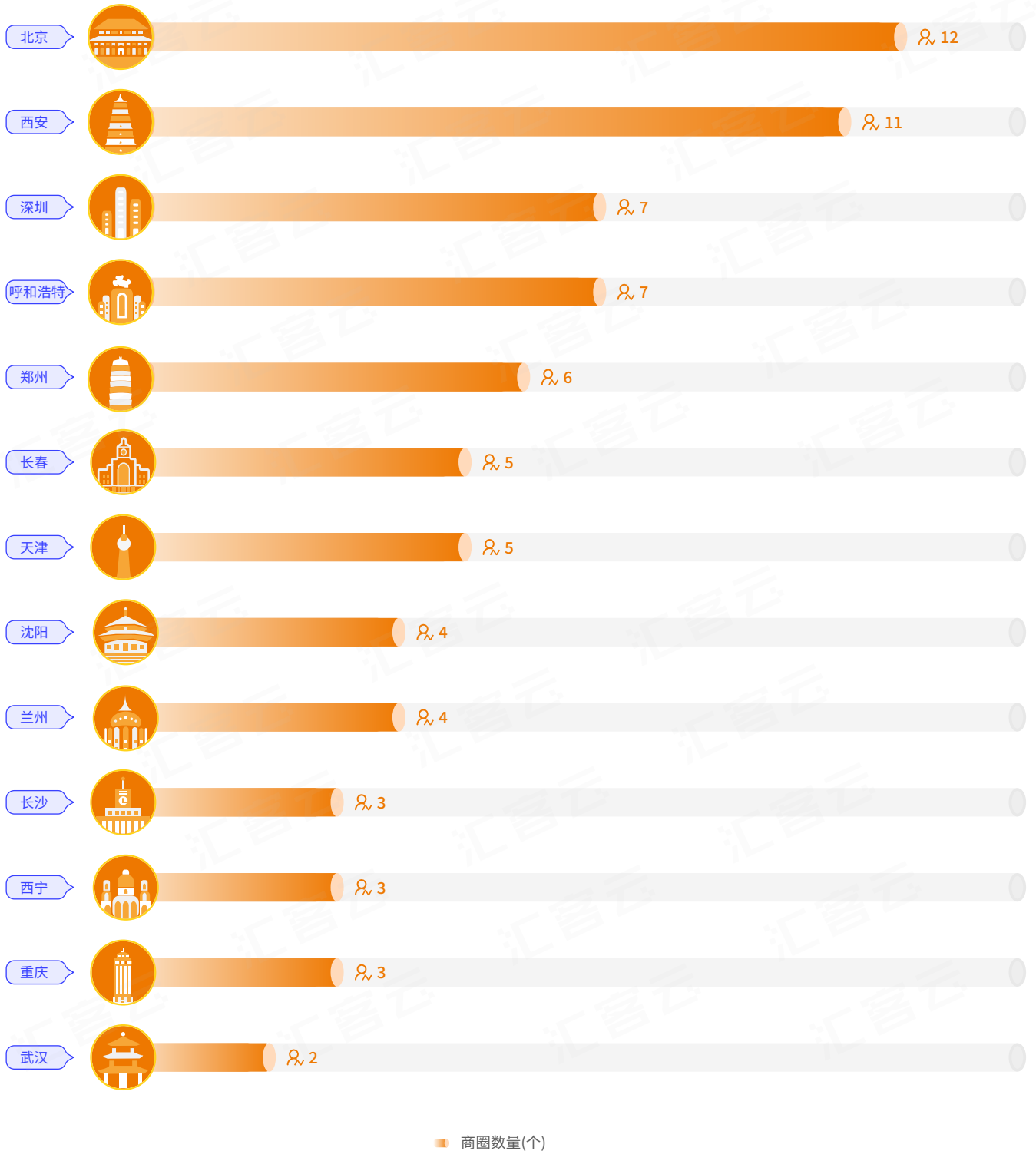
新一线城市代表商圈表现出较强的经济活力。重庆解放碑商圈同比2022年增幅最大,苏州观前街周末效应与节假日效应均最好。



各城市商圈客流提升均较好，北京、西安商圈表现亮眼

重点城市中，北京、西安、深圳的商圈2023年客流恢复较快。呼和浩特、郑州、长春等城市的商圈客流同样有较好的表现。因2022年疫情影响，本期不统计上海的商圈。

客流同比增长TOP100商圈城市分布



CUSTOMER INSIGHT

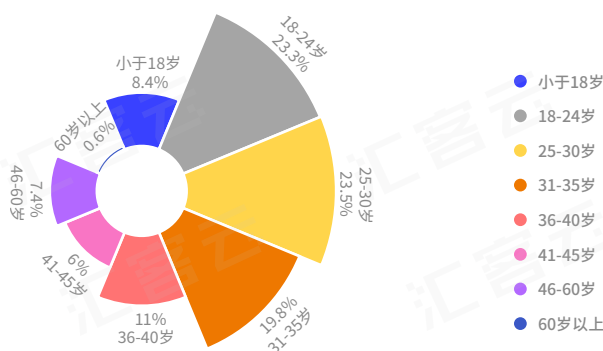
顾客洞察

2023年顾客的逛店意愿提升, 游逛时长增加, 但逛店数量微降。下半年夜间客流助力夜间消费渐渐复苏。购物中心的年轻顾客占比最大, 地理辐射范围变广。在总体客流提升的大趋势下, 购物中心需要继续着力于提升顾客游逛深度和广度。

年轻顾客依然是购物中心主力客群

结合多渠道互联网数据分析, 35岁以下的年龄段顾客逛购物中心比例超六成, 和2022年基本持平。

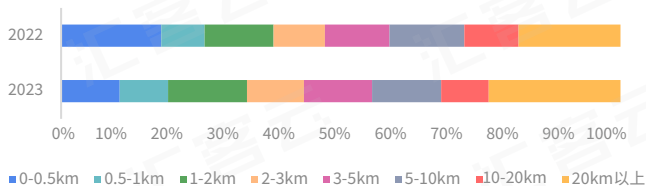
2023年全国购物中心顾客年龄段占比



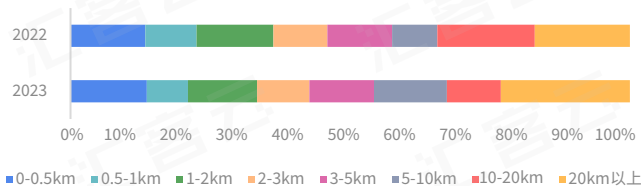
购物中心辐射范围扩大

与2022年相比, 2023年购物中心的顾客的工作地与居住地辐射范围更广。居住和/或工作在20KM以外的顾客占比增加。

工作地距离分布



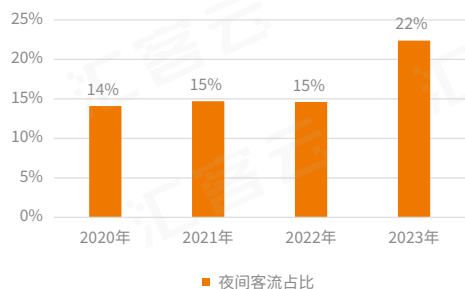
居住地距离分布



喜欢夜间游逛的顾客增加

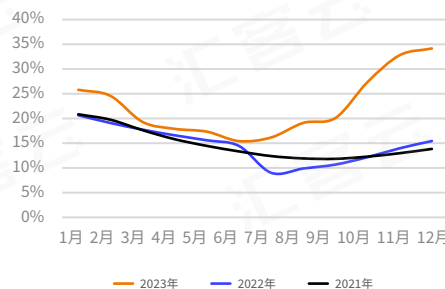
相对之前几年, 2023年夜间客流占比大幅提升, 下半年夜间客流占比持续提高。

夜间客流占比



排名	城市	夜间客流占比
1	东莞	28.8%
2	南宁	28.6%
3	杭州	26.9%
4	南昌	26.7%
5	深圳	26.6%
6	福州	26.5%
7	宁波	25.3%
8	苏州	24.9%
9	广州	24.4%
10	长沙	24.1%

