

2022-2024 购物中心开关店研究报告

研究时段：2022年7月-2024年3月

研究范围：13座重点城市 447个样本购物中心

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

PART 01

购物中心空置率及开关店比分析

1.0 概览 空置率从10.5%下降至9.1%,开关店比1.12

空置率下降1.4%

研究范围内，447个项目，营业中铺位从研究期初的95000+个增长至97800+个。
空置率从研究期初的10.5% 下降到研究期末的**9.1%**，下降1.4%

连锁品牌占比上升

相对研究期初58000+店铺为连锁品牌进驻，研究期末连锁品牌进驻铺位数增长到59000+。
连锁品牌门店在已开业门店中的占比从研究期初的56.9%上升到研究期末的57.1%，**上升0.2%**

开店数>关店数

研究范围内，录得关闭店铺18000+，新开店铺21000+。整体**开关店比1.12**。
相对研究期初，有19.8%的店铺发生变化，进驻品牌更换或关闭。

餐饮门店数量增加

研究期初，447个商业项目录得超过25000个餐饮门店，研究期末门店增加超过2000个，餐饮业态在整体中的占比**上升了1.69%**
研究范围内零售业态门店占比从原来的53.9% 下滑到51.9%，**下降2.0%**

说明：

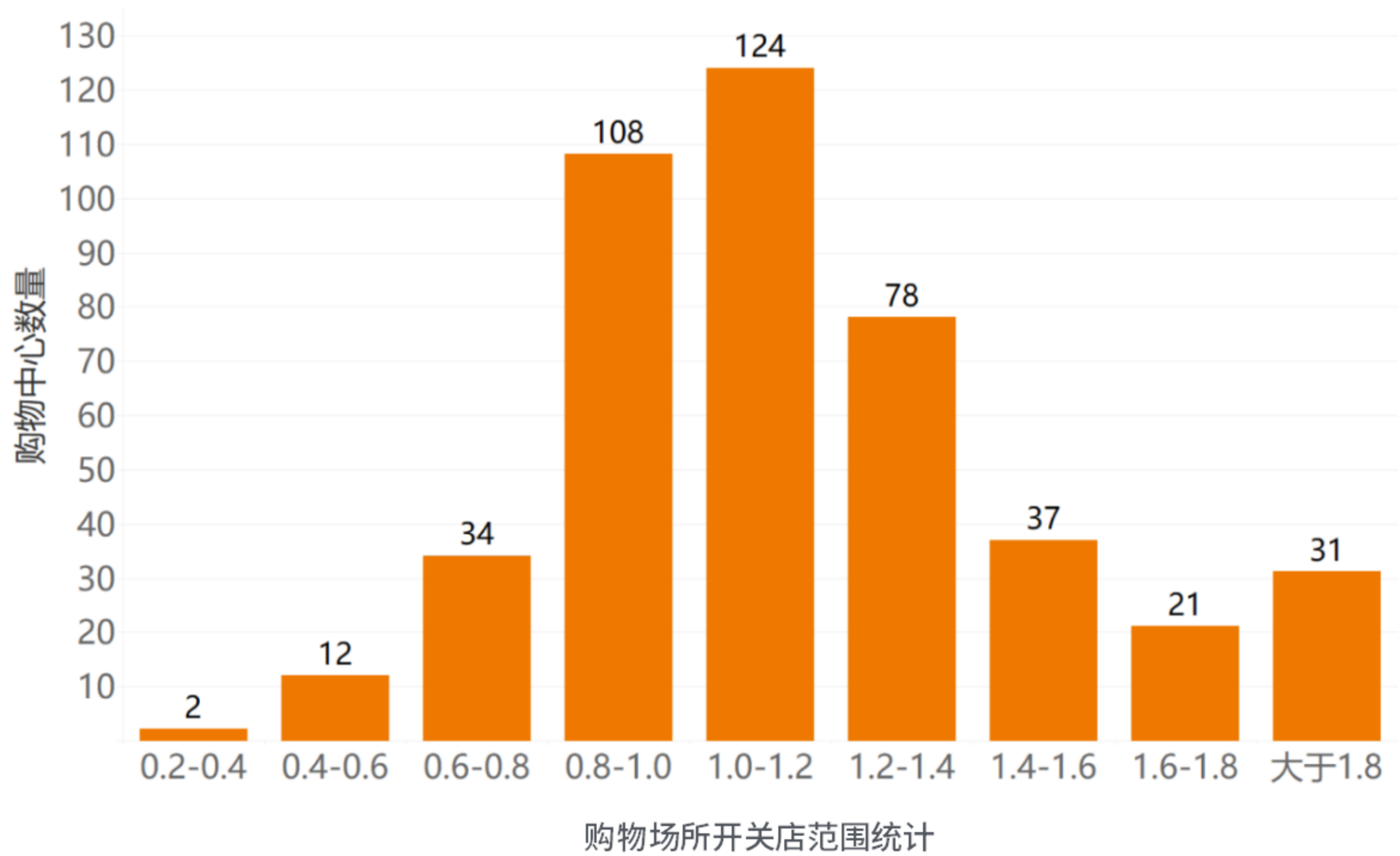
- 1.本报告提及空置率=空铺数/店铺总数（营业中店铺数+空铺数），下同。因项目经常进行店铺拆分或合并，店铺总数在研究期可能发生变化。
- 2.开关店比=新增门店数/关店数。新增门店含已开业门店及装修中计划开业门店。如果开关店比>1，代表开店数超过关店数，代表商场空置率下降，或品牌处于扩张状态。反之亦然。
- 3.门店是否为连锁品牌，依据汇客云的划分标准，主要考虑品牌在购物中心出现的门店数持续调整。

1.1 超六成项目开关店比>1.0

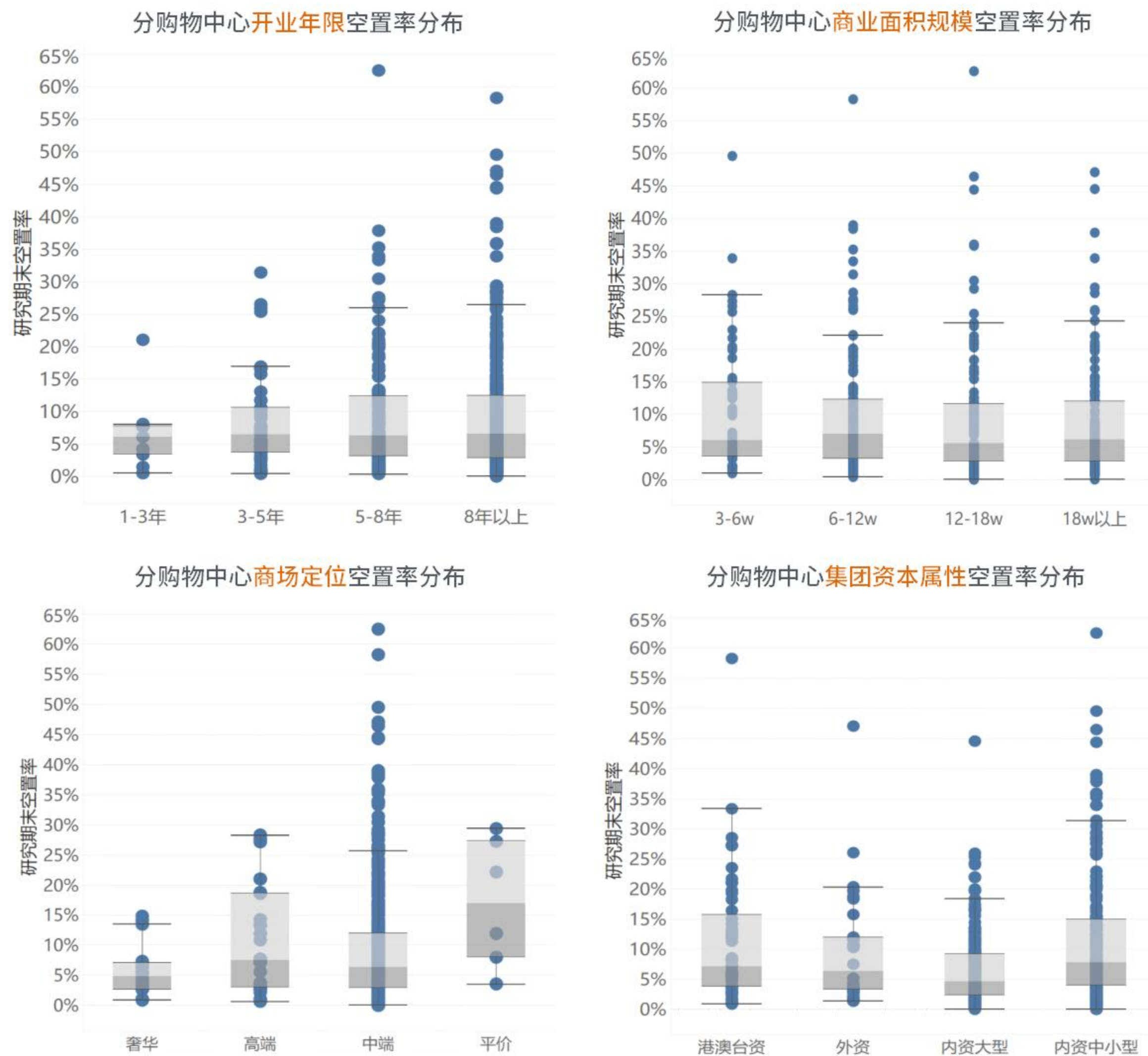
本报告研究范围内，录得关闭店铺18000+，新开店21000+。整体**开关店比1.12**，关闭门店占研究期初门店的19.8%

本报告研究范围共涉及447个购物中心，包含北京68个，成都41个，广州54个，杭州26个，合肥10个，南京26个，宁波12个，上海91个，深圳48个，苏州16个，武汉22个，郑州19个，重庆14个。

有291个购物中心的开关店比大于1，占整体项目六成以上。



1.2 超六成项目空置率<10%



超四成项目空置率控制在5%以下，有185个购物中心空置率低于5%

依据走访记录，本报告研究期末，涉及的447个商业场所店铺累计95000+，研究期末有空铺超过9400个，**整体空置率9.1%**，相比研究期初空置率10.5%，整体空置率下降1.4%，有超过六成的项目（297个）空置率控制在10%以下。

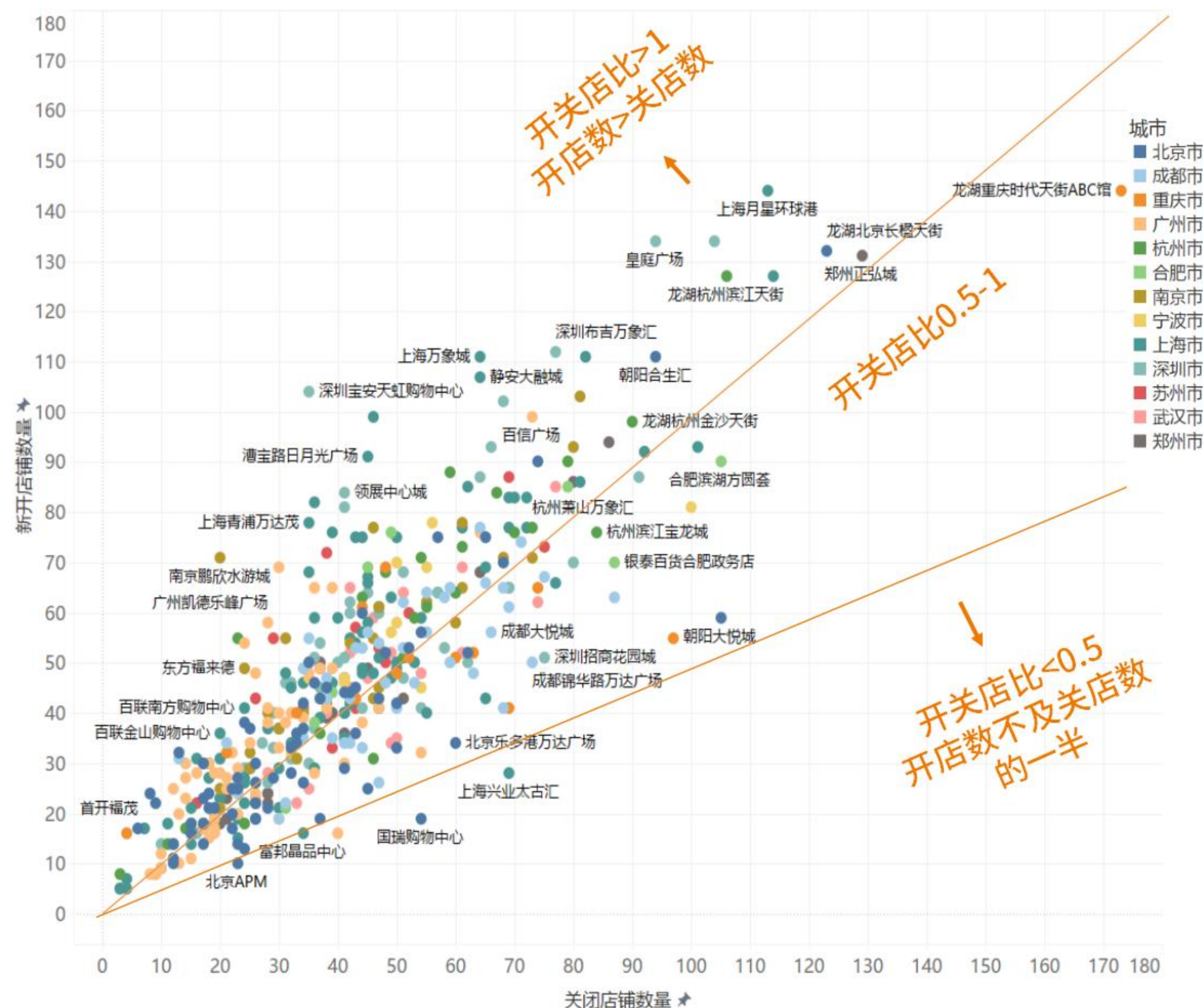
- 开业年限类型中，**开业时间越长的商场空置率越高**。因为受到市场饱和与竞争加剧、品牌更新与商户流失、设施老化、租金上涨以及市场趋势等多种因素的影响。相反，新开业不久的商场通过市场的吸引力和新鲜度、一些品牌的组合和互补，提供丰富多样的购物和休闲体验，商场通过形成独特的品牌集群效应来吸引更多的商户和消费者，因此，商场空置的商铺更少。
- 商业面积规模中，**体量规模较大的商场，空置率越低**。因为能够提供一站式购物体验，包括各类商品、餐饮、娱乐等多种服务，增加了商场的人流量和购买力，从而吸引更多的品牌商户入驻。
- 商场定位中，**偏奢华、高中端的商场空置率更低**。这些商场内的品牌商户多为高端、奢华品牌，与商场的定位高度匹配，加上有效的招商和运营管理使得商场能够吸引大量目标消费者，保证了商场商户的稳定经营和较低的空置率。
- 集团资本属性中，不同资本背景的商场在运营策略、品牌组合、市场定位等方面存在差异，就本报告研究范围内整体项目而言，外资和内资大型的商场整体空置率更低。

内资大型：剔除外资和港澳台资的企业，选取2022中国购物中心企业在营项目超过10个的企业为内资大型企业。（CCFA协会统计截至时间为2022年12月31日）

内资中小型：剔除外资和港澳台资，2022中国购物中心企业在职项目少于10个的企业。

商场定位划分按汇客云标准。

1.3 平均关闭9店同时开出10店，门店调整比例不到1/5



研究范围内各项目门店关闭数量和门店新开数量

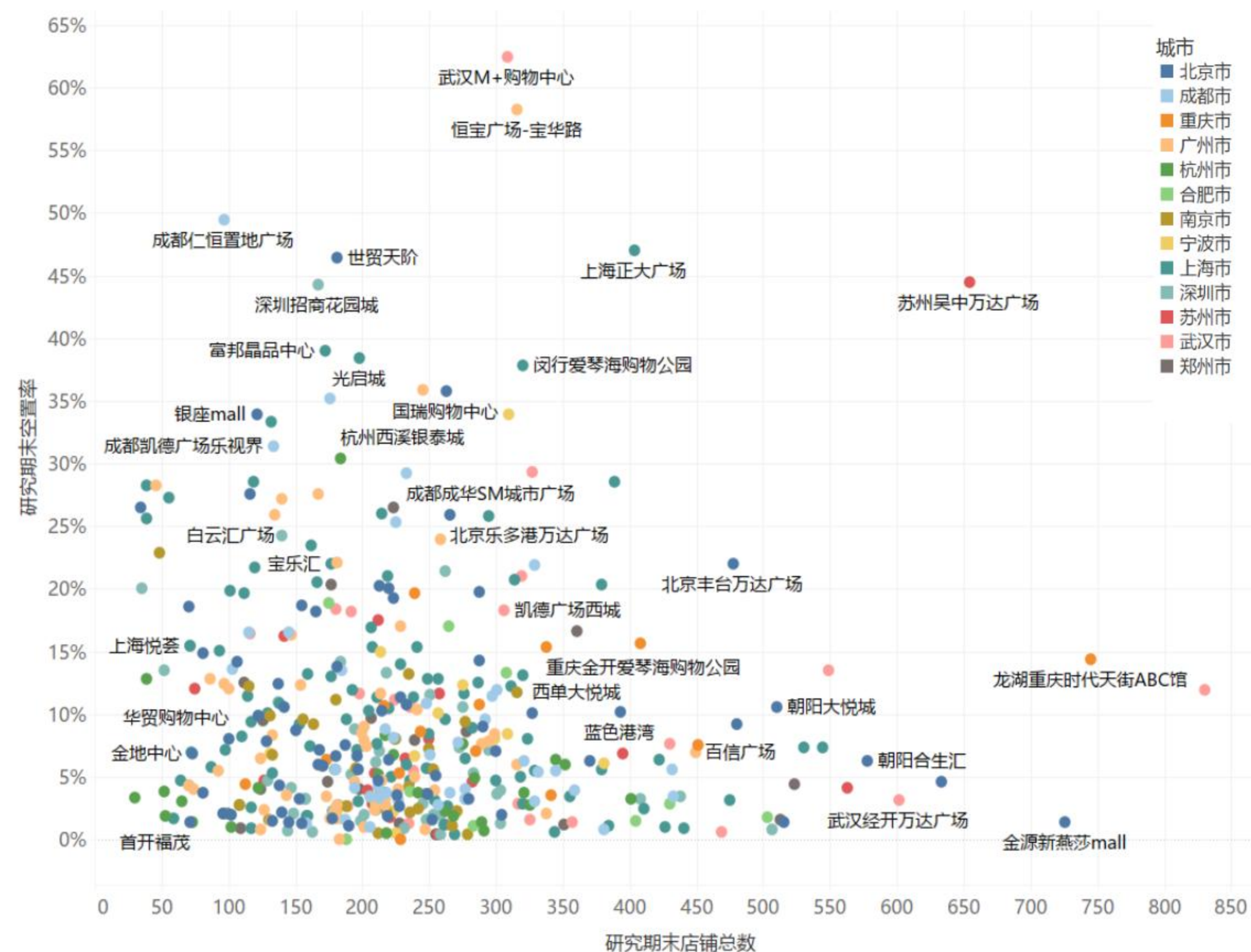
录得关闭店铺18900+，新开店店铺21100+。整体**开关店比1.12**，关闭门店占研究期初门店的19.8%

本报告涉及的447个项目

- 本报告研究范围共涉及447个购物中心，包含北京68个，成都41个，广州54个，杭州26个，合肥10个，南京26个，宁波12个，上海91个，深圳48个，苏州16个，武汉22个，郑州19个，重庆14个。
- 其中上海月星环球港（开关店比1.27）、深圳前海壹方城（开关店比1.29）、龙湖北京长楹天街（开关店比1.07）、郑州正弘城（开关店比1.02）、龙湖杭州滨江天街（开关店比1.20）、上海长宁龙之梦城市生活中心（开关店比1.11）等项目整体体量均较大，平均店铺总数500+，新开店店铺数量和关闭店铺数量均超过100家。