月度夜间客流占比



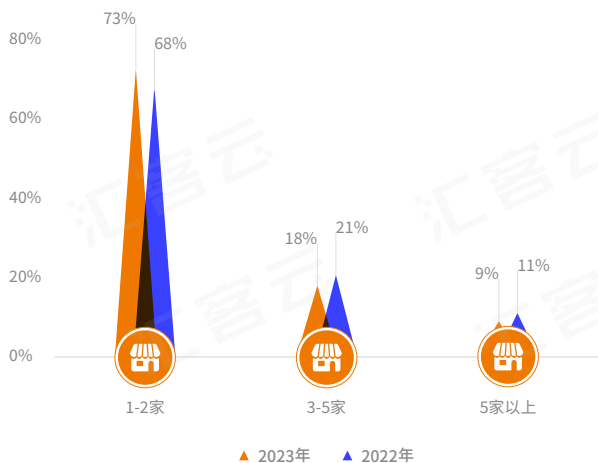
顾客愿意逛更长时间,但逛店数量微降

进入2023年,消费者游逛行为悄然变化。基于ReID技术采集的数据,我们发现顾客愿意在购物中心停留更长时间,但顾客游逛店铺数量略有减少。

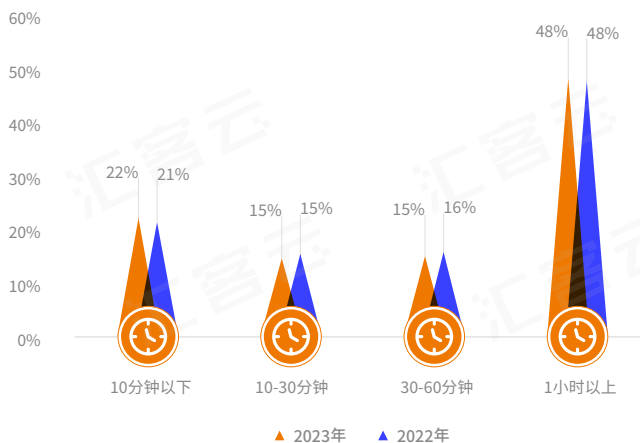


2023年游逛3家及以上店铺的顾客比例相比2022年有所减少,顾客游逛时长的分布基本与2022年持平。

2022-2023年逛店数分布



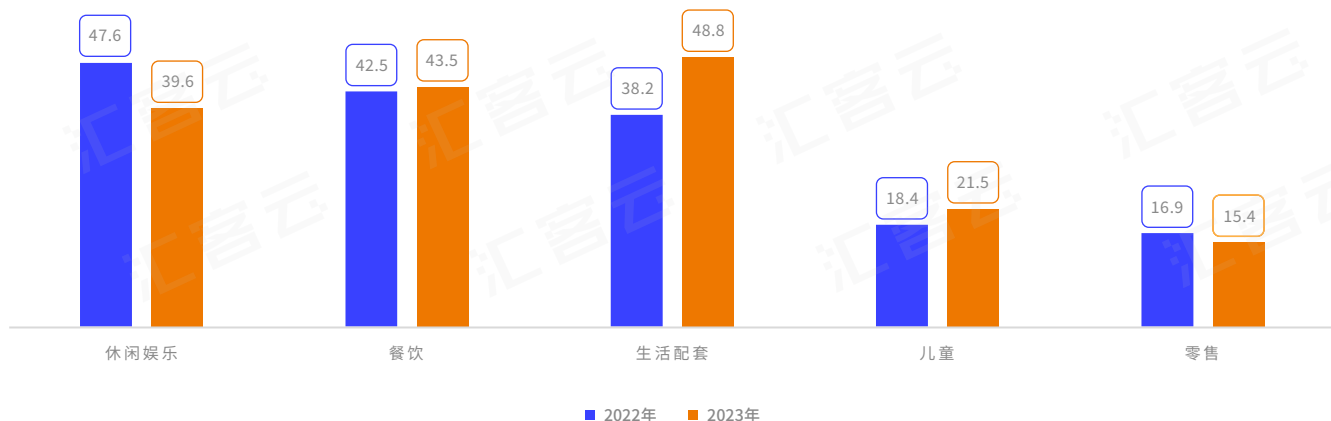
2022-2023年游逛时长分布



生活配套和儿童业态游逛时长提升

2023年顾客在生活配套、儿童业态门店停留时间增加较多,在餐饮门店的停留时间小幅增加,在休闲娱乐场所的停留时间略有下降。

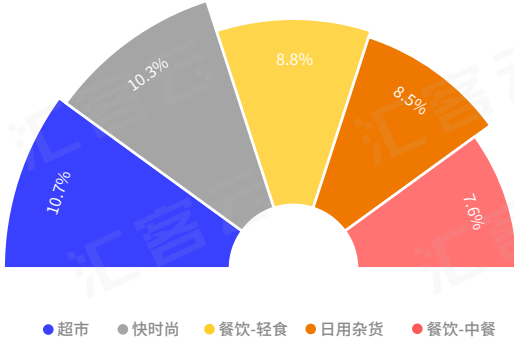
2022-2023年五大业态店均游逛时长(分钟)



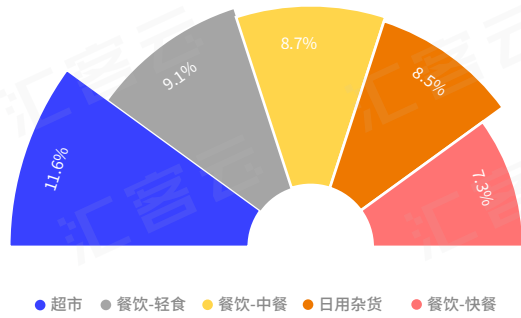
直接到访贡献

2023年直接到访顾客占比与2022年基本持平。超市依然是主力引流业态，快时尚的引流能力有所提升，快餐的引流贡献度略有下降。

2023年直接到访贡献TOP5业态



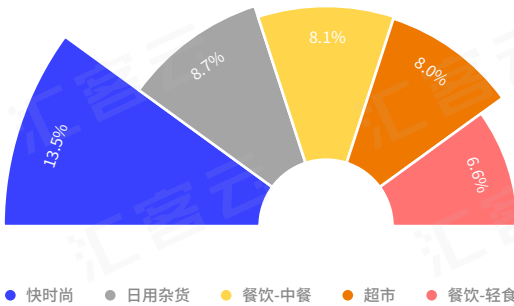
2022年直接到访贡献TOP5业态



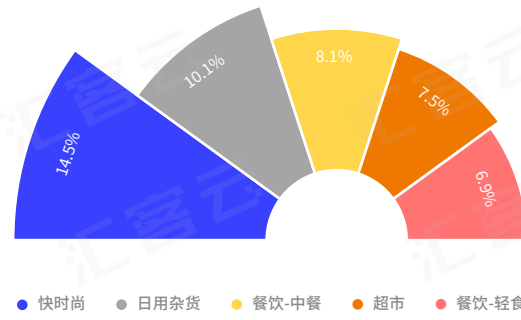
客流人次贡献

2023年客流贡献前5的业态与2022年一致，快时尚和日用杂货依然为购物中心贡献较多客流，超市和餐饮同样保持较高的客流贡献度。

2023年客流人次贡献TOP5业态



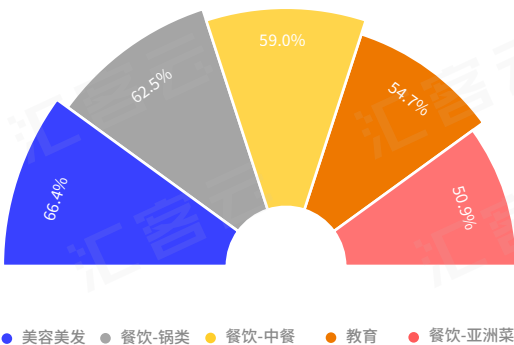
2022年客流人次贡献TOP5业态



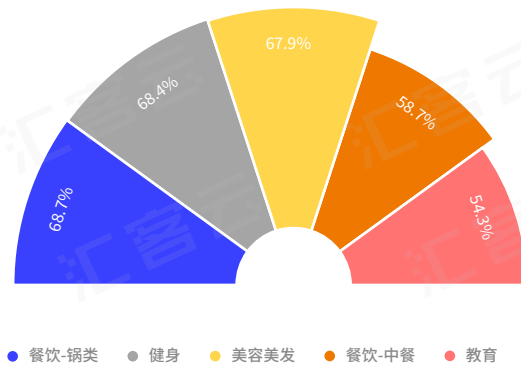
游逛时长贡献

餐饮、服务类依然是顾客最愿意花费时间的业态，其中，美容美发、中餐的排名提升，亚洲菜进入TOP5。

2023年游逛时长贡献TOP5业态



2022年游逛时长贡献TOP5业态



BRAND & FORMAT

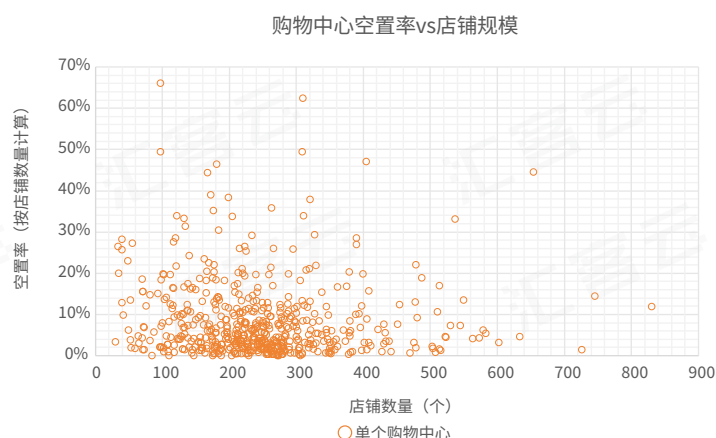
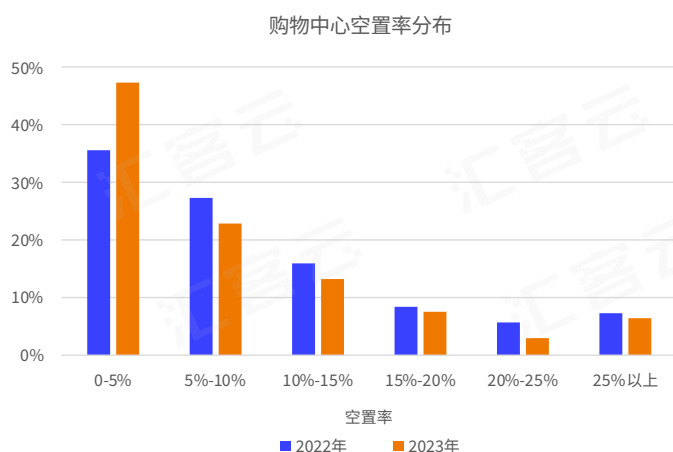
品牌业态

汇客云基于在实体商业领域多年服务经验,依据包含项目体量、品牌定位、客流表现、销售表现、辐射范围、项目开发商及运营商综合能力在内的诸多指标,从全国筛选出2500+表现良好、具有代表性的购物中心(以下简称“重点关注购物中心”)进行重点研究,通过一年多次实地走访方式滚动式采集更新场内门店信息,并反复校验数据准确性和完整性。

考虑到不同购物中心实地走访时间差异,本报告选取了2022年下半年及2023年下半年均有走访的800+重点关注购物中心和奥莱作为分析样本(样本变化:本报告走访样本范围与2022年报告走访样本范围有所差别)。

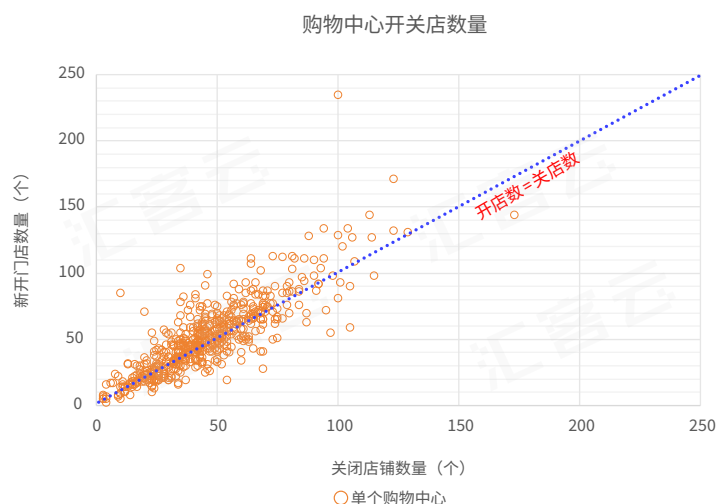
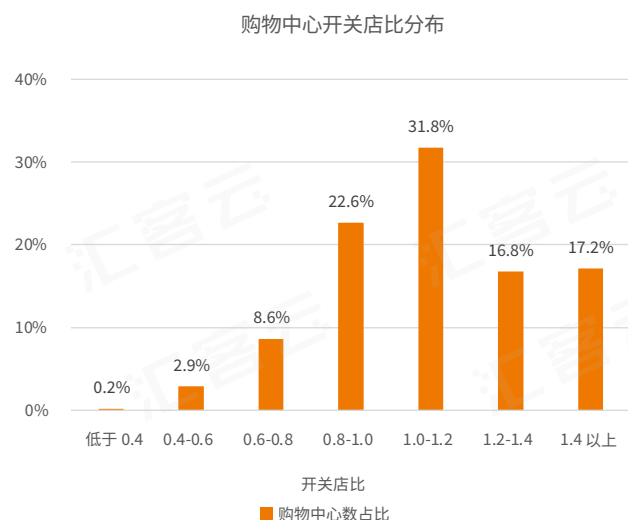
重点关注购物中心平均空置率下降1.5%