1.4 研究期末整体空置率9.1%

依据走访记录，本报告研究期末，447个商业场所空铺9440+个，**整体空置率9.1%**
绝大部分购物中心空置率在10%以下。



研究期末各项目空置率及店铺总数

1.5 研究期末整体业态构成

零售



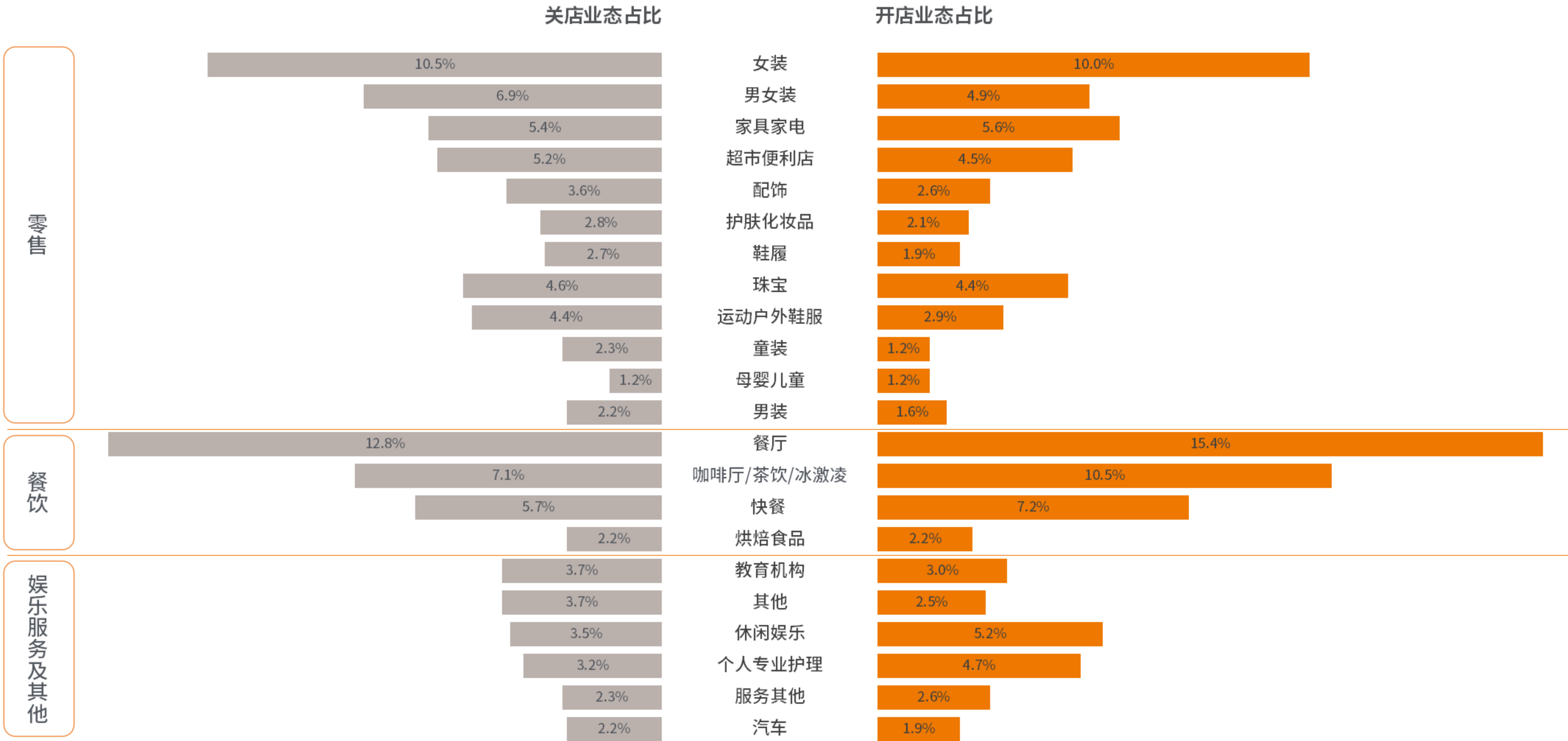
餐饮



娱乐、服务及其他



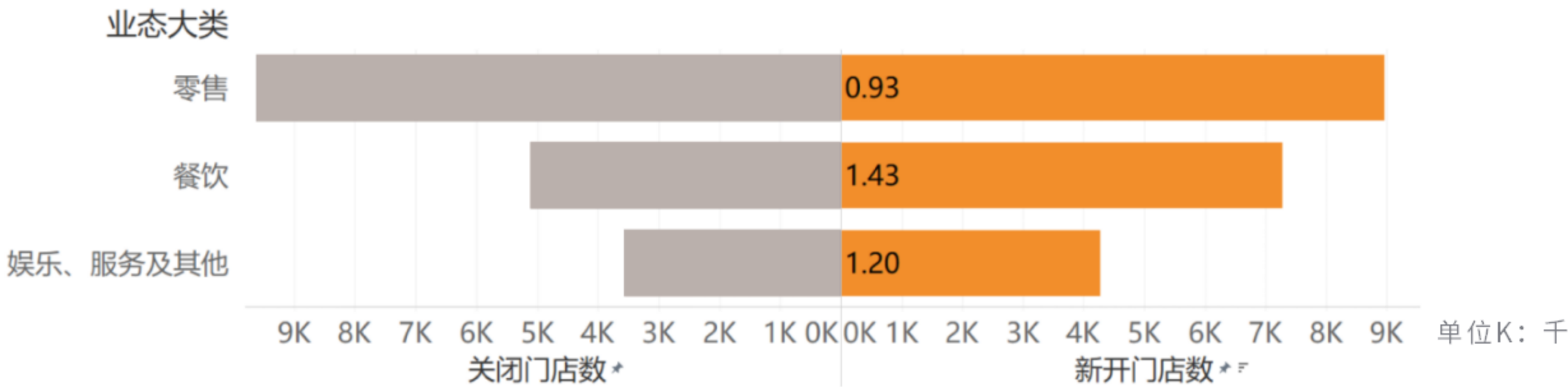
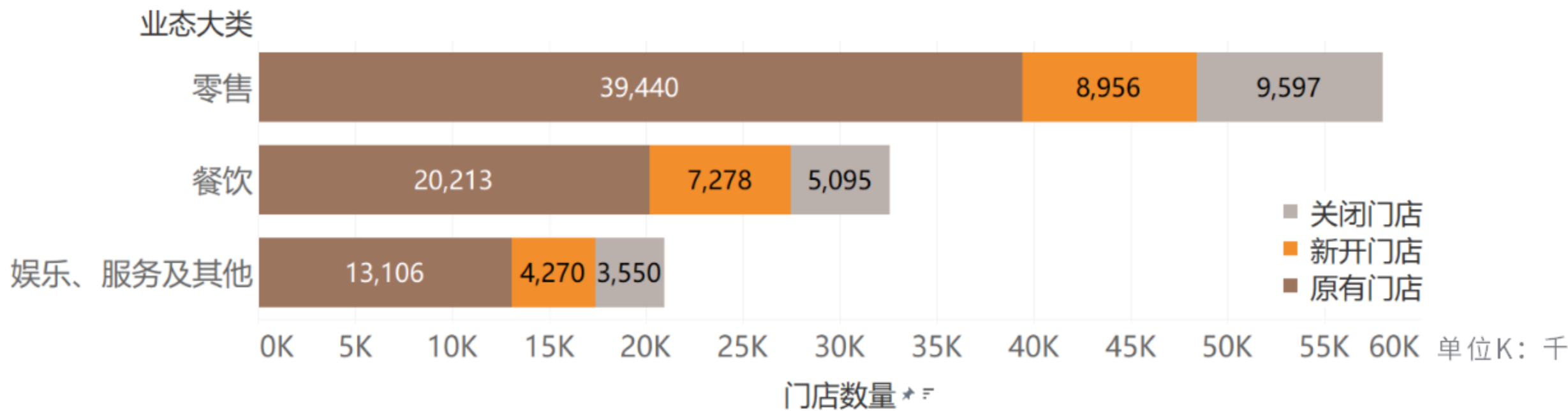
1.6 研究期间业态开关店构成



PART 02

不同业态、品牌开关店情况分析

2.0 餐饮业态持续扩张



不同业态门店开关情况
上图标注数字为去重门店数，下图标注数字为开店比

共录得关闭店铺18000+，新开店铺21000+。整体**开店比1.12**。如果将通道分割或位于不同楼层但是属于同一品牌的门店进行去重，共录得关闭门店18915个，新开门店21178个。

- **零售业态**门店占比最高，关店9597个，开店8956个，**开店比0.93**，低于整体表现，变动门店数占据全部变动门店数的52.6%，关闭门店占研究期初门店的19.6%
- **餐饮美食**也发生了明显变化，关店5095个，开店7278个，**开店比1.43**，明显高于平均水平。关闭门店占研究期初门店的20.1%
- **服务、休闲娱乐和其他业态**门店发生的变化最大，关店3550个，开店4270个，**开店比1.20**。关闭门店占研究期初门店的21.3%，相对零售和餐饮业态变动偏多。

说明：门店所属业态、子业态依据品牌基础信息结合现场走访过程中观察到门店售卖商品确定。同一品牌如果在不同门店售卖不同商品，各门店可能被归入不同业态。如某品牌不同门店可能分属男装、男女装子业态，或分属香水、化妆品业态。

2.1 零售业态变化概览

零售业态是实体商业中门店占比最大的业态。本报告录得零售业态关店9500+家，开店超过8900+家，**开关店比0.93**，低于整体表现，变动门店数占据全部变动门店数的近52.6%，关闭门店占研究期初门店的19.6%



服装业态略微收缩

累计关店5142个，占零售业态关店的一半以上，开店4620个，开关店比0.90，整体业态略微收缩。



鞋履门店减少

累计关店490个，开店387个，整体开关店比0.79，门店减少。



化妆品业态略微收缩

累计关店513，开店437个，开关店比0.85，略微收缩。



珠宝变化相对稳定

珠宝关店840个，开店896个，开关店比1.07，变化相对稳定。



数码家电扩张明显

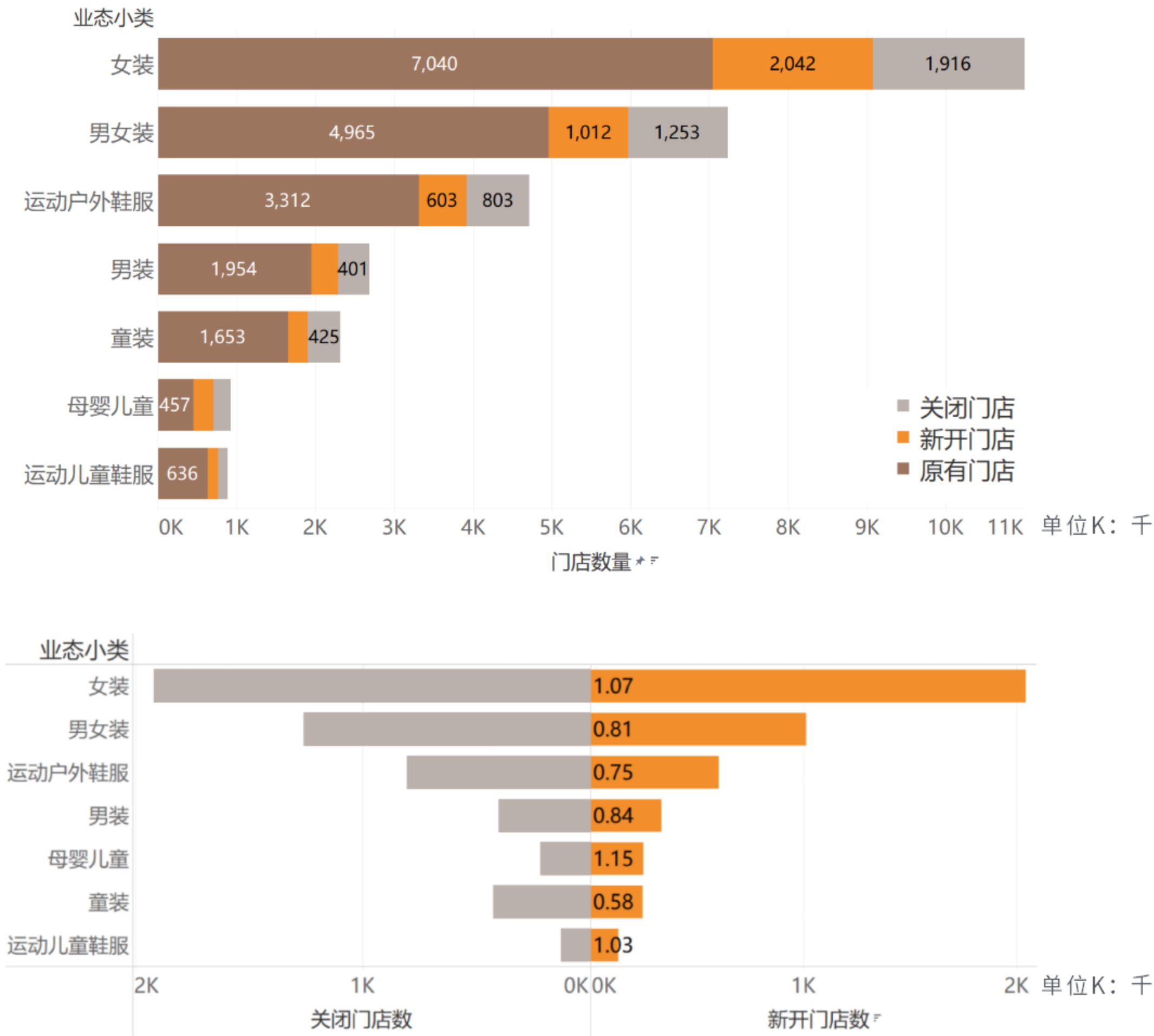
累计关店567个，开店729个，开关店比1.29，扩张明显。手机数码品牌门店正常调整，二手数码回收店开店明显。



奢侈品牌开店平稳

累计关店189个，开店191个，开关店比1.01，关闭门店占研究期初门店的11.2%

2.1.1 服装：略微收缩

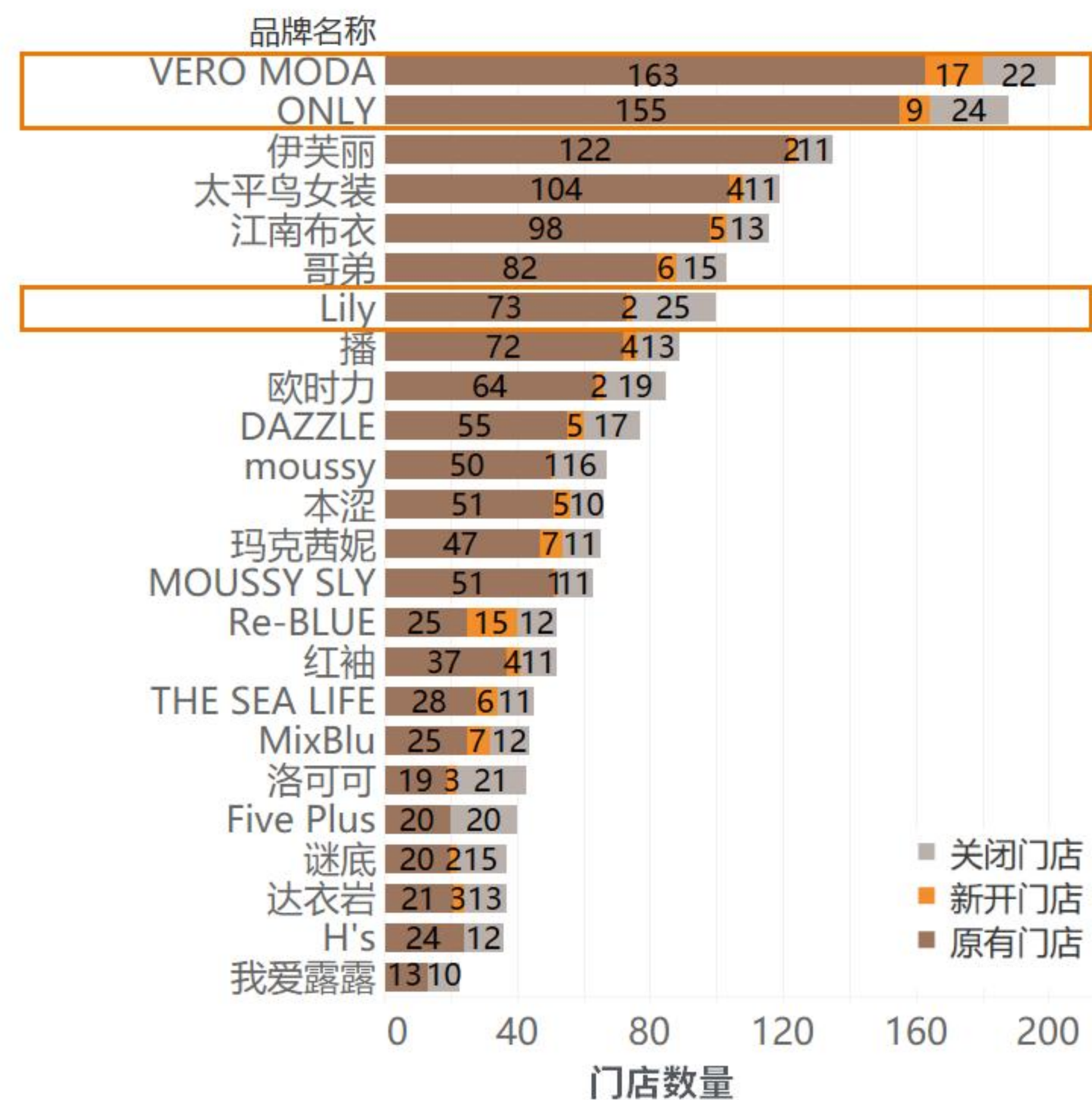


服装子业态下各细分子业态门店开关情况
上图标注数字为门店数，下图标注数字为开关店比

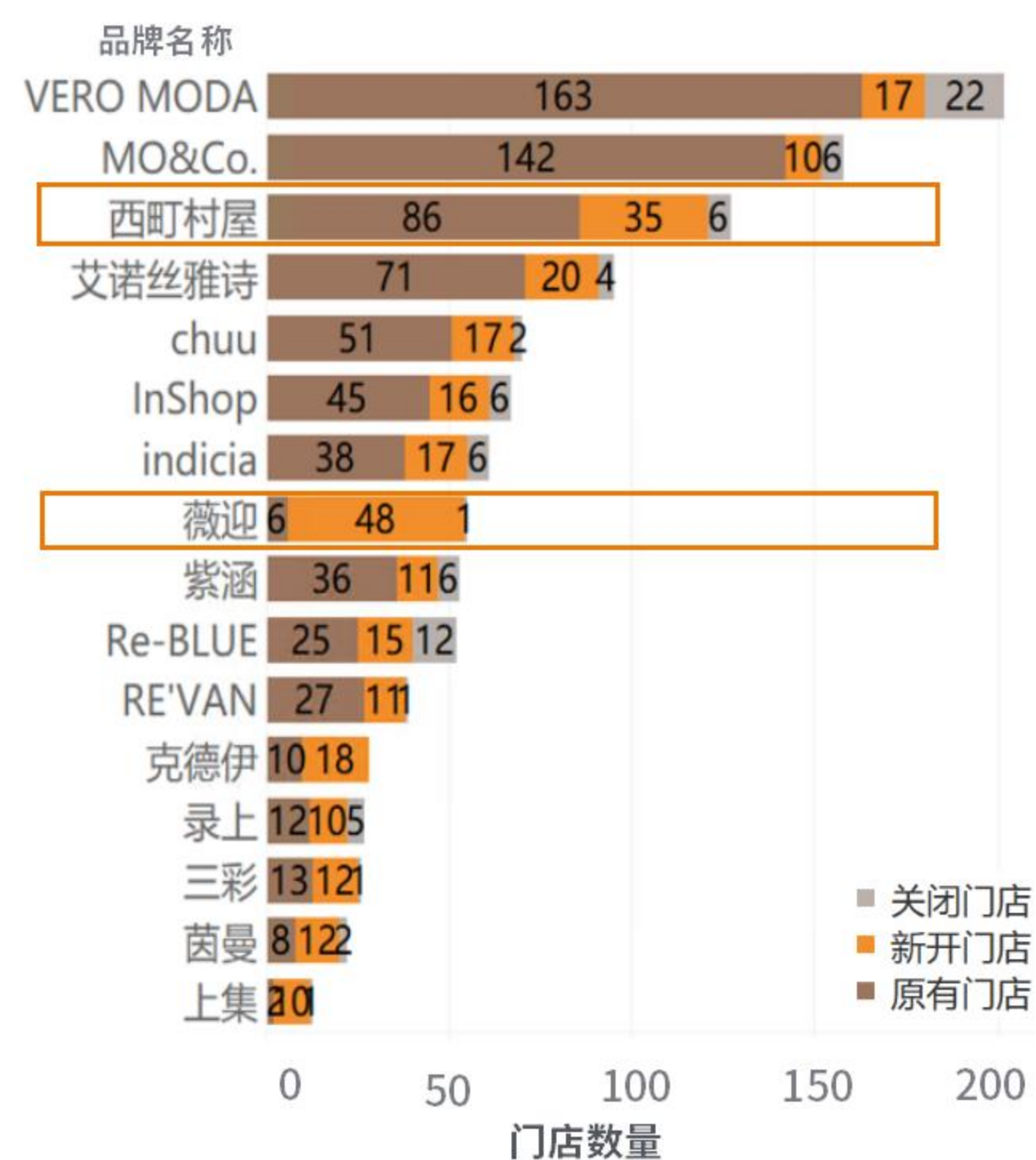
零售业态中，**服装业态**的地位非常重要。在研究范围内，各类服装品牌门店数约占门店总数的52.0%，5600+品牌中的3500+个品牌发生门店变化，累计关店5100+个，占零售业态关店的一半以上，开店4600+个，**开关店比0.90**，整体呈现略微收缩，低于研究范围内整体表现，略低于零售行业平均水平。