2023年下半年,研究范围内购物中心的平均空置率为8.2%,相对2022年下半年下降了1.5%。空置率在5%以下的购物中心占比从2022年下半年的35.4%上升到2023年下半年的47.2%。



平均关闭5店同时开出6店,门店调整比例20.2%

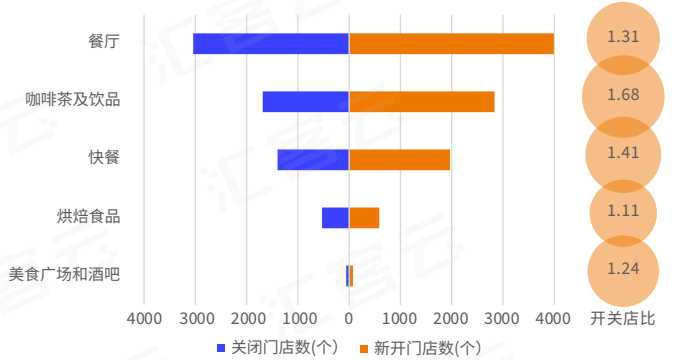
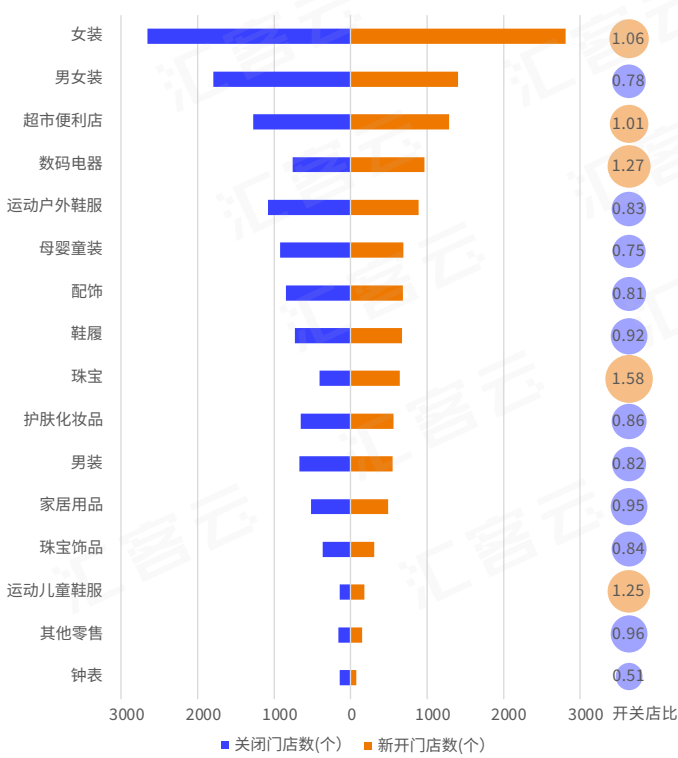
研究范围内,购物中心平均开关店比为1.21,有66%的购物中心开关店比>1,空置率有所下降。约有20.2%的门店被替换或关闭。