- 女装品牌表现相对较好，**开关店比1.07**，略微扩张。开店2042个，关店1916个，门店数净增126个，关闭门店占研究期初门店的**21.4%**，比例相对整体略高；
- 男女装品牌**开关店比0.81**，呈现收缩状态，开店1012个，关店1253个，门店数净减241个。关闭门店占研究期初门店的**20.2%**；
- 运动户外品牌（不包含运动儿童鞋服）**开关店比0.75**，开店603个，关803个。关闭门店占研究期初门店的**19.5%**，变化比例接近零售整体水平；
- 男装品牌原有门店较少，**开关店比0.84**。开店336个，关店401个，门店减少65个。关闭门店占研究期初门店的**17.0%**；
- 母婴儿童及运动儿童鞋服门店数量较少，开关店比**分别为 1.15 和1.03**，两个细分业态开店合计381个，关店344个，门店数净增37个。关闭门店占研究期初门店的**23.9%**，占比略高。

女装：调整比例大



关店10个或以上的女装品牌



开店10个或以上的女装品牌

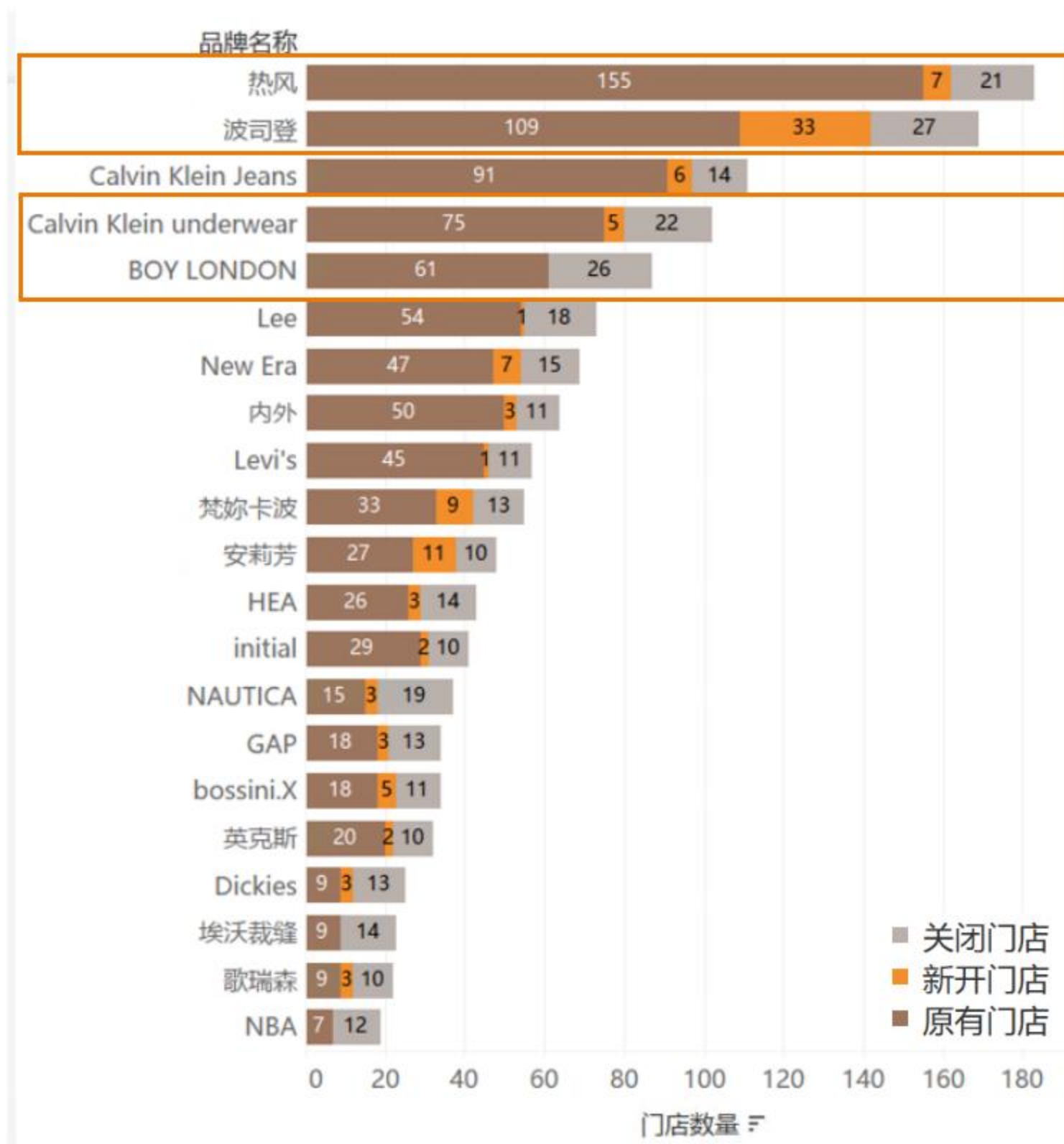
女装业态，研究范围内2900+品牌中的1780+品牌发生了门店变化，开店2042个，关店1916个，**开关店比1.07**，关闭门店占研究期初门店的**21.4%**

在研究范围内，有17个品牌开店10个或以上。其中，薇迎、西町村屋分别开店48个、35个且关店较少，品牌积极拓店中。

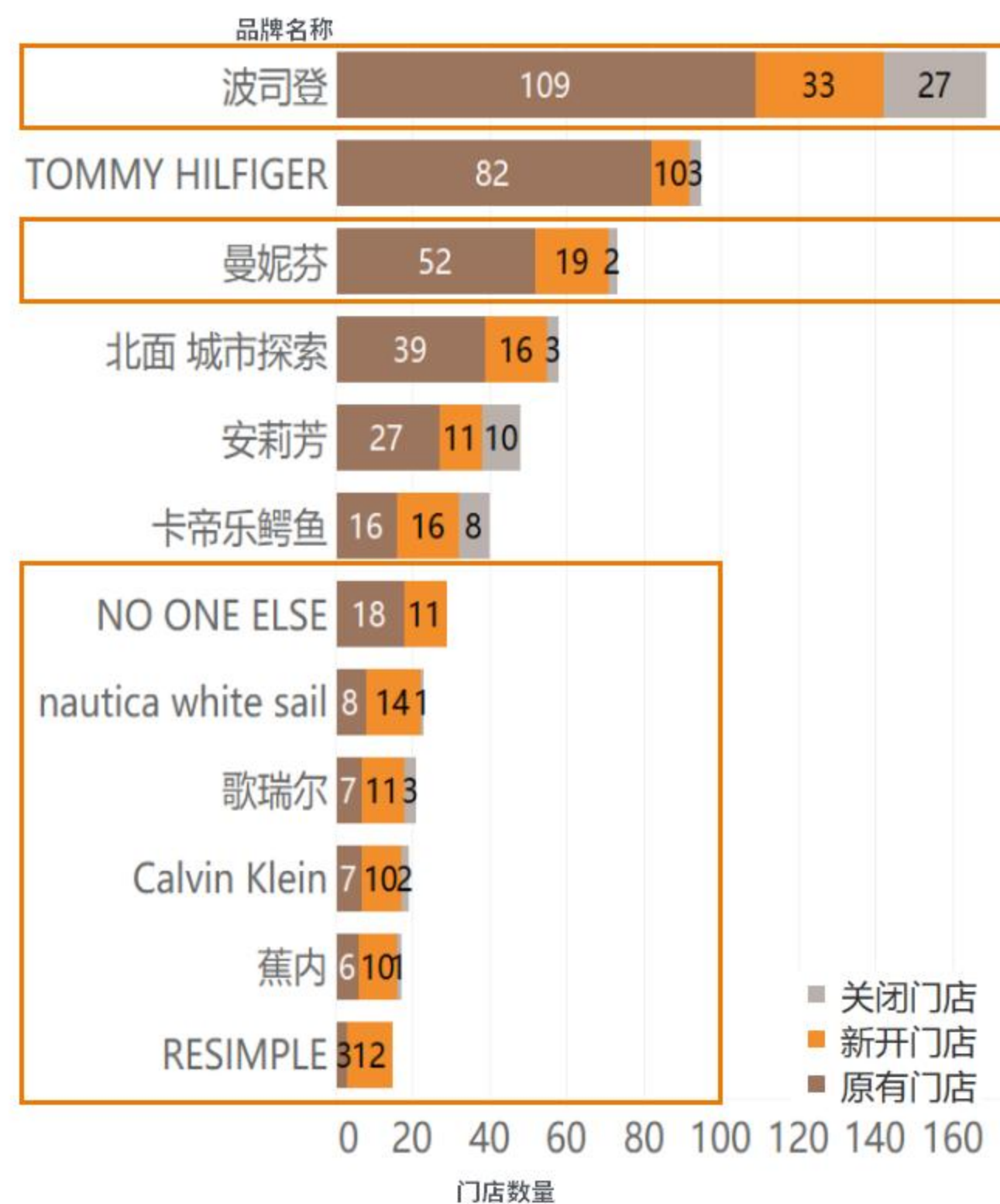
在研究范围内，有24个品牌关店超过10个或以上。其中Lily、ONLY、VERO MODA分别关闭了25个、24个、22个门店。

说明：品牌门店数量依据走访数据样本统计，不代表品牌全量数据。（下同）

男女装：略微收缩



关店10个或以上的男女装品牌



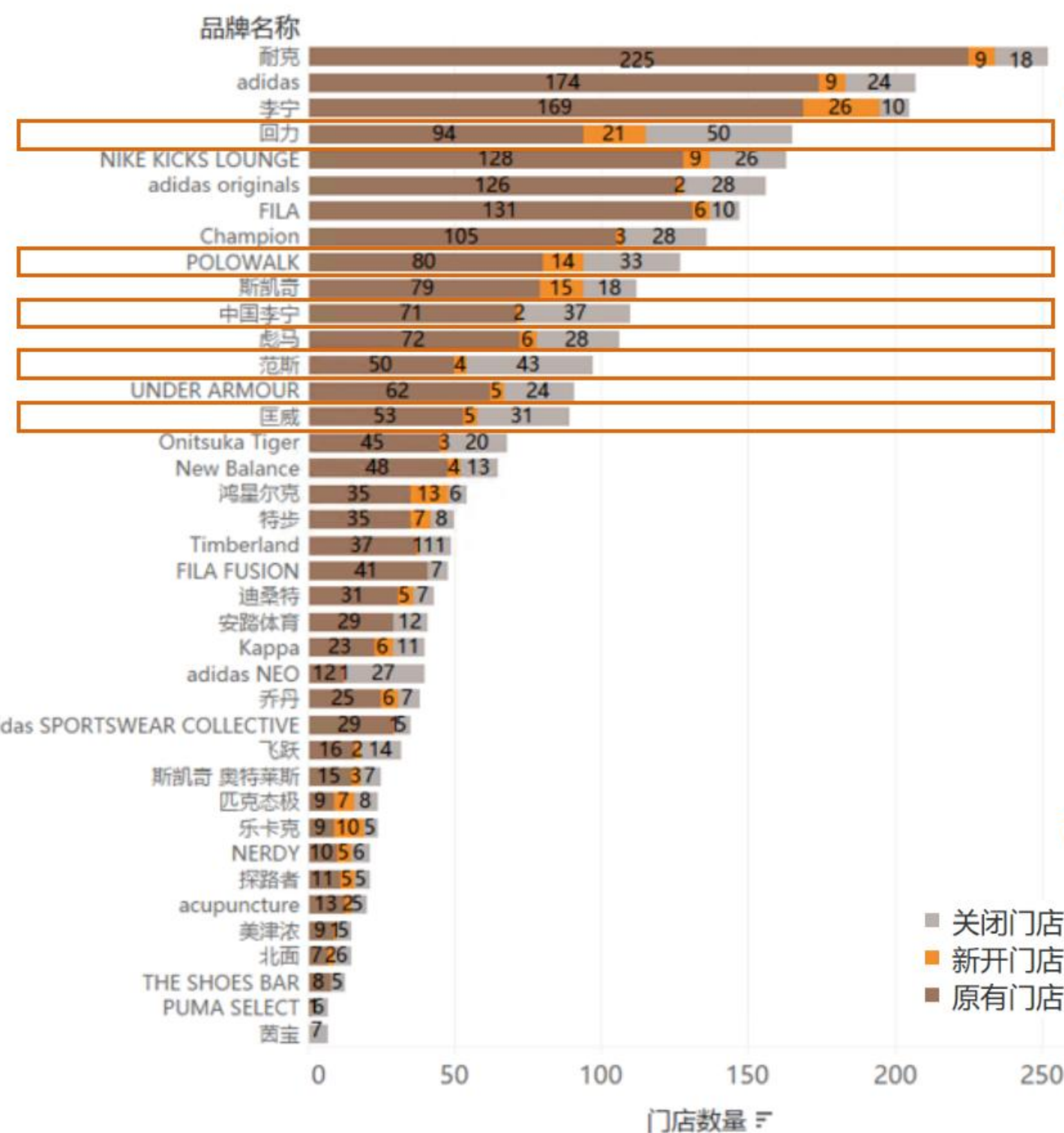
开店10个或以上的男女装品牌

男女装（包含男女士内衣）业态中1000+个品牌中的700+品牌出现门店变化，开店1012个，关店1253个。**开关店比0.81**，关闭门店占研究期初门店的**20.2%**

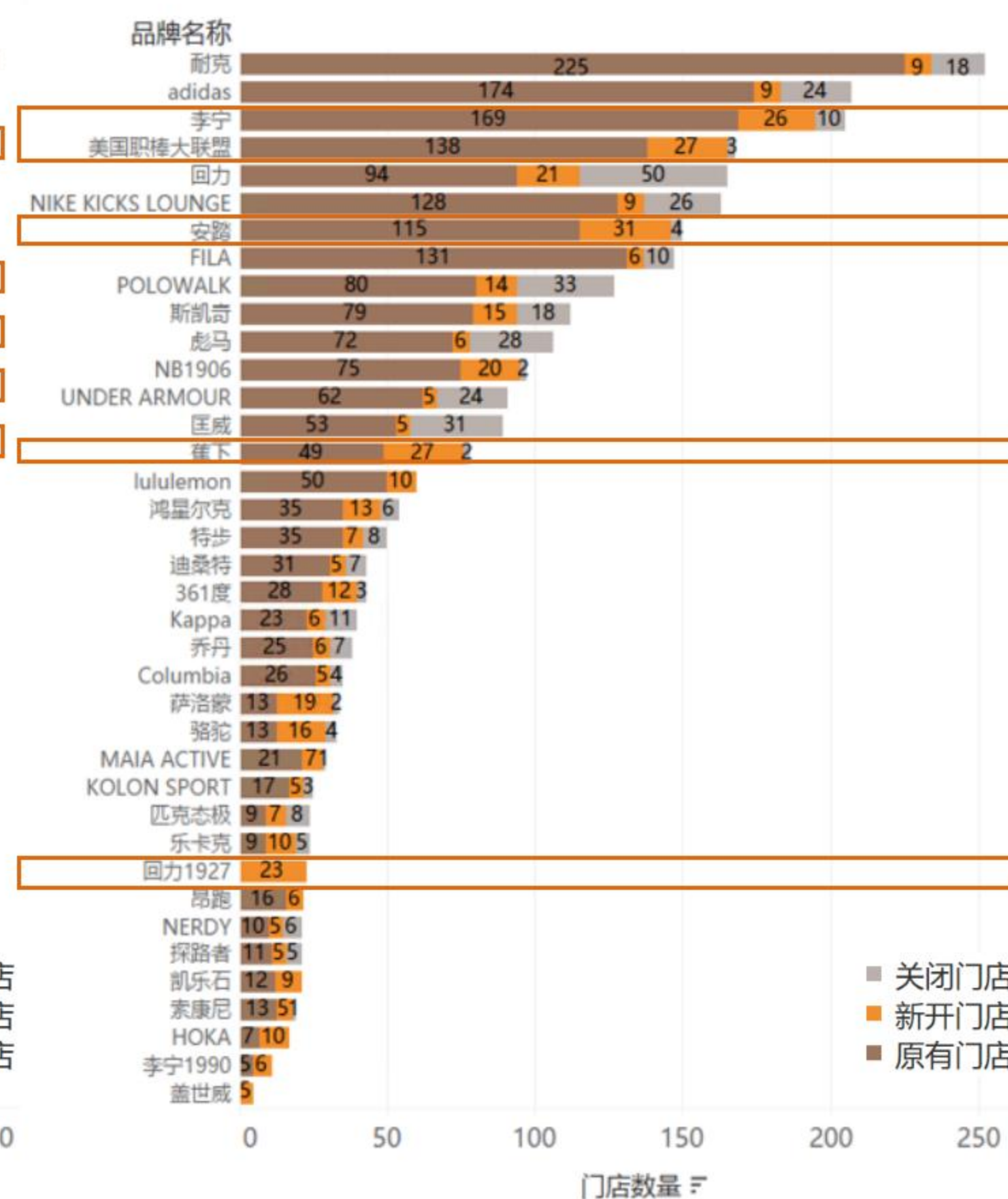
有21个品牌关闭了10个或以上门店。波司登、BOY LONDON、Calvin Klein underwear、热风分别关闭27个、26个、22个、21个门店。

有12个品牌开出10个或以上门店。其中波司登、曼妮芬分别开出33个、19个门店，NO ONE ELSE、nautica white sail、歌瑞尔、Calvin Klein、蕉内、RESIMPLE等。品牌门店开店较多，品牌积极拓店中。