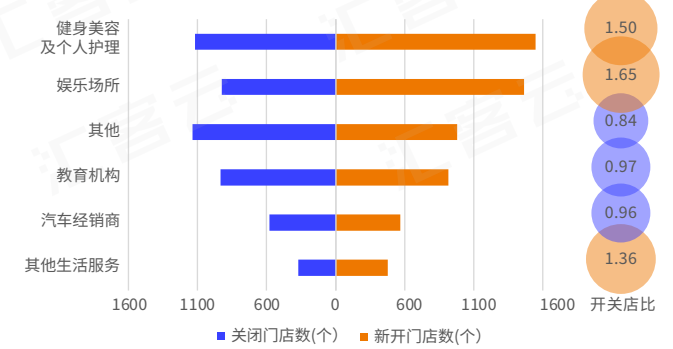
零售略有收缩, 餐饮、服务娱乐及其他扩张明显

零售整体开关店比: 0.94

餐饮整体开关店比: 1.41



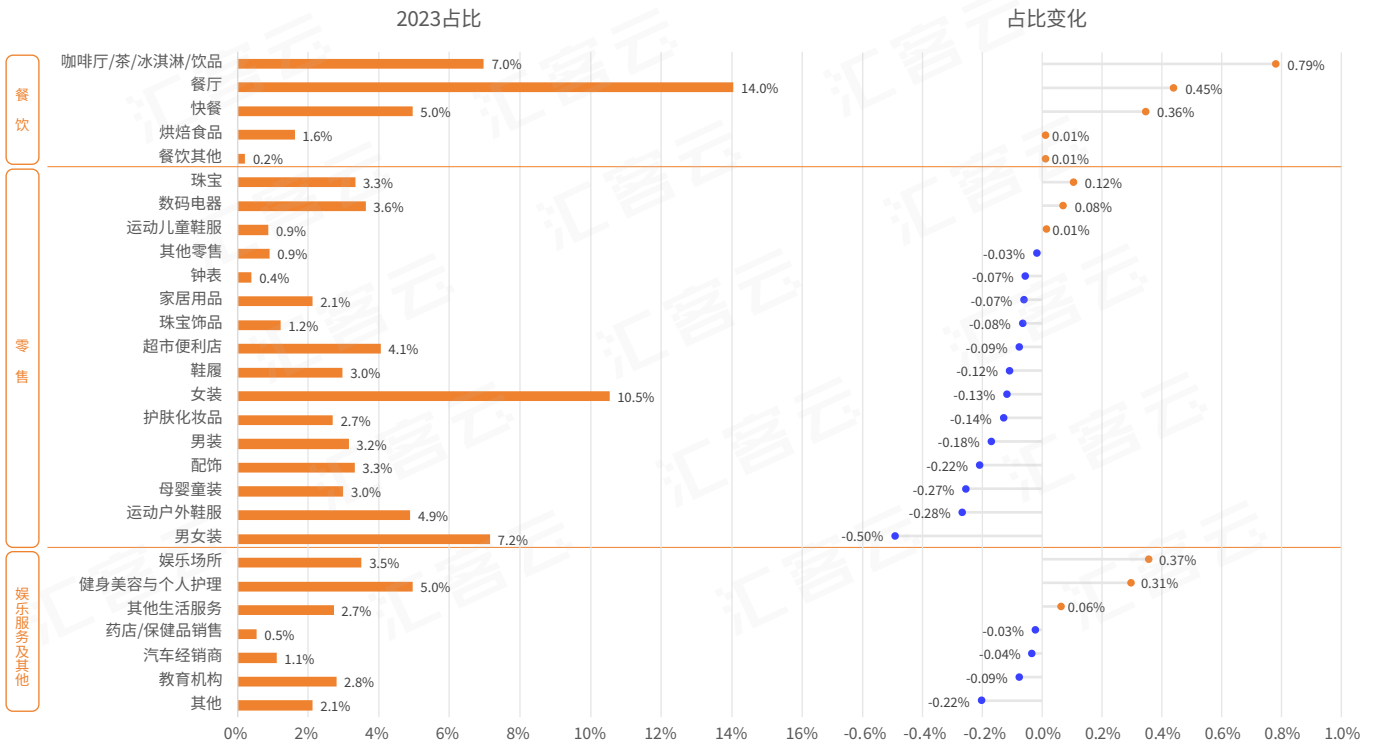
娱乐服务及其他整体开关店比: 1.21



注: 开关店比=新开门店数/关闭门店数

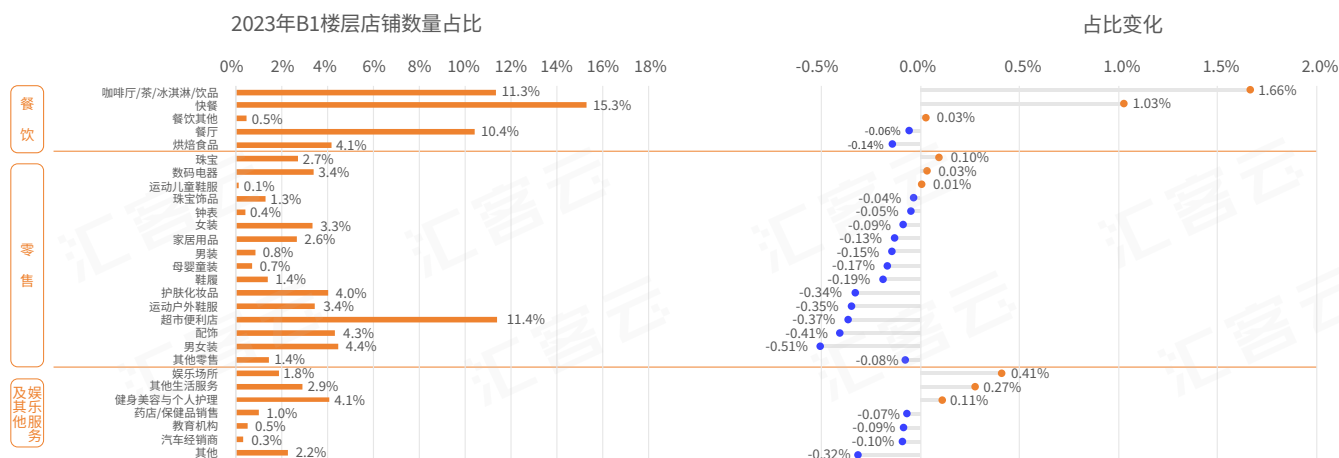
鞋服依然是重点购物中心的主要业态

2023年下半年, 重点关注购物中心零售店铺数量占比为54.3%, 和2022年下半年相比下降了2.0%。其中鞋服占比32.7%, 依然是重点购物中心的主要业态, 但和2022年下半年相比下降了1.4%。



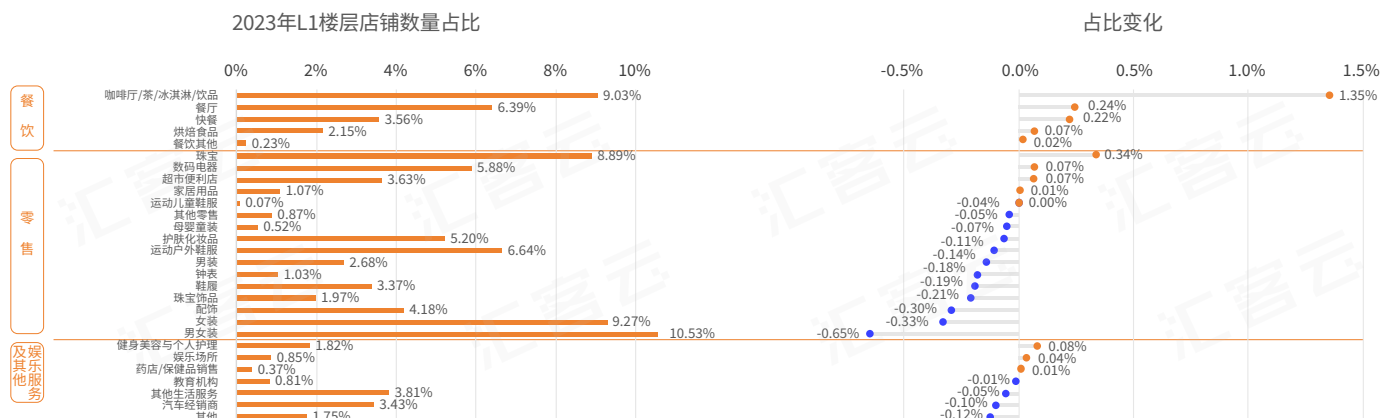
B1楼层咖啡茶饮、快餐店门店占比明显增加

B1楼层咖啡茶饮、快餐店等餐饮业态2023年下半年门店占比增幅2.69%；配饰、男女装、运动户外鞋服、化妆品等零售业态2023年下半年门店占比降低1.61%。



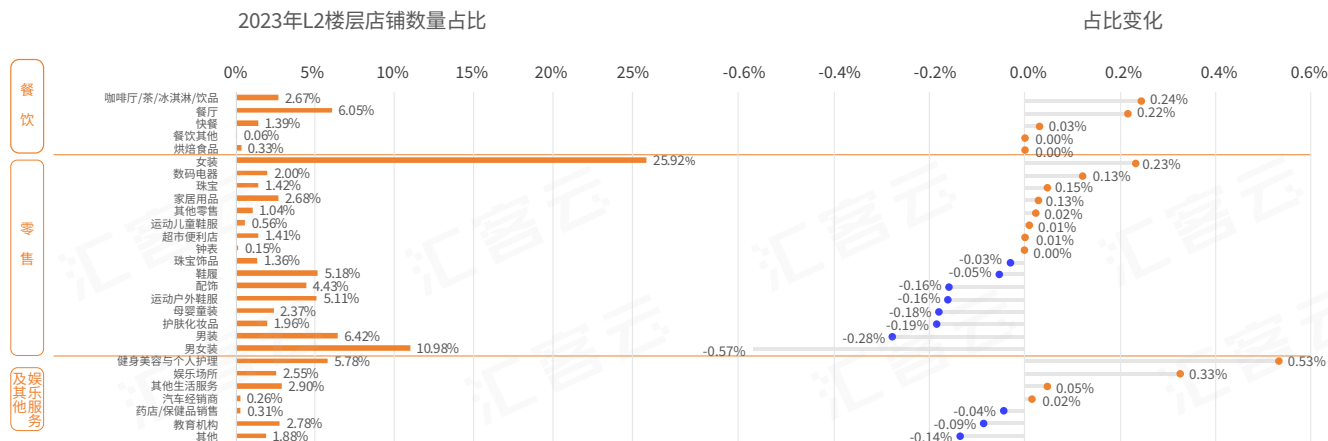
L1楼层珠宝、咖啡饮品继续扩张

研究范围内，购物中心L1楼层业态构成略有变化，珠宝继续开店，门店占比从2022年下半年8.55%上升到2023年下半年的8.89%。咖啡饮品门店占比从2022年下半年7.68%上升到2023年下半年的9.03%，增长明显。



L2楼层健身美容与个人护理开店略有增加

研究范围内，购物中心L2楼层健身美容与个人护理开店略有增加，门店占比从2022年下半年5.25%上升到2023年下半年的5.78%。服装依然是L2楼层的主流业态。