运动户外：国内品牌增长明显



关店5个或以上的运动户外服饰服装品牌



开店5个或以上的运动户外服饰服装品牌

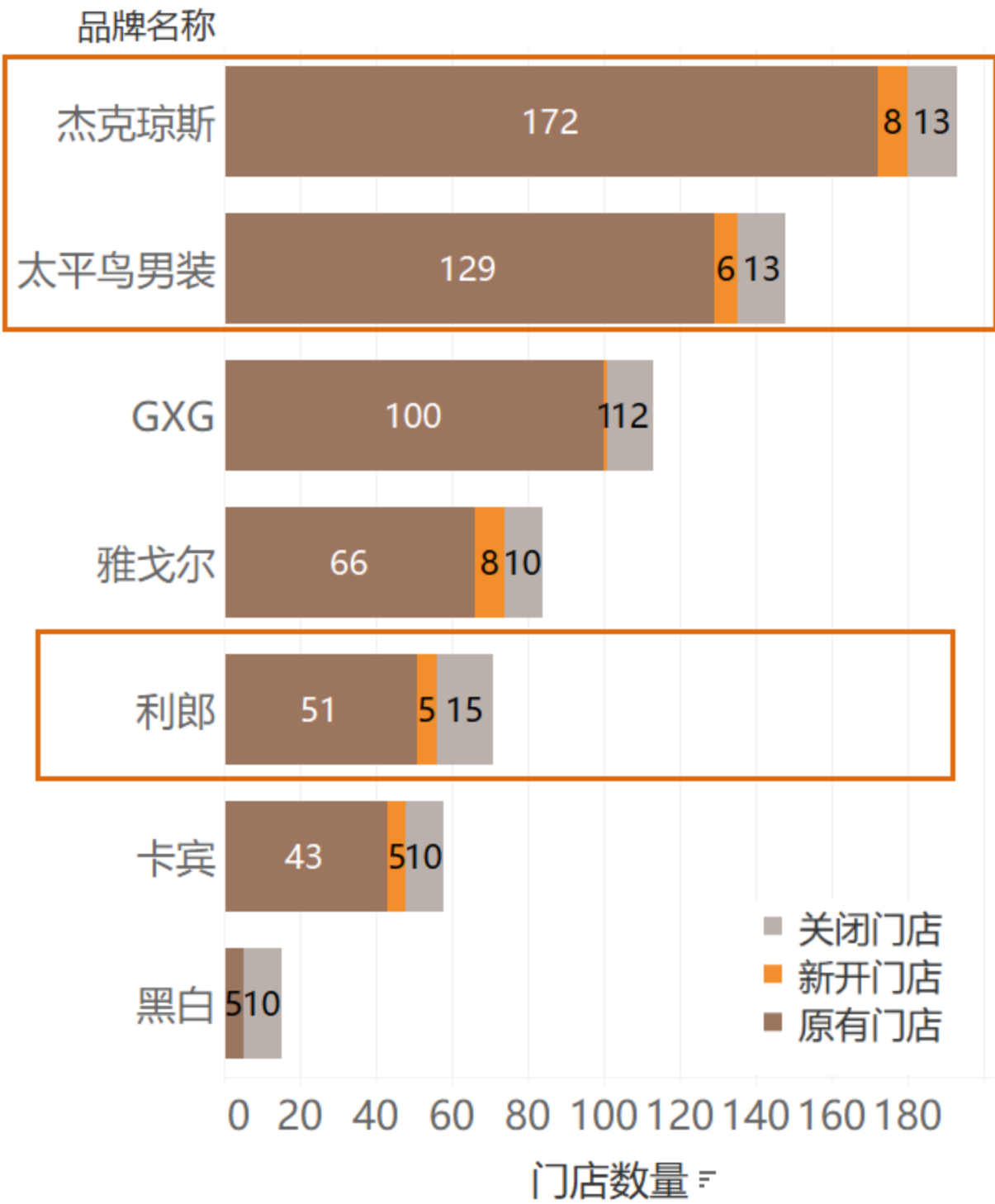
运动户外服饰业态（不包含运动儿童鞋服），280+个品牌中有210个品牌有门店变化。开店603个，关店803个，门店数量净降200个。**整体开店比0.75**。关闭门店占研究期初门店的**19.5%**

有39个品牌关闭5个或以上门店，回力、范斯、中国李宁、POLOWALK、匡威等品牌均关闭30个或以上门店。

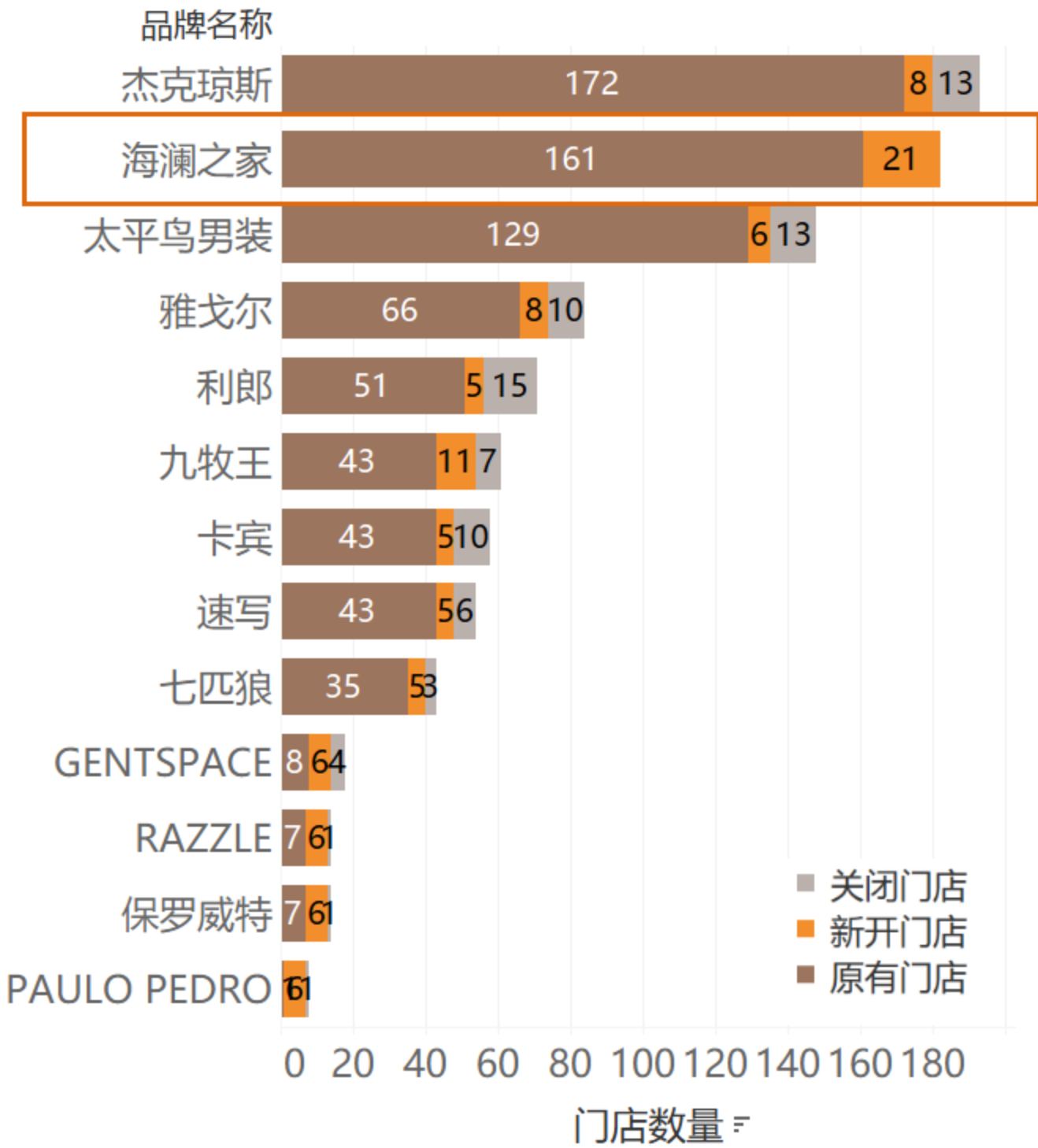
38个品牌开出5个或以上门店。其中，安踏、蕉下、美国职棒大联盟、李宁、回力1927分别新开31个、27个、27个、26个、23个门店。

整体而言，运动户外服饰业态行业集中度较高，头部品牌原有门店数量较大，同时开店和关店变化也比较明显。

男装：收缩明显



关店10个或以上的男装品牌



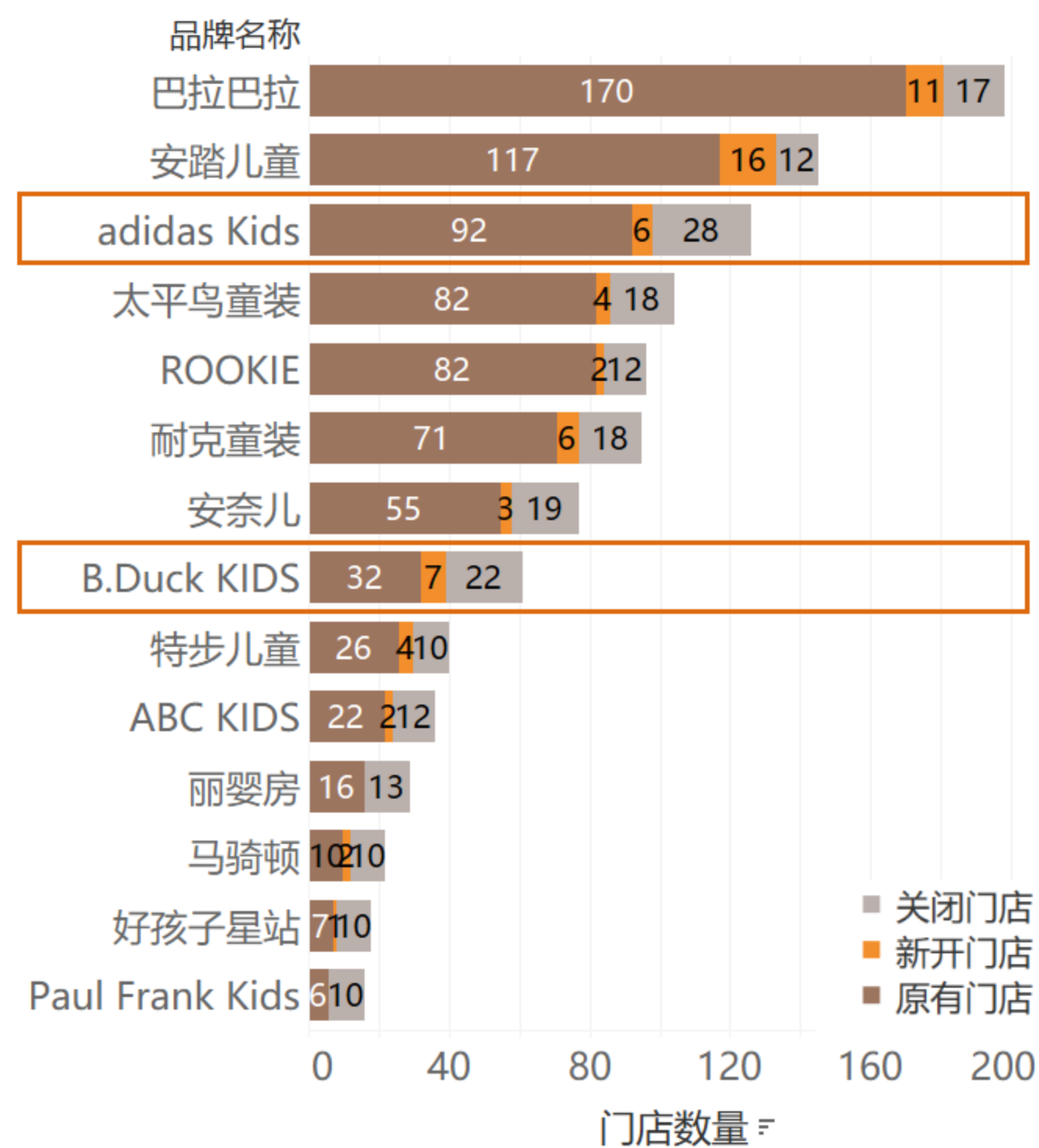
开店5个或以上的男装品牌

男装子业态中564个品牌有330个品牌发生门店变化。开店336个，关店401个，**开店比0.84**，关闭门店占研究期初门店的**17.0%**

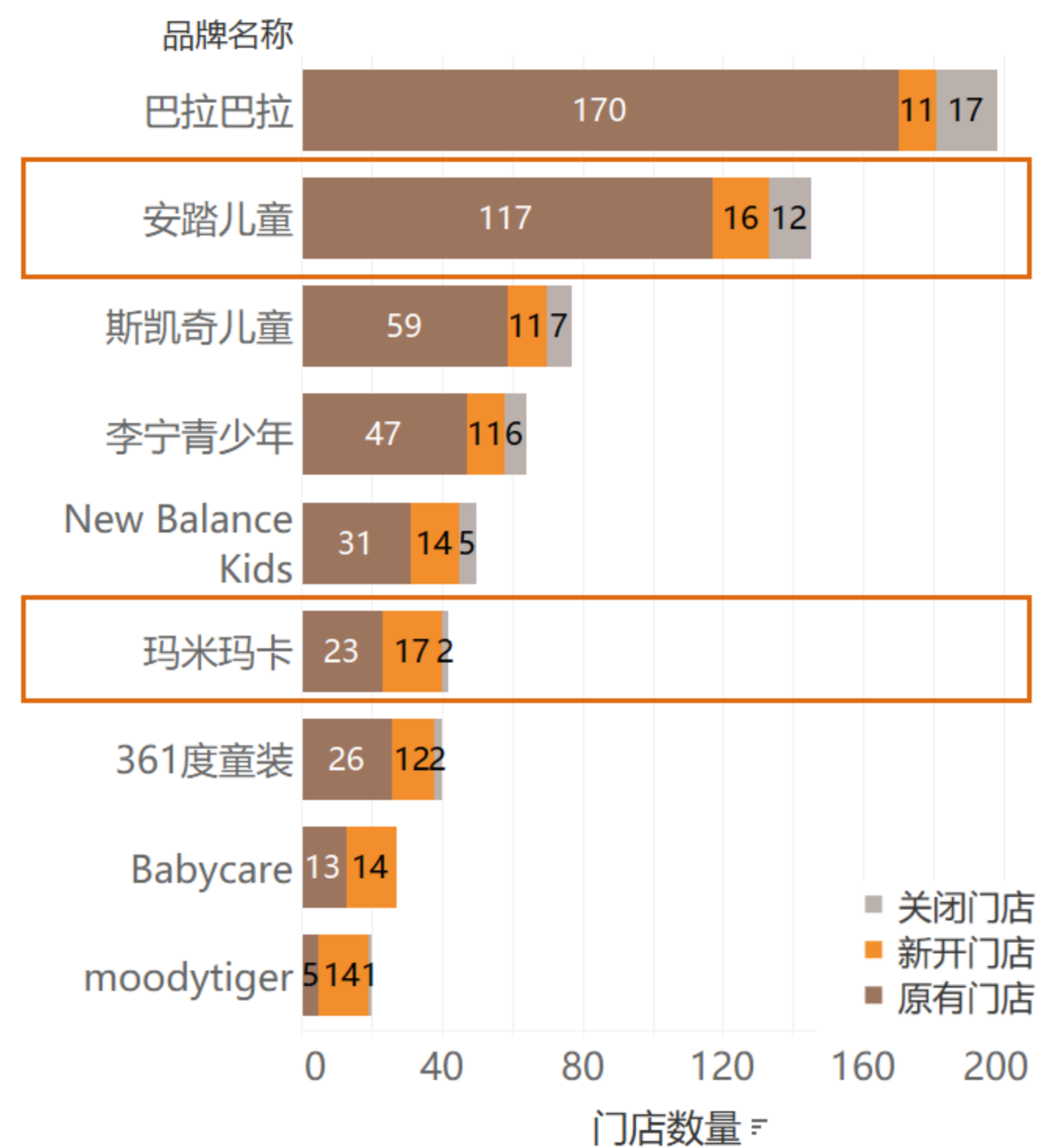
7个品牌关店10个或以上。其中利郎关店15个，杰克琼斯、太平鸟男装均关店13个。

13个品牌开店5个或以上，其中海澜之家新开门店21个且无关闭门店，门店增长较多。

童装：收缩明显



关店10个或以上的童装品牌



开店10个或以上的童装品牌

童装子业态，包括孕婴童品牌及体育品牌的童装子品牌，785个品牌中的530个品牌发生门店变化。累计开店625个，关店779个，**开关店比0.80**。关闭门店占研究期初门店的**22.0%**

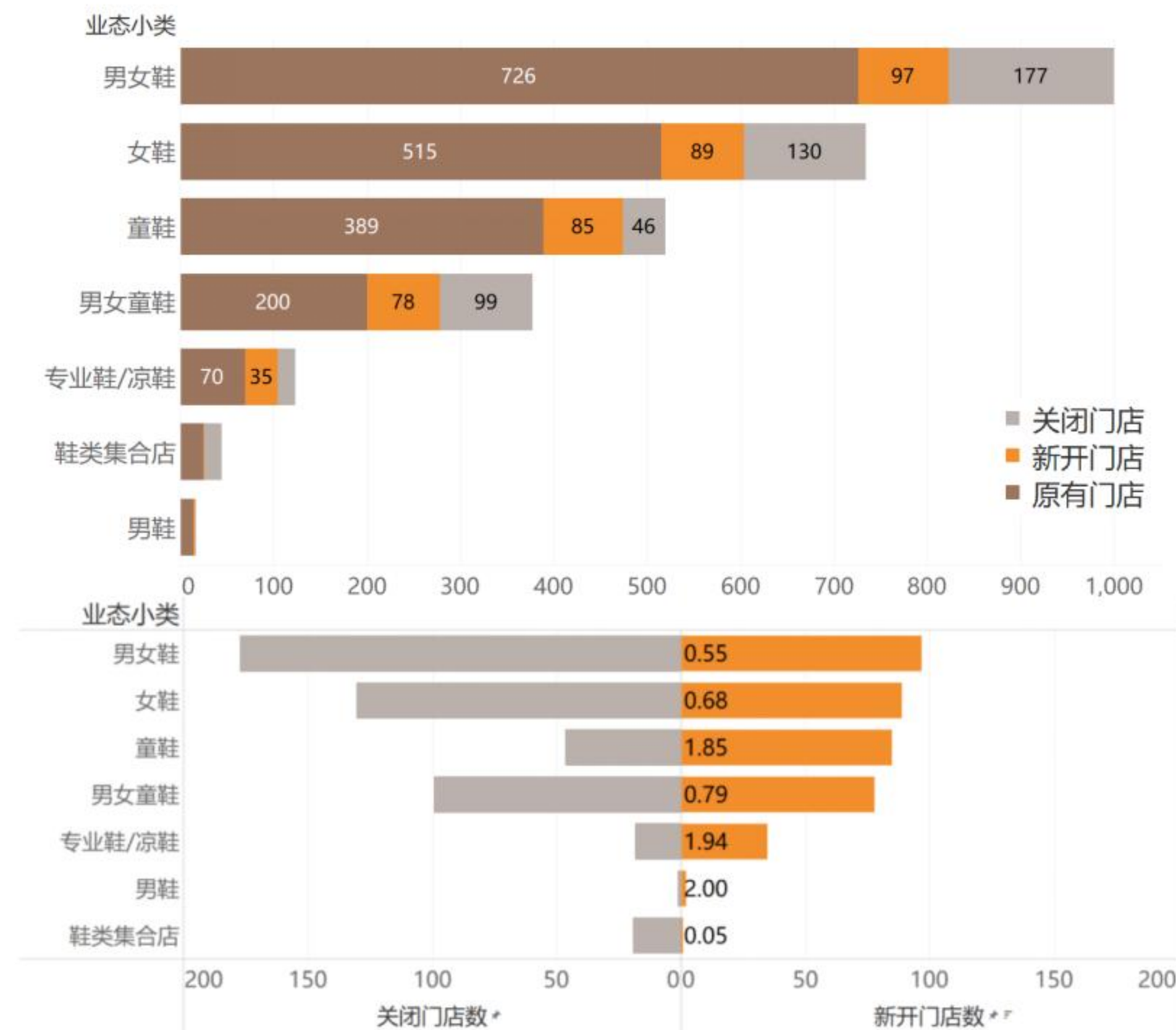
母婴儿童新开门店250个。关闭门店217个，开关店比1.15，有32.2%的门店发生变化，调整比例偏大。