不同业态品牌节奏大不同

研究范围内，门店占比变化较大的细分业态包括：

增长榜

业态	子业态	2023年下半年门店数占比	占比变化
餐饮	咖啡茶饮	6.98%	+0.79%
	餐厅	14.05%	+0.45%
	快餐	4.97%	+0.36%
零售	珠宝	3.33%	+0.12%
	数码电器	3.64%	+0.08%
	运动儿童鞋服	0.87%	+0.01%
娱乐服务及其他	休闲娱乐场所	3.52%	+0.37%
	健身美容与个人护理	4.96%	+0.31%

收缩榜

业态	子业态	2023年下半年门店数占比	占比变化
零售	男女装	7.16%	-0.50%
	运动户外鞋服	4.90%	-0.28%
	母婴童装	3.00%	-0.27%
	配饰	3.32%	-0.22%
	男装	3.16%	-0.18%
	护肤化妆品	2.70%	-0.14%
	女装	10.54%	-0.13%
	鞋履	2.98%	-0.12%

扩张业态中的引领品牌

多个细分业态门店持续扩张，其中以下品牌门店数量增长更为显著。

业态	子业态	研究范围内门店增长明显的部分品牌
餐饮	咖啡茶饮	霸王茶姬、茉酸奶、瑞幸咖啡、库迪咖啡、喜茶、LINLEE手打柠檬茶、柠季、茉莉奶白、阿秋拉奈酸奶、M Stand、MANNER COFFEE、奈雪的茶、马伍旺饮料厂、柠檬向右
	餐厅	西塔老太太、安三胖韩国烤肉、熊喵来了火锅、许府牛、半天妖烤鱼、沙胆彪炭炉牛杂煲、小菜园
	快餐	米村拌饭、马记永、达美乐比萨、小满手工粉、鱼你在一起、老碗会、老乡鸡、塔斯汀、稻状元、满庭明、乡村基
零售	珠宝	潮宏基、周六福、中国黄金、六福珠宝、老庙黄金、周大生经典、周大福、老凤祥、中国珠宝、周大生、藏宝金、周大福传承
	数码电器	科大讯飞、转转、Apple Premium Resellers、添可、三星、希尚、大疆、追觅、小天才
	运动儿童鞋服	361度童装、New Balance Kids、李宁青少年、ASICS KIDS、安踏儿童、鸿星尔克儿童、moodytiger、MLB KIDS
娱乐服务及其他	休闲娱乐场所	乐客VR、星聚会KTV、方格大战、佳叽、小象动物园、魅KTV、网鱼电竞、小鹿的屋
	健身美容与个人护理	洗脸猫、洗脸熊、常乐、藤野造型、优剪、乐刻、樊文花、丝域养发

收缩业态中的突破品牌

尽管有些细分业态的门店占比下降，但依然有不少品牌持续拓店。

业态	子业态	研究范围内门店增长明显的部分品牌
零售	体育鞋服	蕉下、安踏、NB1906、MLB、鸿星尔克、回力1927、萨洛蒙、李宁、lululemon、凯乐石
	护肤化妆品	毛戈平、欧舒丹、欧莱雅、安润适、赫莲娜、薇诺娜、林清轩、香奈儿化妆品香水、资生堂、BEAUTYCHOICE
	男女装	北面 城市探索、曼妮芬、nautica white sail、RESIMPLE、HECHTER、NO ONE ELSE、POLO WALK、DIV.POLO、HOWOW.D2Y
	女装	西町村屋、VIEAING、chuu、indicia、MingSi、薇迎、艾诺丝雅诗、克德伊、紫涵、BETTERSAY、MO&Co.、CHIC PARK、RE'VAN、三彩、茵曼、秋水伊人

奢侈品牌持续发力

研究范围内的高端购物中心整体经营稳健,空置率保持在较低水平且有所下降。进驻的奢侈品牌门店增加,购物中心门店品质在进一步提升。

奢侈品牌在
高端购物中心内开店比

1.17

奢侈品牌在研究范围内
所有购物中心整体开店比

1.31

1.01

奢侈品牌在
一般购物中心内的开店比

高端购物中心
空置率

7.58%

2023年下半年

-0.16%

相对2022年下半年

高端购物中心内
奢侈品牌门店数量占比

15.32%

2023年下半年

+0.38%

相对2022年下半年

注: 高端购物中心: 指研究范围内的39个定位高端或奢华的购物中心。 奢侈品牌: 包含203个品牌, 覆盖男女装、配饰、鞋包皮具、珠宝钟表等品类。

购物中心的奢侈品牌吸引力

购物中心

2023年引入的部分奢侈品牌 (含部分装修中门店)

深圳湾万象城

CANADA GOOSE、DOLCE&GABBANA童装、EMPORIO、
ARMANI JUNIOR GRAFF、sergio rossi、
葆蝶家、博柏利童装、迪奥童装、蒂芙尼、古驰、诺悠翩雅

深圳万象城
(一期+二期)

BALENCIAGA、DAMIANI、FRED、GIADA、GIUSEPPE、ZANOTTI、
MOOSE KNUCKLES、RALPH LAUREN、Roger、Vivier
宝曼兰朵、古驰珠宝和钟表、华伦天奴、康纳利、浪凡、
劳力士、罗意威、尚美、雅典表

武汉万象城

EMPORIO ARMANI、JIL SANDER、MARNI、Zegna、
葆蝶家、华伦天奴、劳力士、欧米茄

无锡恒隆广场

Bonpoint、爱马仕、葆蝶家、古驰、康纳利、罗意威、思缇韦曼

购物中心

2023年引入的部分奢侈品牌 (含部分装修中门店)

大连恒隆广场

CANADA GOOSE、KENZO、MARNI、
百年灵、范思哲、菲拉格慕、江诗丹顿

成都国金中心

Chloe配饰、JIL SANDER、古驰、香奈儿手表

成都太古里

DOUBLE RL、Vivienne Westwood 配饰、迪奥、古驰配饰、思琳配饰

上海恒隆广场

Chloe、STELLA MCCARTNEY、范思哲、诺悠翩雅

渠道渗透榜

以下品牌在研究范围内的商场的渗透率超过0.5。

业态

子业态

研究范围内渗透率超过0.5的品牌

零售

珠宝钟表

六福珠宝、周大福

数码电器

华为、小米之家、小天才

服饰 (含体育鞋服、
男装、女装、
男女装、鞋履)

耐克、优衣库

护肤化妆品及家居用品

屈臣氏、名创优品

快餐

肯德基、必胜客

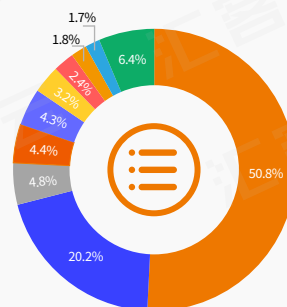
餐饮

咖啡茶饮

瑞幸咖啡、喜茶、冰雪皇后、
星巴克、CoCo都可茶饮

2023年多经活动类型占比

汽车
食品酒饮
房地产
服饰鞋包
金融
健康医疗
电子产品
个护清洁
美妆护肤
其他



注: 渗透率=此品牌在研究范围内截至2023年Q3Q4营业中门店数/研究范围内购物中心总样本数

重点细分业态品牌拓店概览

化妆品

化妆品品牌整体开关店比 **0.86**研究范围内开店**5**个或以上的部分化妆品品牌

林清轩、诗碧曼、植物医生、调色师、香奈儿化妆品香水、欧舒丹、欧莱雅、
雅诗兰黛、安润适、毛戈平、资生堂、WOW COLOUR、薇诺娜、赫莲娜

运动鞋服

运动鞋服整体开关店比 **0.83**研究范围内开店**10**个或以上的部分运动鞋服品牌

耐克、adidas、李宁、MLB、回力、安踏、NIKE KICKS LOUNGE、
POLOWALK、斯凯奇、NB1906、蕉下、鸿星尔克、特步、lululemon、361度、
探路者、乔丹、乐卡克、凯乐石、Jeep 户外、索康尼、萨洛蒙、MAIA ACTIVE、
匹克态极、HOKA、回力1927