运动儿童鞋服新开门店131个。关闭门店127个，开关店比1.03，有16.6%的门店发生变化。

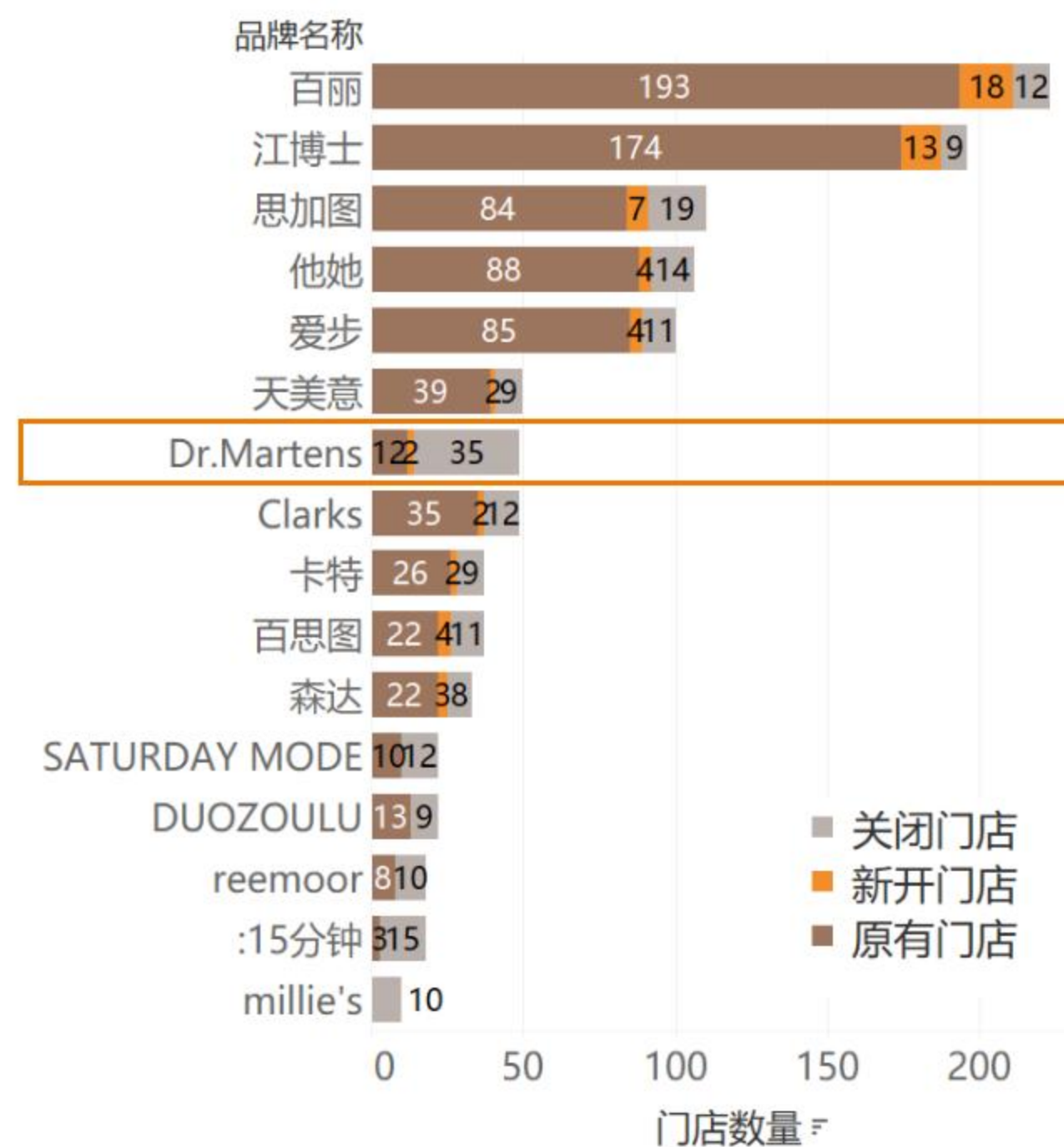
14个品牌关店10个或以上。adidas Kids、B.Duck KIDS分别关闭28个、22个门店。

10个品牌开店10个或以上。玛米玛卡、安踏儿童分别新开17个、16个门店。

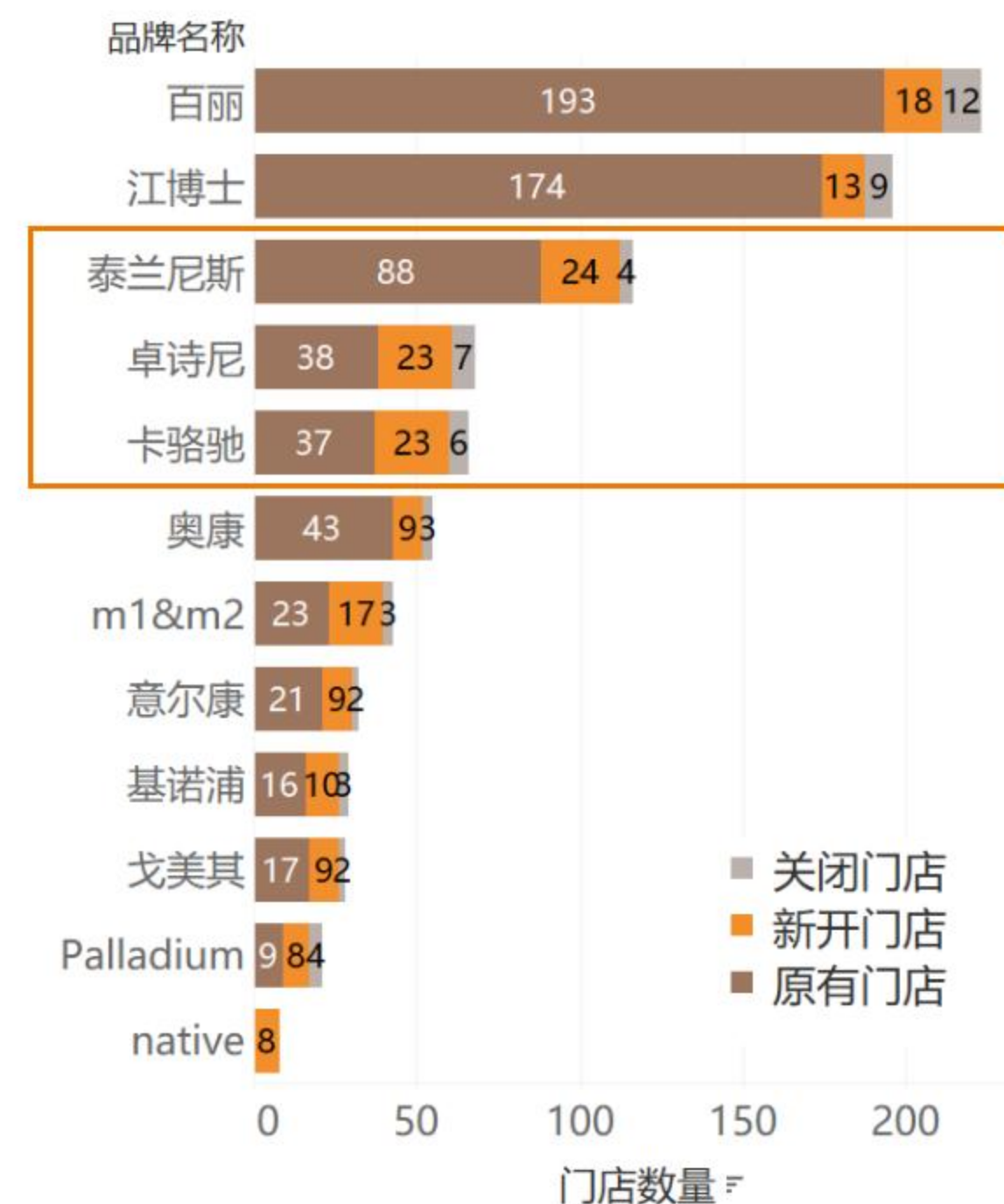
2.1.2 鞋履：门店减少



鞋履子业态下各细分子业态门店开关情况
上图标注数字为门店数，下图标注数字为开关店比



关店8个或以上的鞋类品牌



开店8个或以上的鞋类品牌

■ **鞋履**子业态，375个品牌中的232个品牌发生了门店变化。累计关店490个，开店387个，整体**开关店比0.79**，门店减少。关闭门店占研究期初门店的**20.2%**

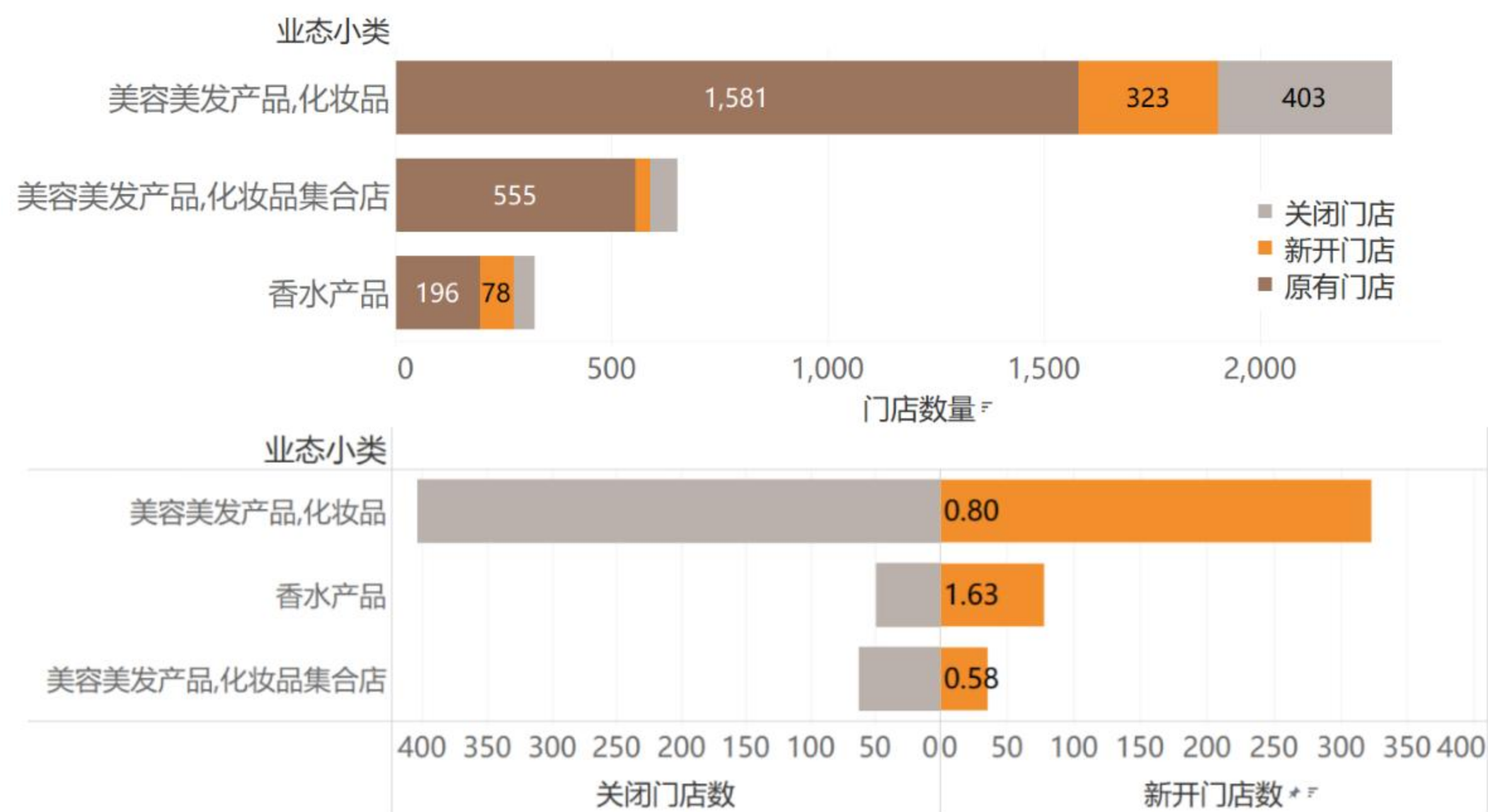
■ 有16个品牌关闭8个或以上门店，Dr.Martens关闭门店35个。其中百丽旗下的百丽、他她、思加图、百思图等品牌门店均关店较多。

■ 有12个品牌开店8个或以上门店，其中泰兰尼斯、卓诗尼、卡骆驰等品牌分别开出门店24个、23个、23个。

■ 整体而言，鞋履业态整体收缩明显，关店比例较高，但是个别品牌拓店较多。

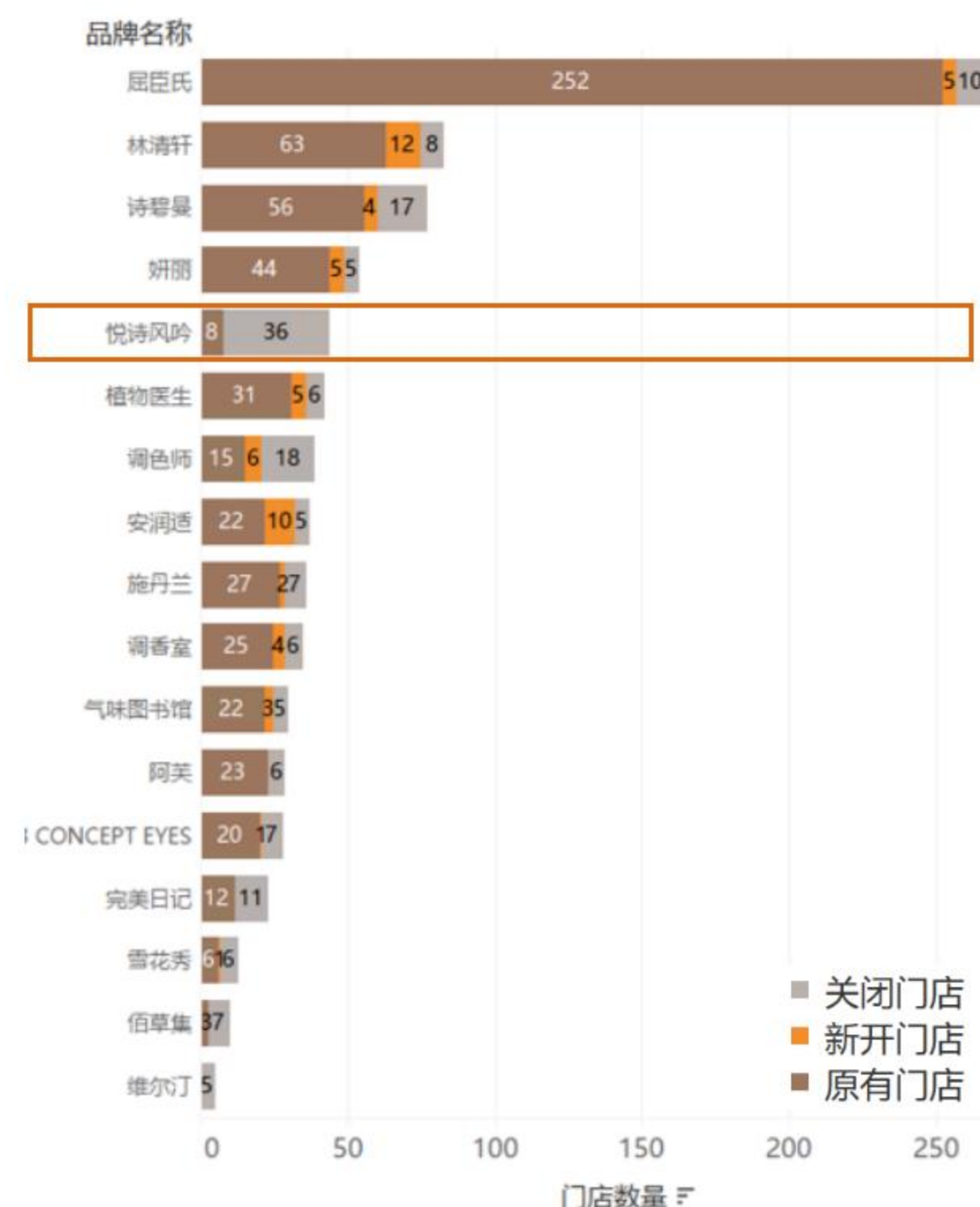
说明：单纯销售鞋类产品的门店，会被归入鞋履业态。部分品牌门店中既有服装又有鞋类产品，已被归入服装业态。

2.1.3 化妆品：略微收缩

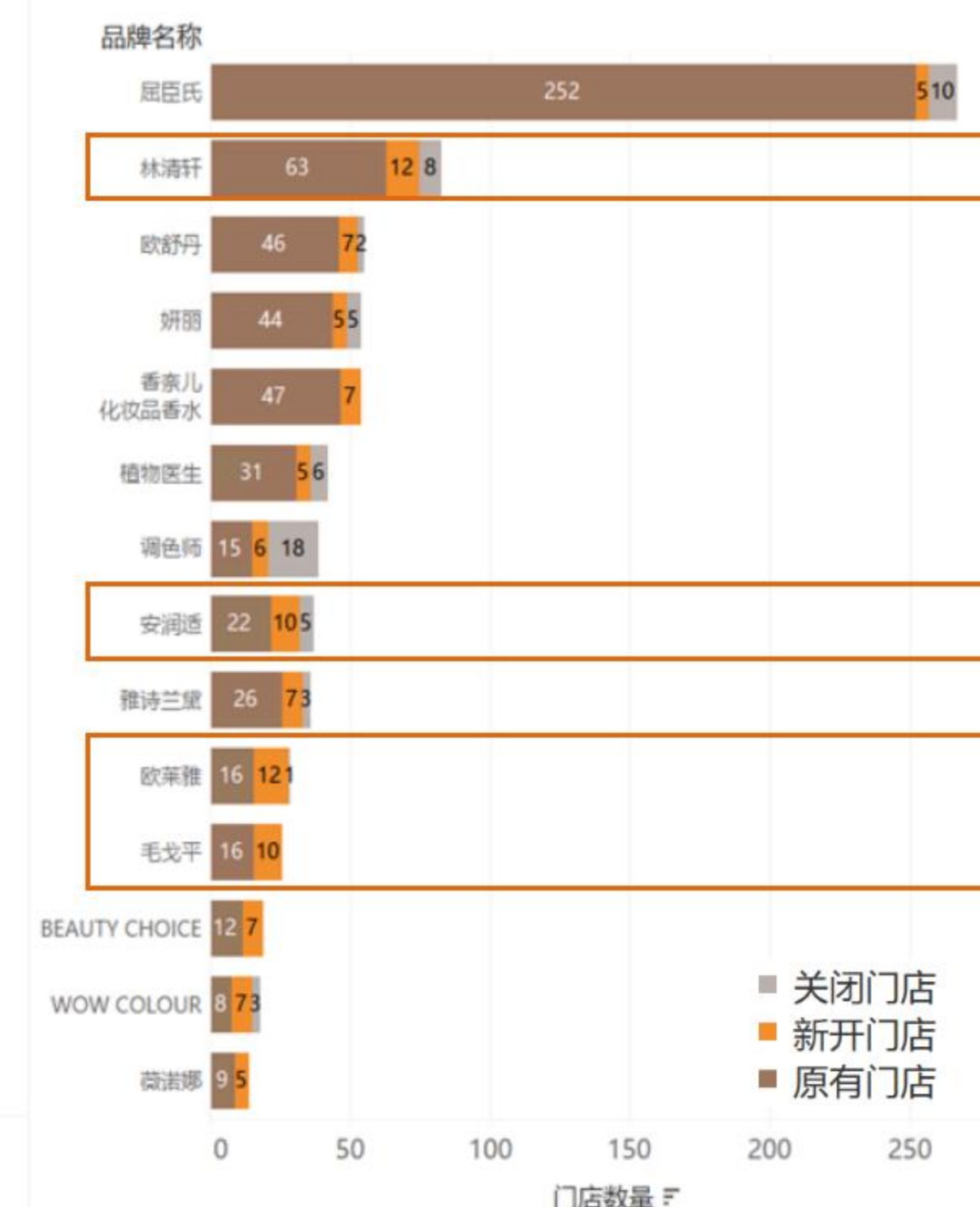


研究范围内，化妆品子业态下各细分子业态门店开关情况
上图标注数字为门店数，下图标注数字为开关店比

■ **美容美发化妆品香水领域**（以下简称化妆品），本轮研究涉及品牌619个，其中409个品牌有门店变化。累计关店513个，开店437个，**开关店比0.85**，低于零售行业表现。关闭门店占研究期初门店的**18.0%**