珠宝

珠宝品牌整体开关店比 **1.58**研究范围内开店**10**个或以上的部分珠宝品牌

周大福、六福珠宝、老凤祥、中国黄金、周大生、老庙黄金、潮宏基、周生生、
周六福、谢瑞麟、周大福传承、克徕帝、明牌珠宝、中国珠宝、亚一金店、
周大生经典、藏宝金

运动儿童鞋服

运动儿童鞋服整体开关店比 **1.25**研究范围内开店**5**个或以上的部分运动儿童品牌

adidas Kids、耐克童装、斯凯奇儿童、李宁青少年、特步儿童、
New Balance Kids、MLB KIDS、鸿星尔克儿童、UNDER ARMOUR KIDS、
ASICS KIDS、moodytiger

咖啡茶饮

咖啡茶饮整体开关店比 **1.68**研究范围内开店**15**个或以上的部分咖啡茶饮品牌

瑞幸咖啡、CoCo都可茶饮、喜茶、冰雪皇后、茶百道、霸王茶姬、茉酸奶、
奈雪的茶、MANNER COFFEE、蜜雪冰城、M Stand、沪上阿姨、乐乐茶、
柠季、库迪咖啡、古茗、茉莉奶白、Peet's Coffee、LINLEE手打柠檬茶、
椰不二、柠檬向右、阿秋拉尔酸奶、马伍旺饮料厂、茶话弄、就是柠、
K22酸奶草莓、宝珠奶酪、爷爷不泡茶、啊T

个人护理

个人护理整体开关店比 **1.56**研究范围内开店**4**个或以上的部分个人护理品牌

洗脸猫、常乐、洗脸熊、洗个头、优剪、河马叔叔、藤野造型、3AM、启然、
川和潮人、预道养发、瑞尔、指朴、LADYN、茉莉茉莉、潘多拉Hairsalon、
净颜社、Lann、制草堂、月宫足道、上舍、指朴轻美甲、康道天地、颜所、喜洗脸

烘焙食品

烘焙食品整体开关店比 **1.11**研究范围内开店**4**个或以上的部分烘焙品牌

好利来、西树泡芙、泸溪河、巴黎贝甜、爸爸糖手工吐司、KUMO KUMO、
詹记宫廷桃酥王、多乐之日、南洋大师傅、鲍师傅、CROQUANTCHOU
ZAKUZAKU、广莲申、85度C、黄油与面包、福福饼店、东更道、红跑车、祐禾、
孙小鹿、蜜芝林、五味酥、匡朵、崎本の店、FASCINO、读酥世家、椿田菓菓、
露丝卡文、ONE BAGEL、fufuland、一个贝果、辛一铜锣烧、前胜点心社

亲子/娱乐

亲子娱乐整体开关店比 **1.60**研究范围内开店**5**个或以上的部分亲子娱乐品牌

乐客VR、meland、佳贝、玩刻、幻影星空、我要抓娃娃、网鱼电竞、天空之城、
小象动物园、方格大战、JOY MARK、小象动物公园、小鹿的屋、奈尔宝家庭中心、
娃娃集合营、热气球、易视觉VR、巴卜蚁、Rua娃吧、抓机鸭、疯狂娃娃城

CONCLUSION

结语

2023年是转折的一年,商业经营步入正轨,但是商业环境和顾客的偏好均发生了很大变化。一方面,购物中心的经营模式不断突破,呈现多样化、个性化趋势;另一方面,顾客尤其是年轻一代对购物中心的偏好也快速转变。如何经营好线下流量,是购物中心行业共同的课题,整个行业都在努力探索不同的方式去迎合或引导顾客的偏好。

增长与下降

2023年各类经济指标均积极向好。全国实体商业客流同比大幅提升。同时,年度新开购物中心数量较2022年略有减少,行业逐步进入存量竞争阶段。

热点与变化

节假日经济活力持续显现。除法定节假日外,七夕、“5·20”等非法定节假日期间的客流增长明显。购物中心的客群辐射范围扩大,顾客出行意愿增加,消费潜力提升。

挑战与机遇

顾客的游逛偏好发生变化。一方面,顾客到访购物中心后愿意花费更多时间去游逛、体验,另一方面,顾客逛店数量微幅下降。

传统与新兴

黄金珠宝、数码电器、餐饮、个人护理、休闲娱乐等传统业态持续发力,众多新兴品牌陆续涌现。

附录

数据来源

本报告客流数据系汇客云(上海)数据服务有限公司数据服务平台(以下简称为“汇客云”)投射客流数据,由投射客流模型计算得出。

汇客云基于多年在实体商业领域服务的经验,依托自有平台及数据采集团队,经过数据清洗、加工,融合多渠道数据构建“实体商业数字底座”,旨在为实体商业领域的购物中心、零售品牌等用户以及各级政府部门提供标准化或定制化的数据支持服务。本报告中购物中心、购物中心业态分布信息来自汇客云“实体商业数字底座”数据。

邻汇吧为本次报告提供了多经场地租赁数据用于营销活动分析。

本报告同时引用了国家统计局等公开数据源(详见报告相关页标注的数据来源说明)。

样本说明

数据周期: 2019年1月1日至2023年12月31日。

样本选择: 本报告选取开业年限1年以上、面积在3万平方米及以上、客流数据稳定且完整的购物中心作为分析样本。

样本局限性: 本报告不包含中国香港、澳门、台湾地区数据。

瑕疵说明

本报告中的品牌及店铺级客流已经覆盖具备市场代表性的购物中心,但尚未覆盖全国所有购物中心,故与品牌及店铺客流相关的分析仅代表行业平均水平。此外,本报告中的品牌数据来源于汇客云平台上的购物中心顾客行为统计系统和“实体商业数字底座”,因此对于开设在街边、社区等其他商业场所的品牌商铺参考性有限。本报告采用的汇客云平台上的购物中心和店铺客流数据分别记录进入购物中心和店铺的人次,并不代表独立访客人数。

指标说明

场均日客流: 从不同维度反映购物中心运营状况的指标。计算方法:依据不同维度,算出平均到每个购物中心每日的客流量。分析维度包括:不同区域、经济区、城市等级、城市、规模、开业时长等。

场均日客流同比2022: 该指标反映场均日客流与上年同期对比的情况。计算方法:场均日客流同比2022=(当期场均日客流-上年同期场均日客流)/上年同期场均日客流*100%。

集客力: 反映单位面积内客流情况的指标。计算方法:集客力=购物中心日客流/购物中心面积。

节假日效应: 节假日日均客流相对于节前十五个工作日日均客流的增幅比例。计算方法:节假日效应=(节假日期间场均日客流-节前十五个工作日场均日客流)/节前十五个工作日场均日客流*100%。节假日效应统计范围为国家法定节假日,包括元旦、春节、清明、五一、端午、中秋、国庆。

周末效应: 当周的周末日均客流对比当周工作日日均客流的增幅比例。计算方法:周末效应=(周末场均日客流-当周工作日场均日客流)/当周工作日场均日客流*100%。周末效应统计时间为周六和周日休息日,不含周末为法定节假日和需要调休的日期。

开关店比: 研究范围内新开门店数与关闭门店数之间的比例。计算方法:开关店比=新开门店数/关闭门店数。

平均游逛时长: 顾客在店铺(或购物中心)内游逛的平均时长,是反映游逛深度的指标。计算方法:平均游逛时长=所有顾客在店铺(或购物中心)游逛的总时长/顾客总人数。

平均逛店数: 反映顾客在购物中心内游逛深度的指标。计算方法:平均逛店数=所有顾客总逛店个数/顾客总人数。

业态客流占比: 到访过某一业态门店的客流占全场进店客流的比例。计算方法:业态客流占比=该业态门店客流人次/全场店铺客流总人次*100%。

直接到访顾客数: 进入购物中心后第一家到访店铺为该店的顾客人数。

直接到访顾客占比: 门店顾客中直接到访顾客的比例。计算方法:直接到访顾客数/总顾客数*100%。

空置率: 反映实体购物中心运营的状态。计算方法:空置率=空铺数/购物中心店铺数。

模型说明

本报告采用的模型包括投射客流模型、实体商业五因子模型和商圈监测模型。属于最前沿的可解释人工智能模型。所发模型基于集成学习和深度学习，采用全国近千家购物中心过去几年的客流数据，以及刻画每一家购物中心竞争环境、固有特性和管理能力的多渠道数据，进行建模训练。模型经过反复训练和验证，能够准确处理各因素之间的相关性和对结果的影响，以保证预测数据的准确性。

投射客流模型：依据全国近两千家购物中心客流数据，并经脱敏、清洗、打标处理，融合多渠道数据，进行购物中心客流情况建模训练。模型能够准确处理可能影响客流结果的各因素之间的相关性和对结果的影响，以提高对客流模拟计算的精准性。

实体商业五因子模型：能够将每日基准客流的涨跌归因和解析到行业基准、长期竞争力、短期竞争力、日期、天气五类因子各自带来的影响。通过剔除行业基准、日期、天气等因子的影响。可以更精准地监测每家购物中心的长期和短期竞争力变化趋势。

商圈监测模型：为每家购物中心客流状况进行建模，反映购物中心所在商圈的客流状况、购物中心客流占商圈客流份额及其变化趋势等。

区域划分

东北：辽宁、吉林、黑龙江

华北：北京、天津、河北、山西、内蒙古

华东：上海、江苏、浙江、山东、安徽、福建、江西

华南：广东、广西、海南

华中：湖北、湖南、河南

西北：陕西、甘肃、新疆、青海、宁夏

西南：四川、重庆、贵州、云南、西藏

城市等级划分

依据第一财经·新一线城市研究所2022年发布的城市等级

一线城市：上海市、北京市、广州市、深圳市

新一线城市：成都市、重庆市、杭州市、西安市、武汉市、苏州市、郑州市、南京市、天津市、长沙市、东莞市、宁波市、佛山市、合肥市、青岛市

二线城市：昆明市、沈阳市、济南市、无锡市、厦门市、福州市、温州市、金华市、哈尔滨市、大连市、贵阳市、南宁市、泉州市、石家庄市、长春市、南昌市、惠州市、常州市、嘉兴市、徐州市、南通市、太原市、保定市、珠海市、中山市、兰州市、临沂市、潍坊市、烟台市、绍兴市

三线及以下城市：其他非一线、新一线和二线的城市

36座重点城市

上海市、北京市、深圳市、广州市、重庆市、成都市、杭州市、苏州市、武汉市、南京市、天津市、宁波市、青岛市、长沙市、郑州市、济南市、合肥市、西安市、福州市、大连市、昆明市、厦门市、沈阳市、长春市、南昌市、石家庄市、南宁市、哈尔滨市、太原市、贵阳市、乌鲁木齐市、呼和浩特市、兰州市、银川市、海口市、西宁市

规模划分

小型购物中心： [3,6]万平方米 **中型购物中心：** (6,12]万平方米 **大型购物中心：** (12,18]万平方米 **超大型购物中心：** 18万+平方米

免责声明

本报告使用的汇客云及其他数据经脱敏处理，不涉及客户数据。

本报告数据仅反映实体商业客流趋势，仅用于商业研究。报告制作方、出品方不对基于该数据做出的商业决策或其他衍生后果负责。

本报告版权归汇客云所有，转载请注明来自汇客云。

创作人员名单

出品人：张宏俊

策划人：潘潇君

数据科学总指导/算法总指导：胡宇 博士(美国)

总编辑：鄢宇濛

内容编写

鄢宇濛 廖慧霞 周坚 刘俊 蒋雪杰 喻果

校验核对

周坚 廖慧霞 刘俊 蒋雪杰 鄢宇濛 杨枫 谈敏智 喻果

汇客云数据平台

技术顾问：张韬

负责人：成西锋

数据合规：李秋蓉

数据采集：王娟 王继伟 杜立洋

数据融合：李峰 毛高扬

数据运维：任帅

技术支持：姚磊 成西锋 党毅飞 姚鑫 曹家清 刘柱
权晓刚 黄鸣一 田乐 李敏 陈海霞 崔杰
王喆 韩承志 杨蕊 张平利 王辰硕 康利龙
邢宏 杨晨 张栩逍 杨易灏 郭睿 赵延
马鹏辉 穆幼珍 张科旭 王赛 豆荣荣 杨浩宸

市场支持

姚传国 杨枫

短租/多经

内容提供：杭州邻汇吧网络科技有限公司（邻汇吧）

负责人：毛美萍

数据 QC：周莹

数据整理：周莹 陆颖 姜信硕 陈浩鼎

统计建模：张虹

技术负责：陈特夫

技术支持：刘良 皇甫鹏飞 傅寒锋

AI算法

负责人：胡宇 博士(美国)

算法指导：Tong Wang 博士(美国)

数据整理：罗晓芃 博士 Zhen Li 博士(欧洲) 黄纯 马冰纯
钟玉琼 黄滢荔 刘玮珊 陈岳

AI建模：骆祯梓 冯路 博士 程志伟 蔡嘉祺

协助支持：Zhulei Tang 博士(美国) 侯丽娟

统计算法

负责人：廖慧霞 周坚

数据整理：刘俊 蒋雪杰 喻果

统计建模：党毅飞 权晓刚 毛高扬

数据可视化：杨枫 谈敏智 金秋

数据解读：廖慧霞 周坚 刘俊 蒋雪杰 喻果

美术表达

设计统筹：杨枫

视觉设计：谈敏智 金秋

传播媒体

媒体统筹：杨枫

媒体衔接：谈敏智

法律服务支持

国浩律师(上海)事务所：李强 李辰 郑伊珺

联合出品

汇客云（上海）数据服务有限公司 上海赛商数据科技有限公司

总出品方

汇纳科技股份有限公司

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

更多专业解读 请扫二维码关注



汇纳科技



汇客云



赛商数据

<https://www.winneryun.com>

总出品方:汇纳科技股份有限公司

地址:上海市浦东新区川和路55弄张江人工智能岛6-7号楼