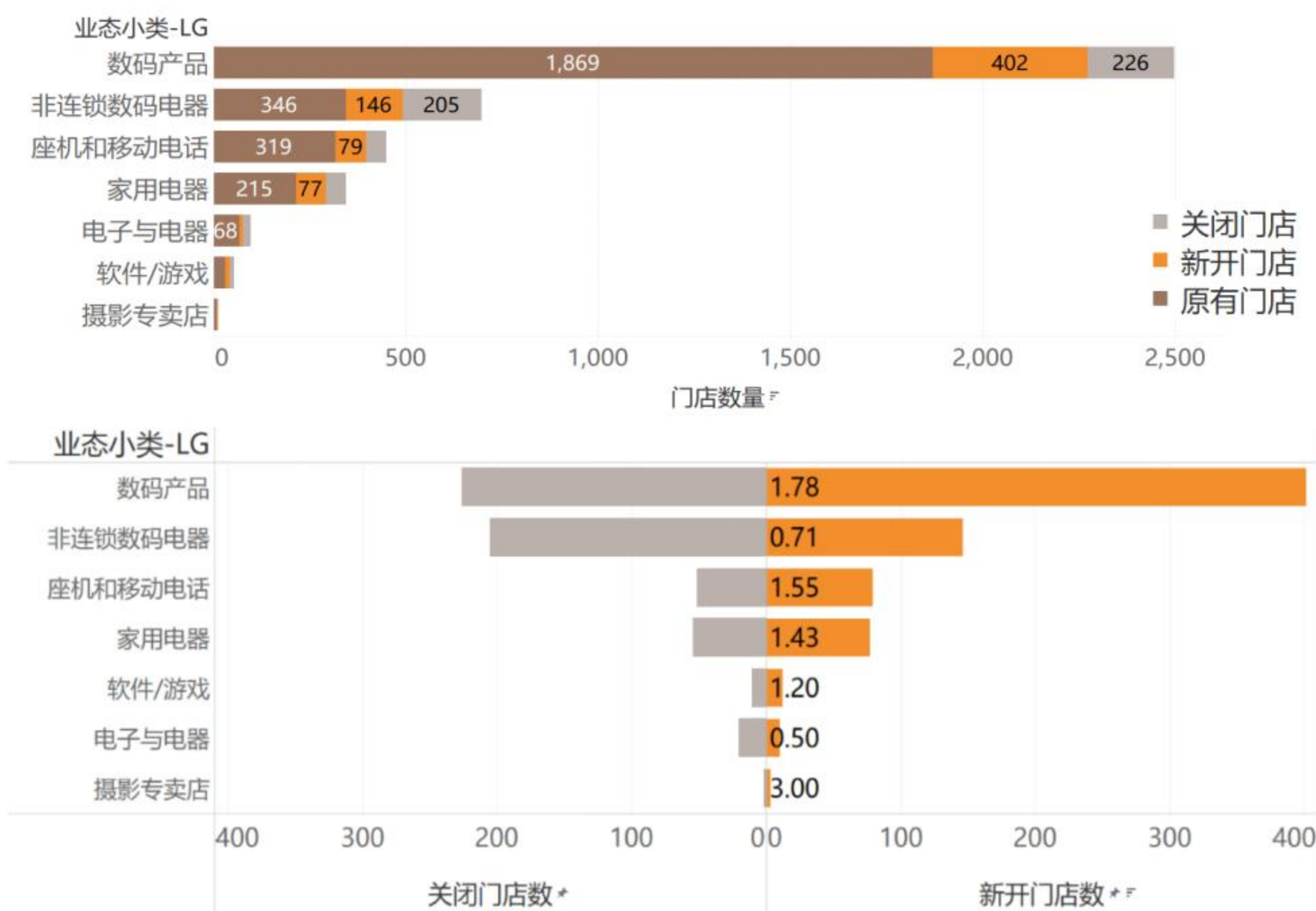
关店5个或以上的化妆品品牌



开店5个或以上的化妆品品牌

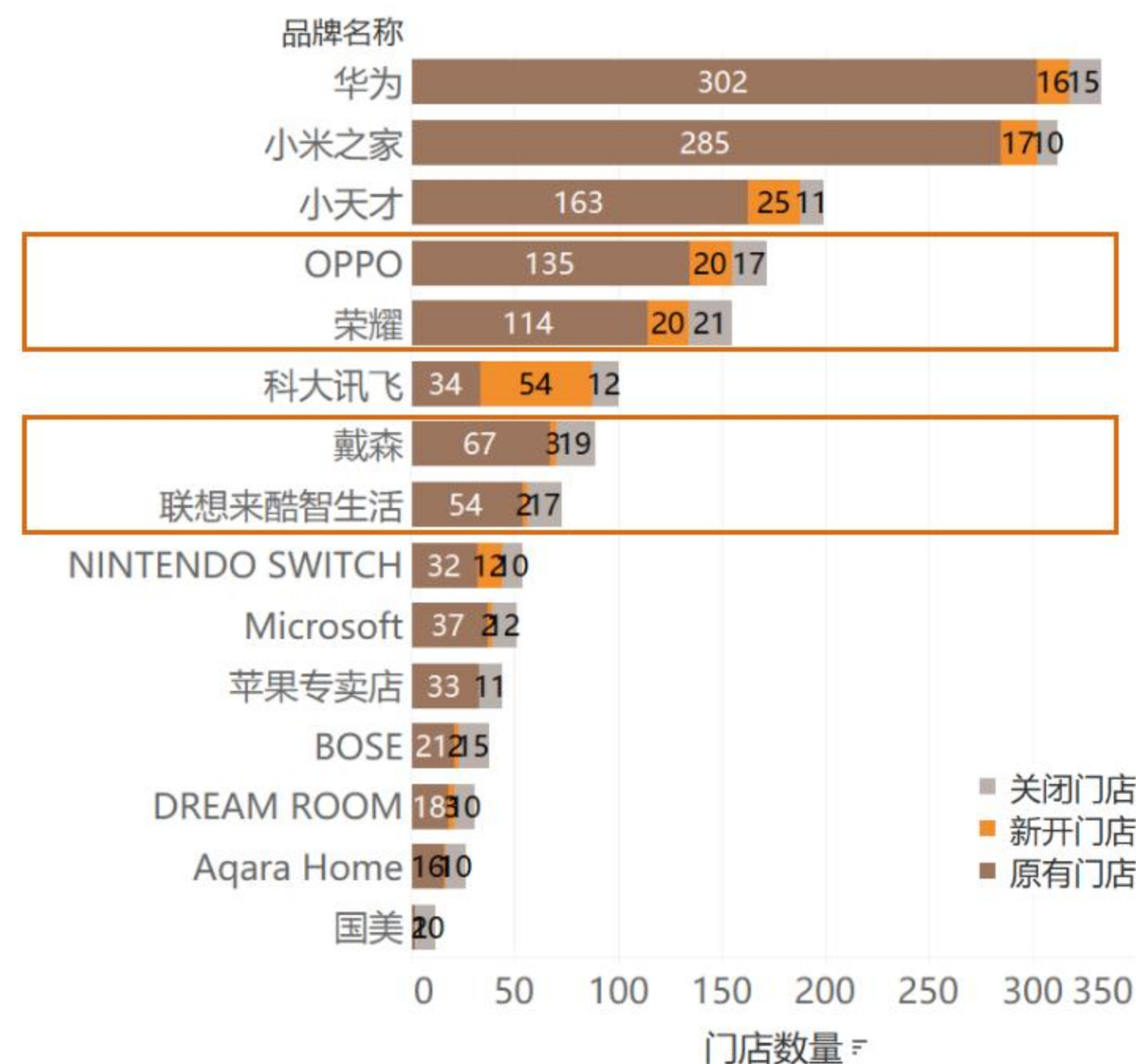
- 有17个品牌关店5个或以上，其中悦诗风吟关闭门店36个。
- 有14个品牌开出5个或以上门店。其中林清轩、安润适、欧莱雅、毛戈平新开门店较多。
- 整体而言，化妆品低于零售整体表现。

2.1.4 数码电器：扩张明显



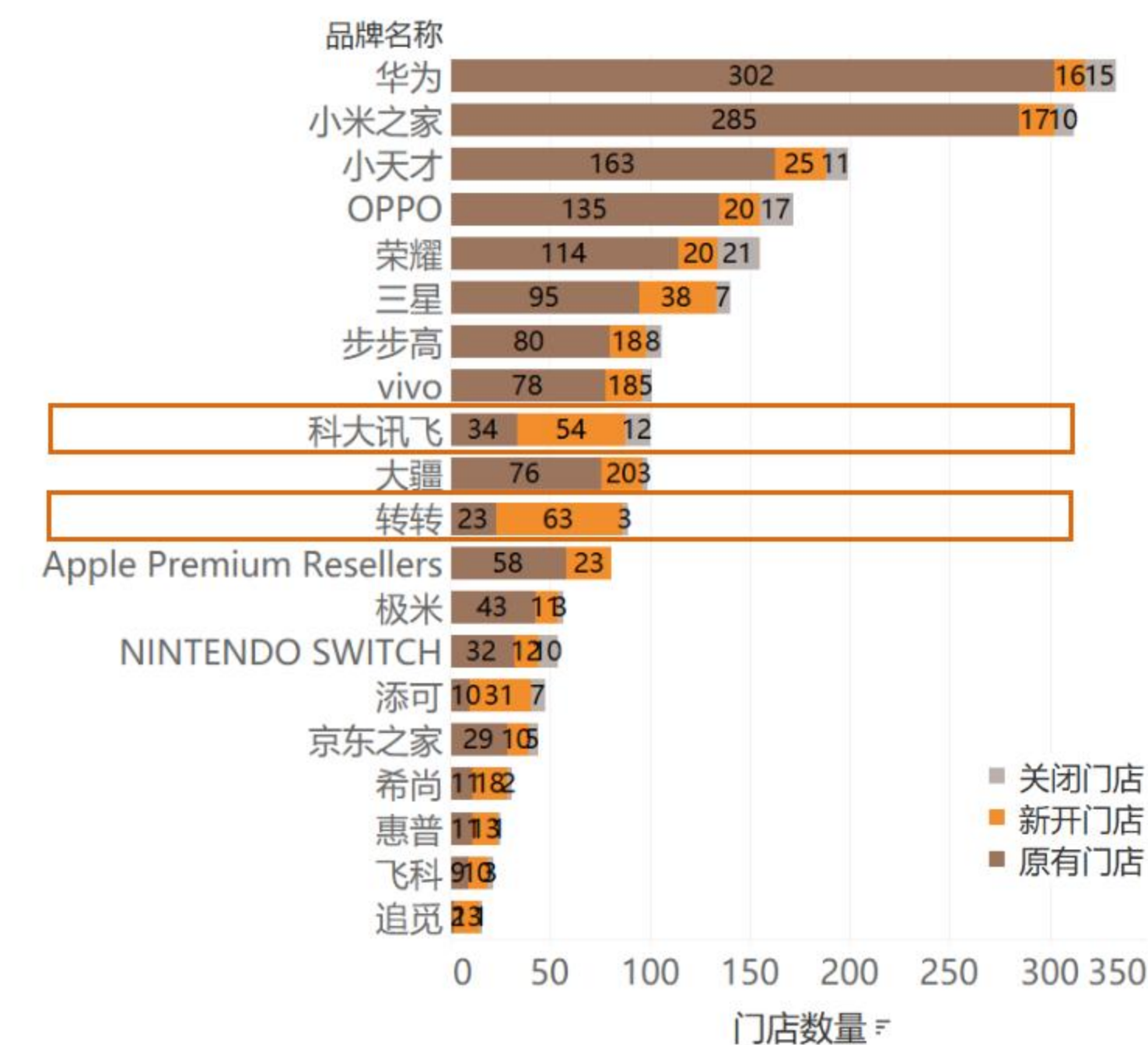
数码电器子业态下各细分子业态门店开关情况
上图标注数字为门店数，下图标注数字为开关店比

- 整个**数码电器**子业态（含数码产品、座机和移动电话、家用电器），涉及415个品牌，其中282个品牌有门店变化。累计关店564个，开店728个，**开关店比1.29**，扩张明显。关闭门店占研究期初门店的**16.5%**，变化比例相对零售整体较低，门店存续稳健。



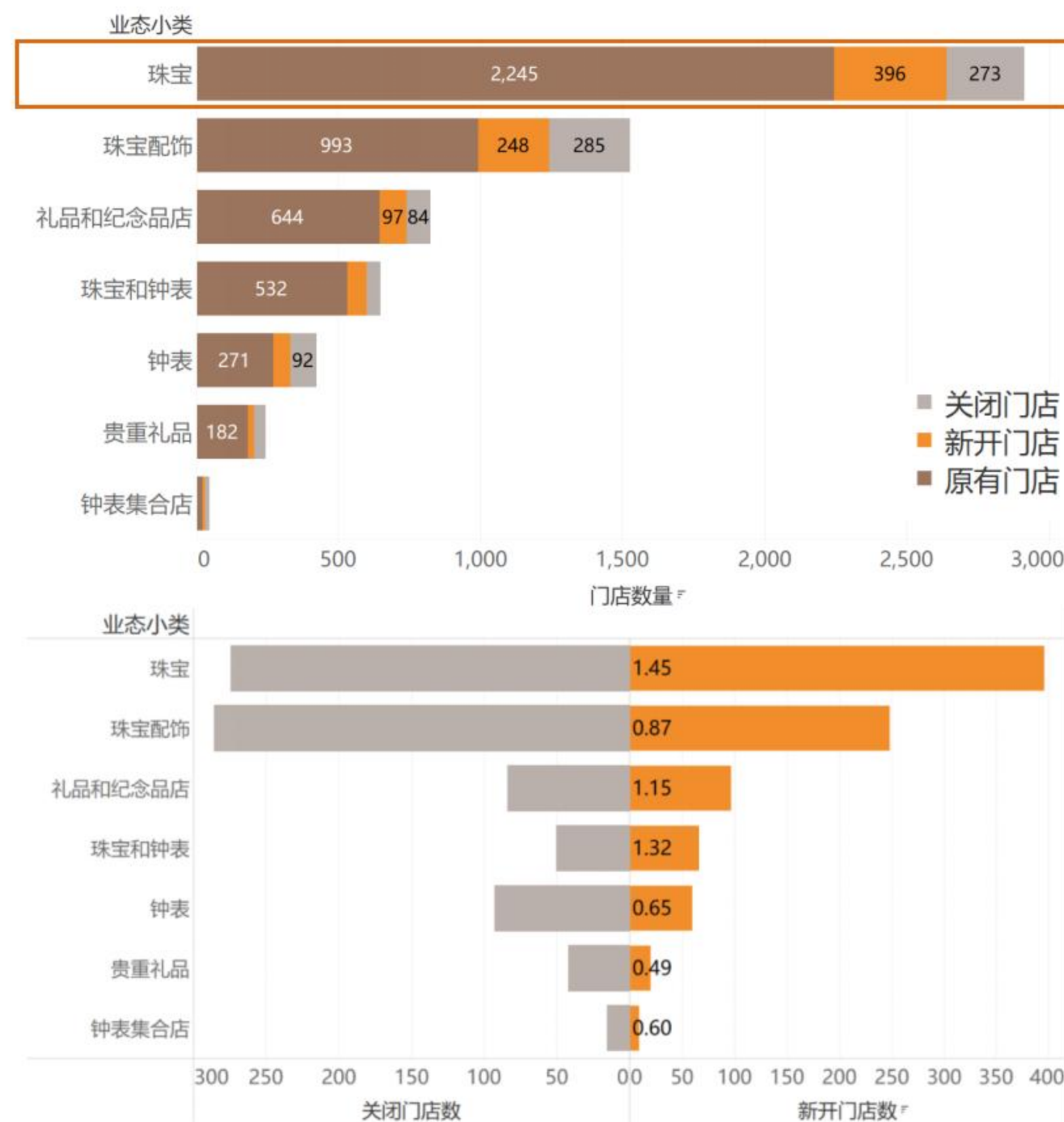
关店10个或以上的数码电器品牌

- 有15个品牌关店10个或以上，其中荣耀、戴森、OPPO、联想来酷智生活分别关闭了21个，19个，17个，17个门店。
- 有20个品牌新开门店10个或以上，其中转转、科大讯飞分别新开63家门店、54家门店，门店增长较多。
- 整体而言，手机数码品牌存量门店较多，新开和关闭门店正常调整。部分二手电器回收品牌积极拓店中，值得持续关注。

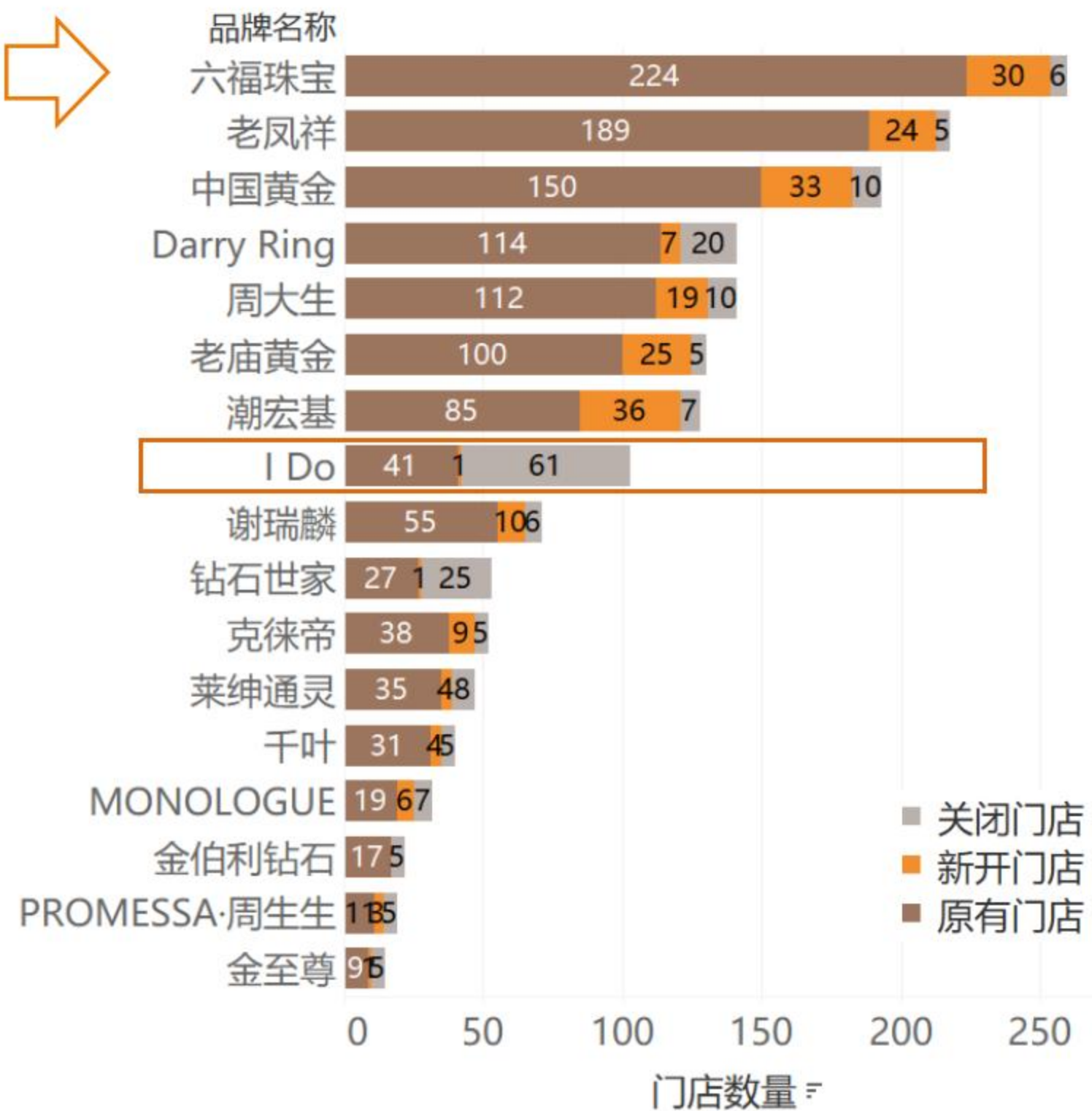


开店10个或以上的数码电器品牌

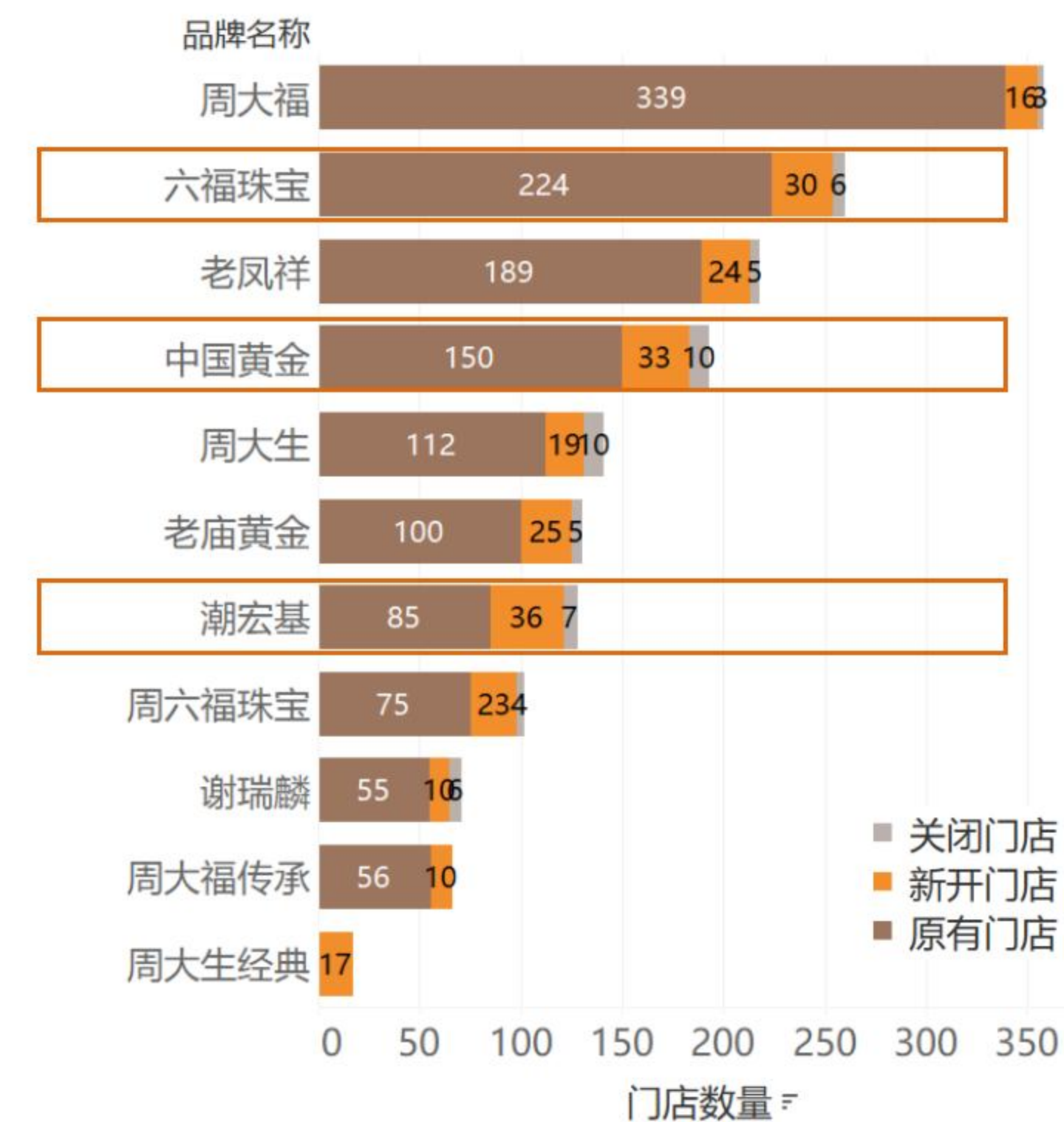
2.1.5 珠宝饰品：珠宝变化相对稳定



珠宝饰品子业态下各细分子业态门店开关情况
上图标注数字为门店数，下图标注数字为开关店比



关店5个或以上的珠宝饰品品牌

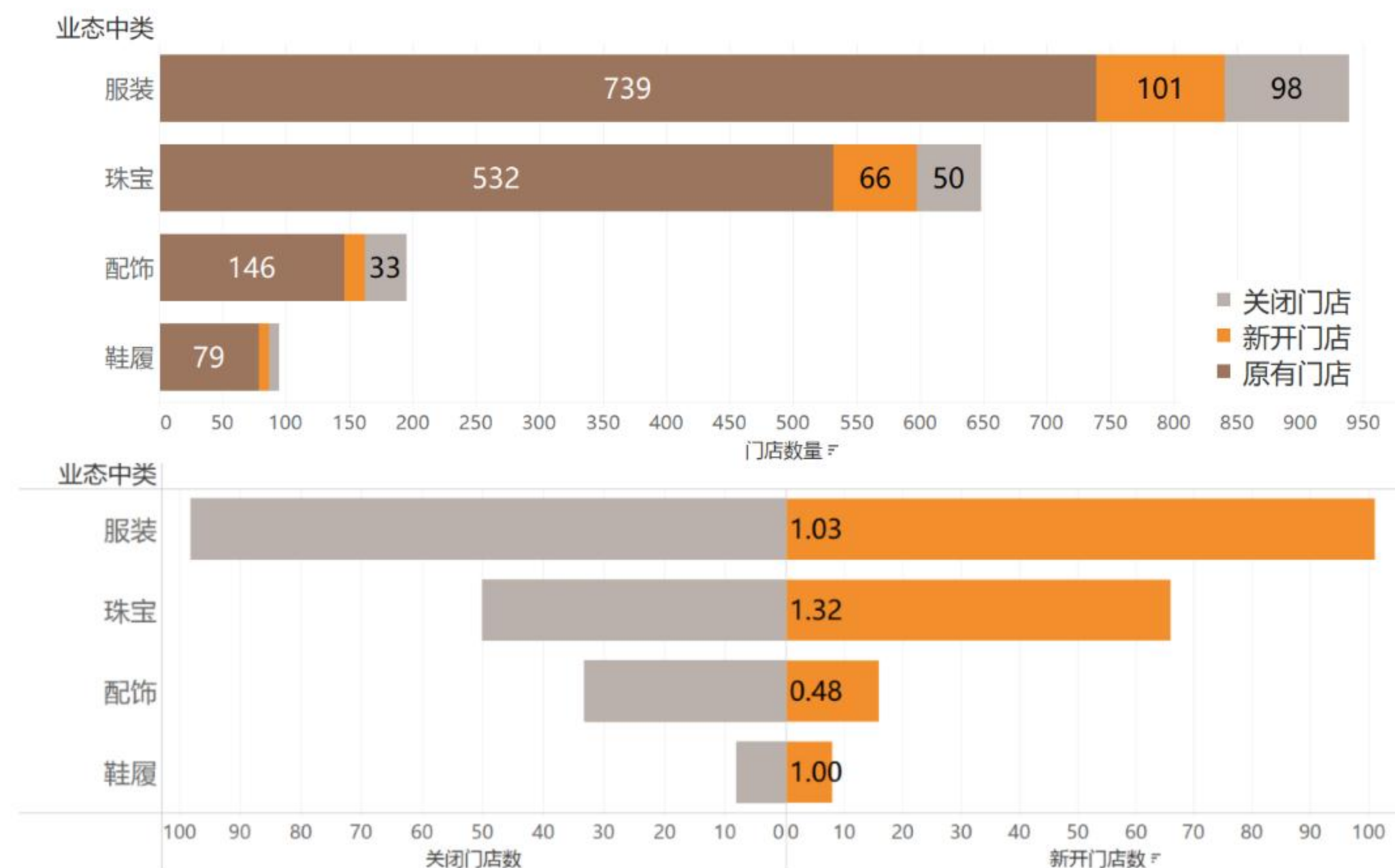


开店10个或以上的珠宝饰品品牌

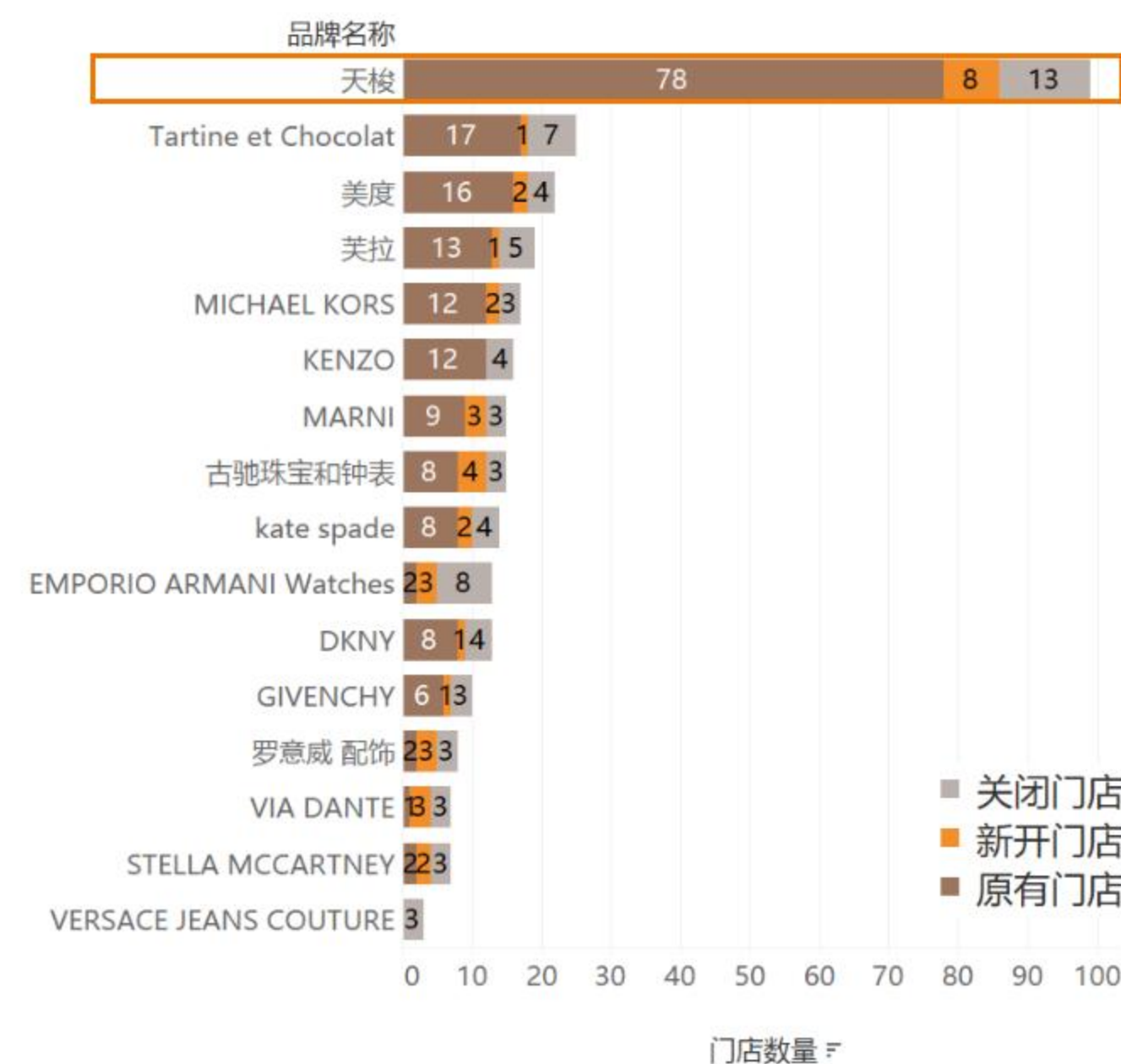
■ 整个**珠宝饰品**业态，806个品牌中的500个品牌个有门店变化。累计开店896个，关店840个，**开店店比1.07**，关闭门店占研究期初门店的**14.7%**，其中，珠宝配饰子业态略有收缩。

■ 仅看珠宝子业态，有17个品牌关闭5个或以上门店。有11个品牌开出10个或以上门店。其中，I Do关闭了61个门店。潮宏基、中国黄金、六福珠宝分别新开36个、33个、30个门店。

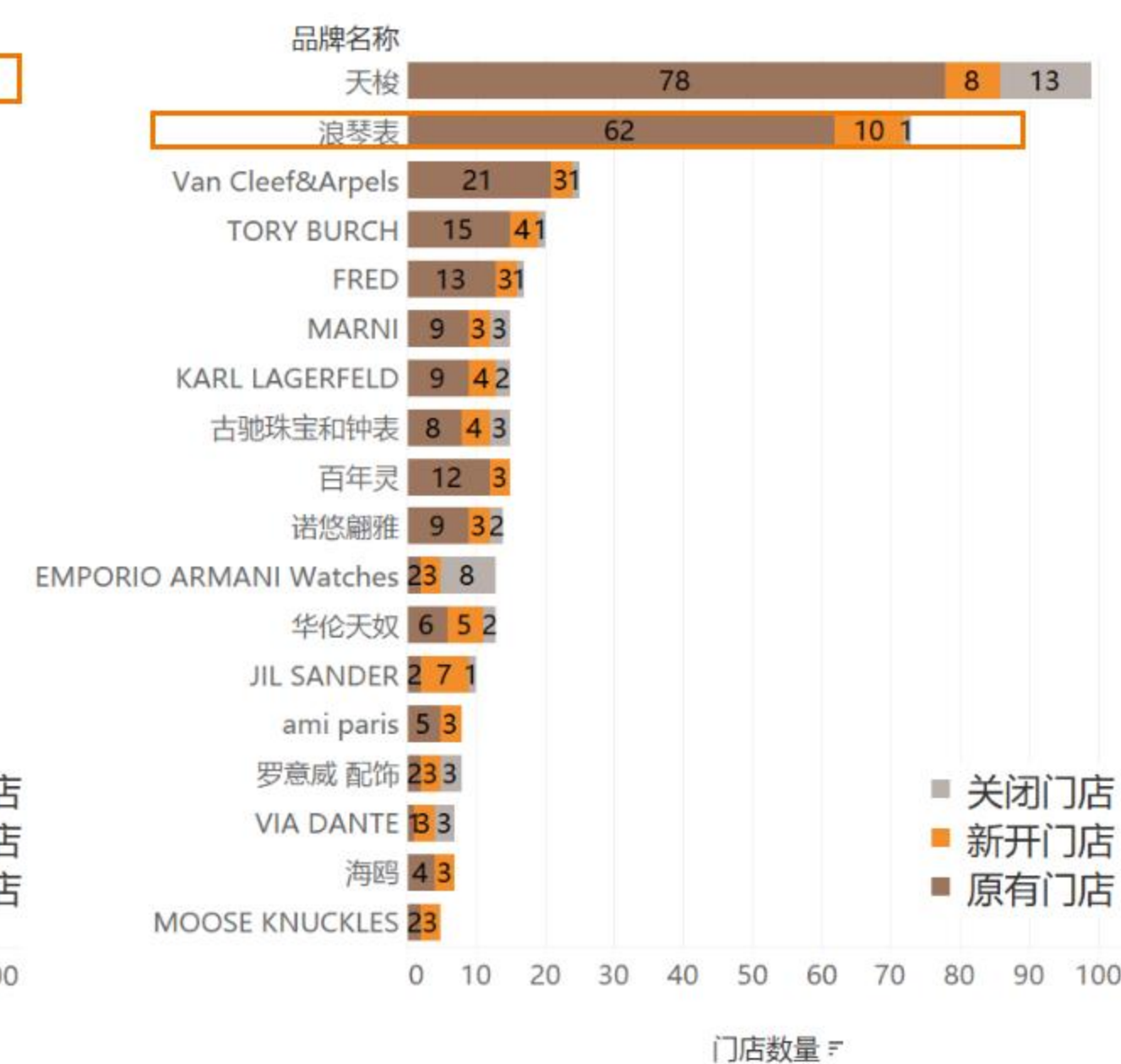
2.1.6 奢侈品牌：开店平稳



奢侈/轻奢品牌中各子业态门店开关情况
上图标注数字为门店数，下图标注数字为开关店比



关店3个或以上的奢侈/轻奢品牌



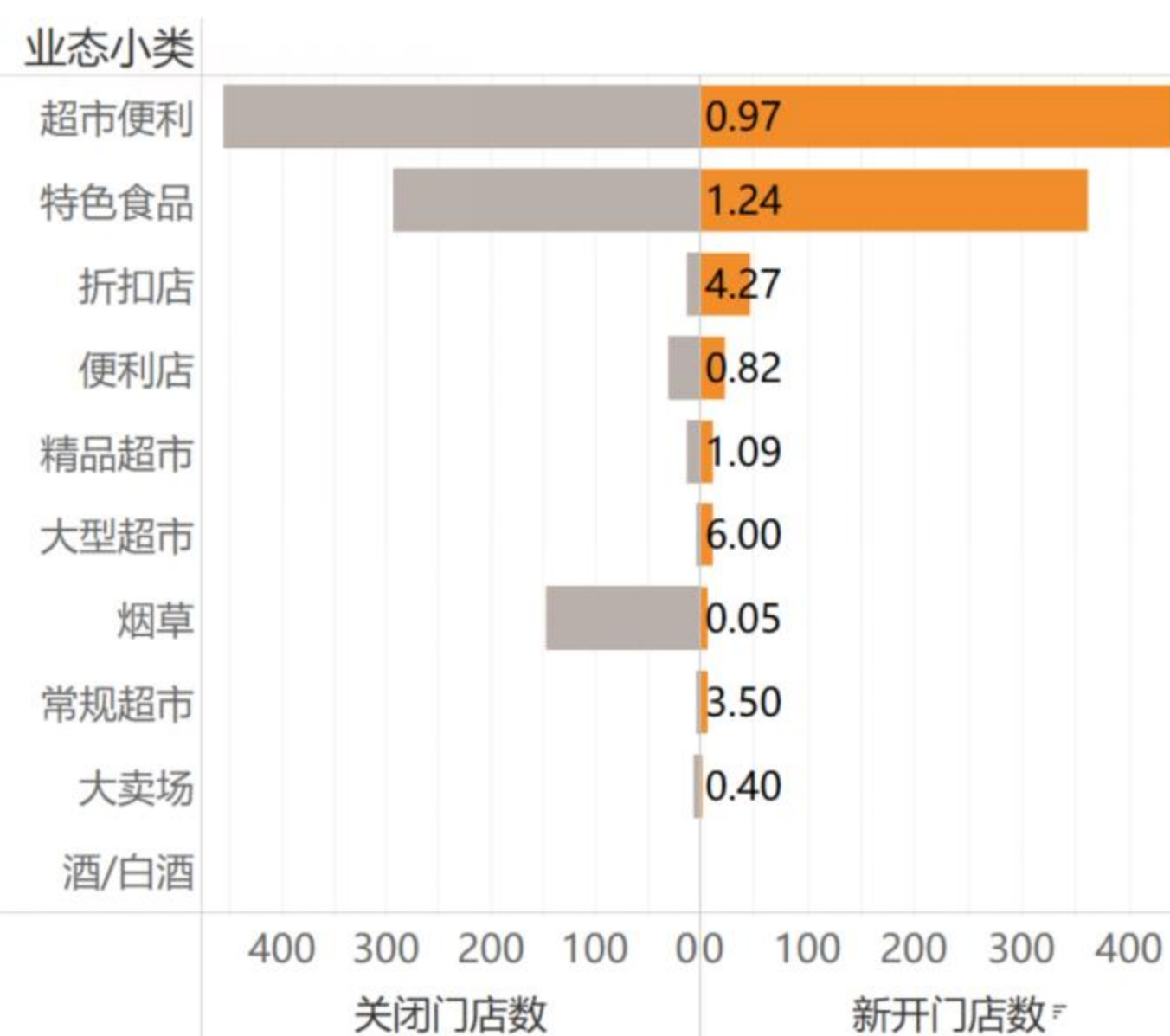
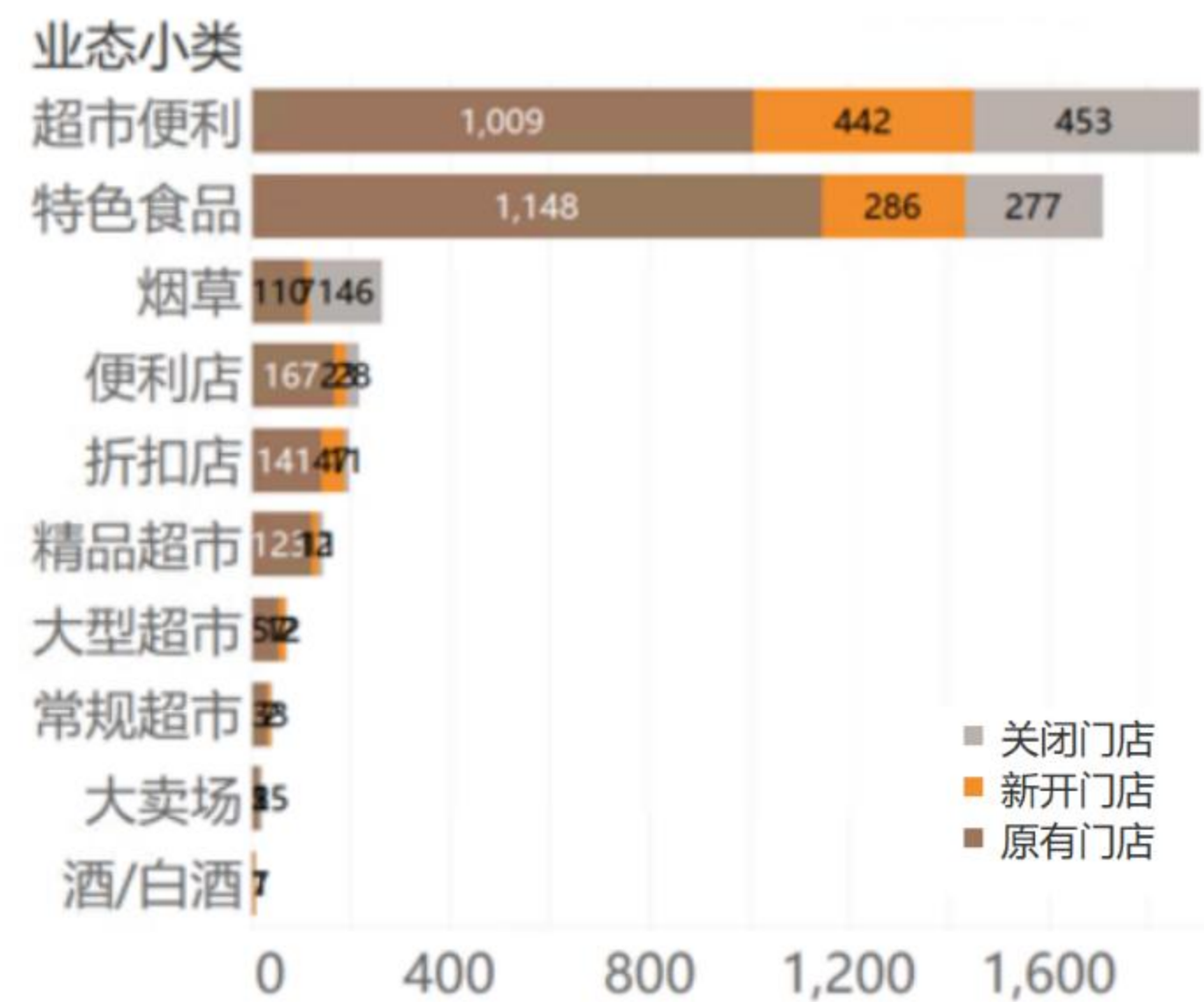
开店3个或以上的奢侈/轻奢品牌

- 不拘业态，有217个奢侈/轻奢品牌，其中153个品牌有门店变化。累计关店189个，开店191个，**开关店比1.01**，略高于零售行业整体水平。关闭门店占研究期初门店的**11.2%**，占比相对较低，此类品牌门店相对稳定。

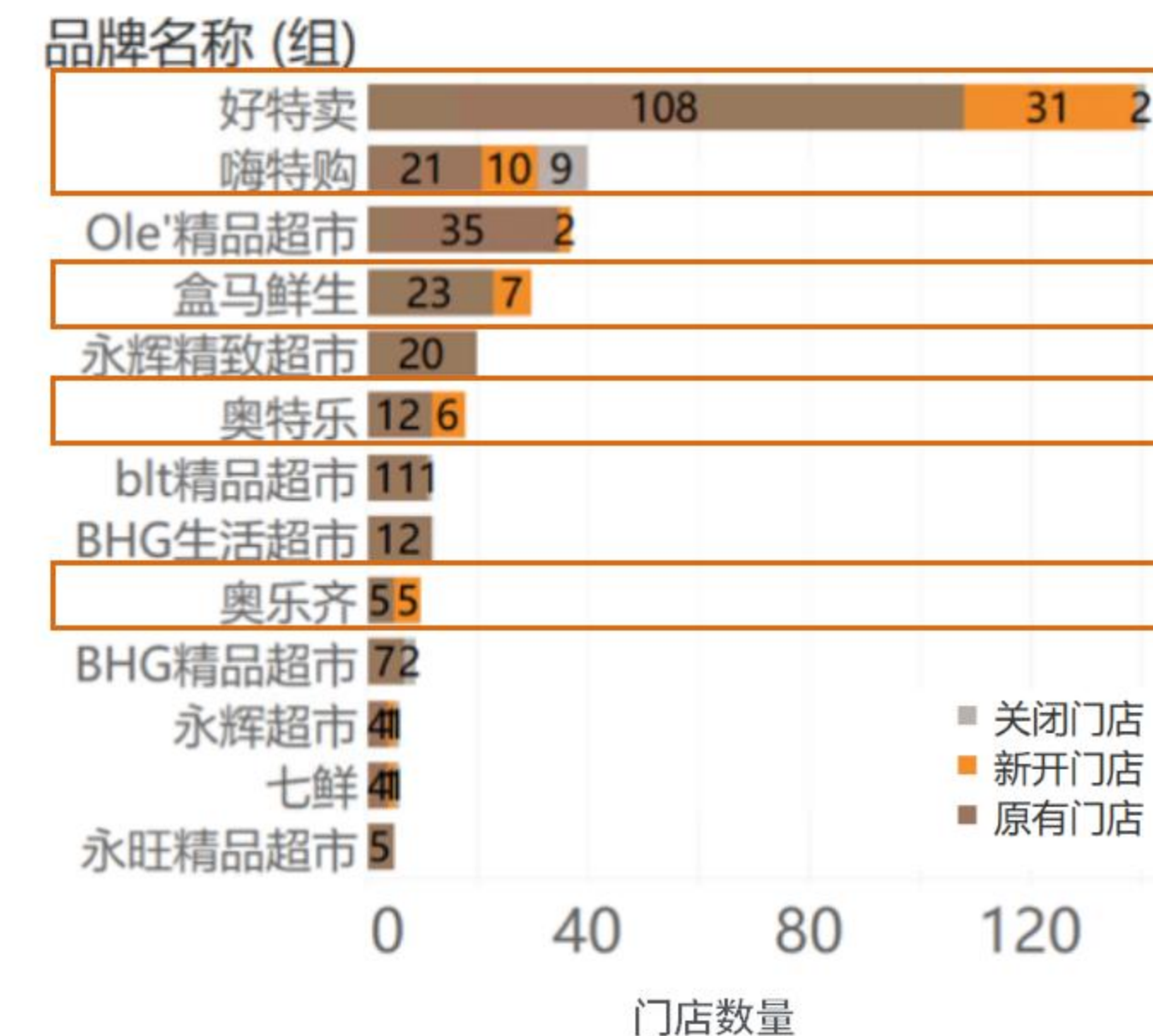
- 16个品牌关店3个或以上，18个品牌开闭门店3个或以上。天梭关闭13个门店，浪琴表新开10个门店。
- 整体而言，珠宝奢侈品牌有明显的门店增长。

说明：轻奢/奢侈品牌定义，依照汇客云标准并持续调整。

2.1.7 超市品牌：折扣店开店较多



超市便利店品牌中各子业态门店开关情况
左图标注数字为门店数，右图标注数字为开关店比



在营门店数在3个或以上的常规/精品超市品牌

■ **超市**业态包含超市便利店、精品超市、常规超市等种类，1244个超市品牌，其中692个品牌有门店变化。累计关店948个，开店904个，**开关店比0.95**，接近零售行业整体水平。关闭门店占研究期初门店的**24.6%**，占比相对较高。

■ 13个常规/精品超市品牌在营门店在3个或以上。其中好特卖新开了31个门店、嗨特购新开了10个门店、奥特乐新开6个门店，折扣店开店较多；盒马鲜生新开7个门店且无关闭门店，积极开店中，与撤柜关店传闻不符；奥乐齐在原有5家门店基础上，新开5家门店，且门店均开在上海市，开店迅猛。

2.2 餐饮美食业态变化概览

餐饮业态是实体商业中门店占比次高的业态，满足消费者日常三餐所需。本报告录得11000+餐饮美食品牌中的6100+品牌有门店变化，关闭5095个门店的同时开出7278个门店，**开关店比1.43**，关闭门店占研究期初门店的**20.1%**



餐厅略有扩张

门店数占餐饮业态的一半以上，关店3158个，开店2330个，**开关店比1.36**，略有扩张。



快餐略有扩张

关店1472个，开店1032个，**开关店比1.43**，略有扩张。



饮品火热开店中

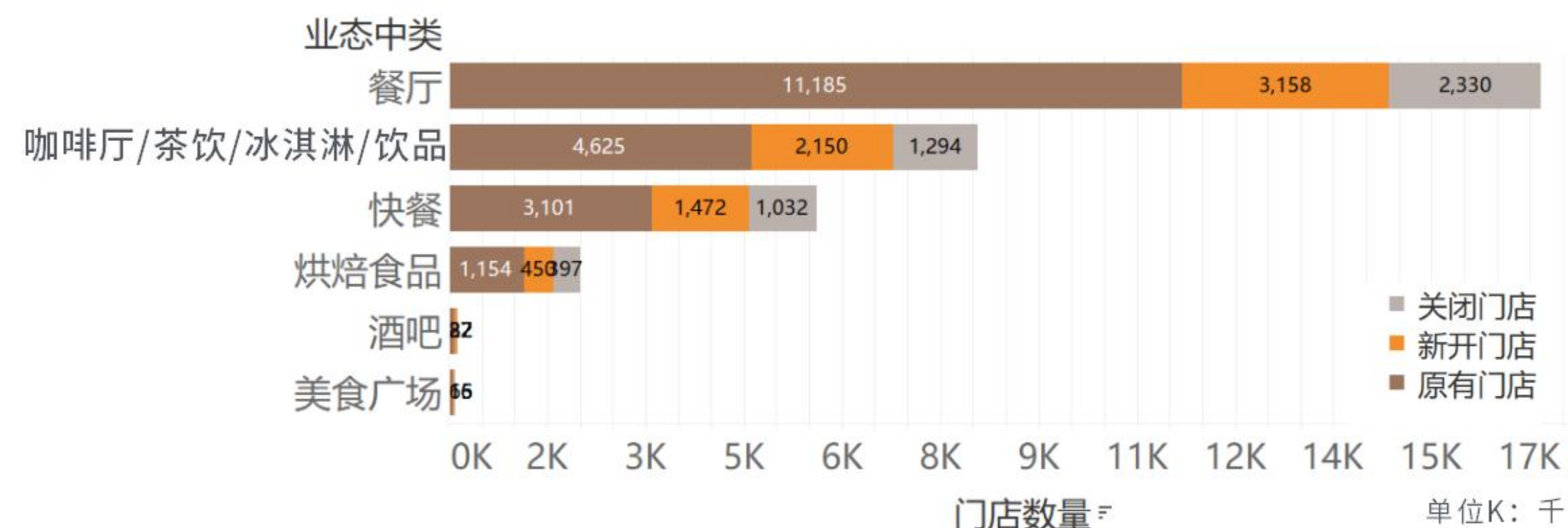
关店1294个，开店2150个，**开关店比1.66**，门店增长明显。关闭门店占研究期初门店的21.9%



烘焙甜品相对平稳

关店397个，开店450个。**开关店比1.13**，低于整体水平。

2.2 餐饮美食业态变化概览(续)



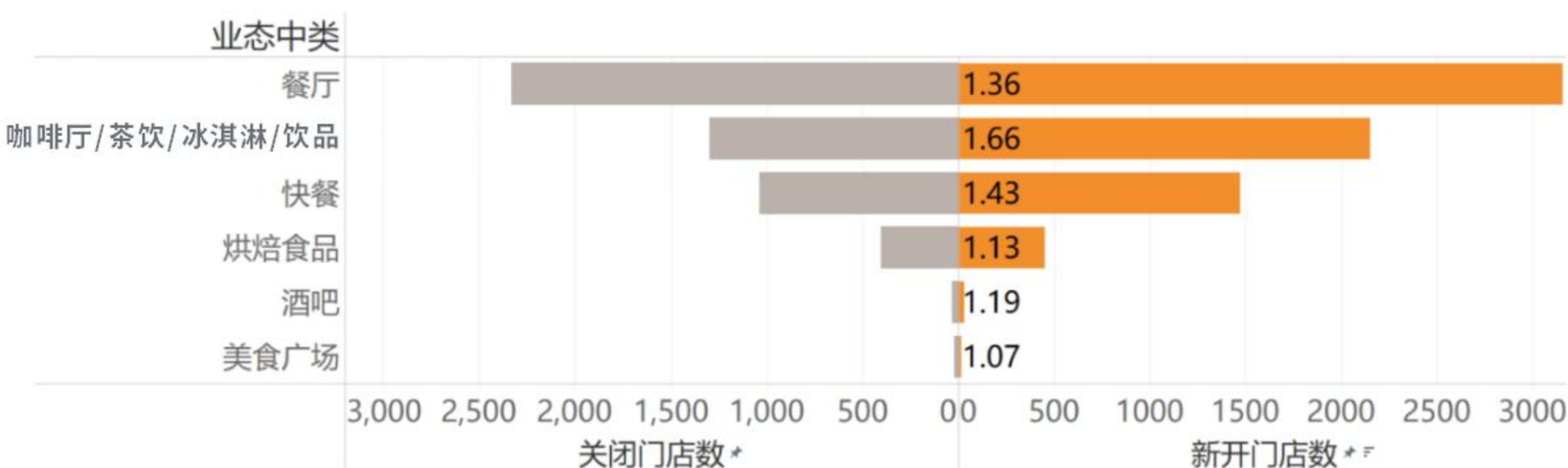
餐饮整体中，11000+**餐饮美食**品牌中的6100+品牌有门店变化，关闭5095个门店的同时开出7278个门店，**开关店比1.43**，优于实体行业整体表现。关闭门店占研究期初门店的**20.1%**

门店数占餐饮业近五成的餐厅子业态，关闭门店占研究期初门店的**17.2%**，关店2330个，开店3158个，**开关店比1.36**，扩张明显。

门店数占餐饮业态不到两成的咖啡厅/茶饮/冰淇淋/饮品子业态，关闭门店占研究期初门店的**21.9%**，关店1294个，开店250个，**开关店比1.66**，门店增长明显，火热开店中。

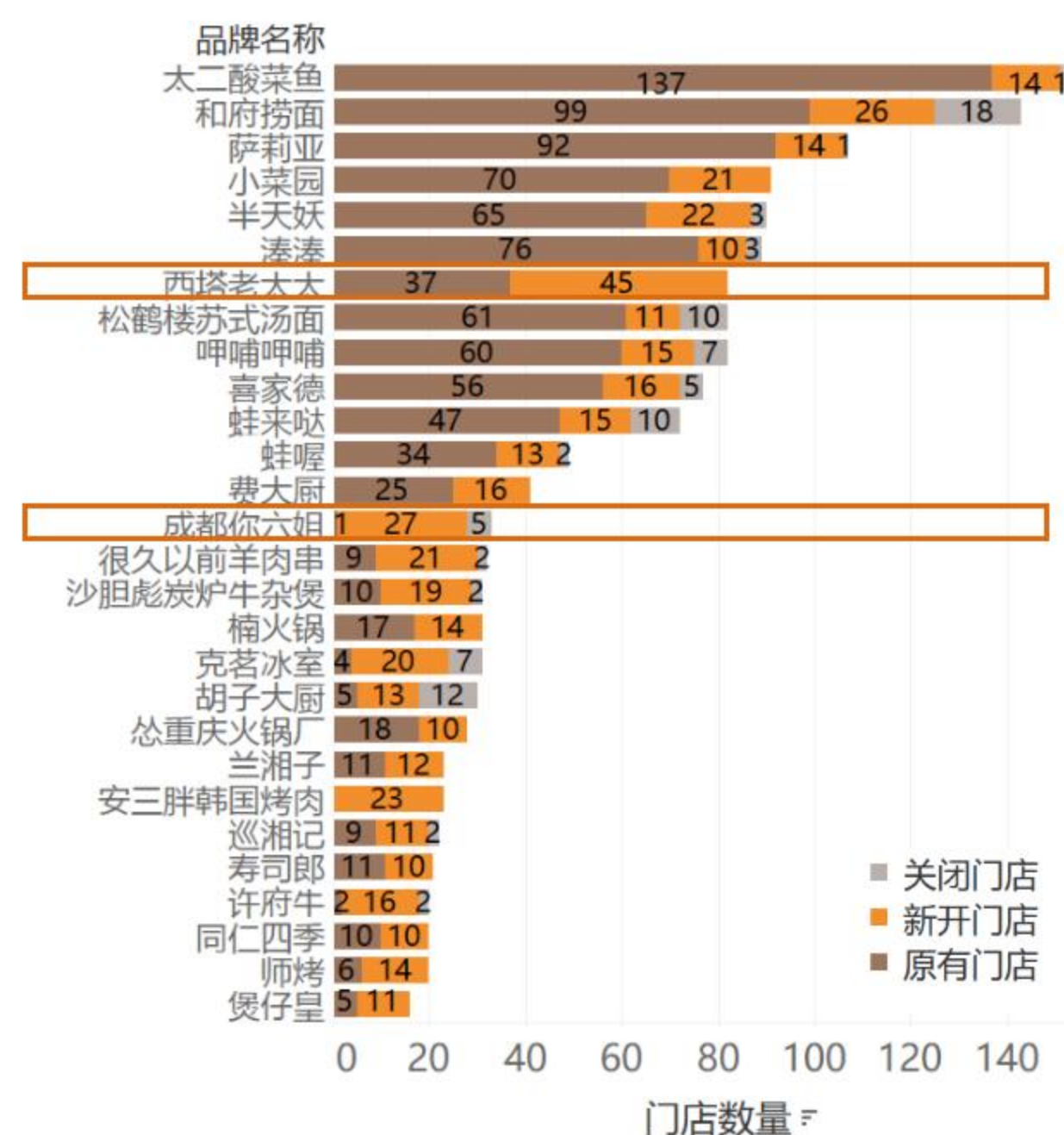
门店数占餐饮业态超一成的快餐子业态，关闭门店占研究期初门店的**25.0%**，关店1032个，开店1472个，**开关店比1.43**。

烘焙食品子业态门店占餐饮业态总体比例较低，关闭门店占研究期初门店的**25.6%**，关店397个，开店450个。**开关店比1.13**，整体变化相对平稳。

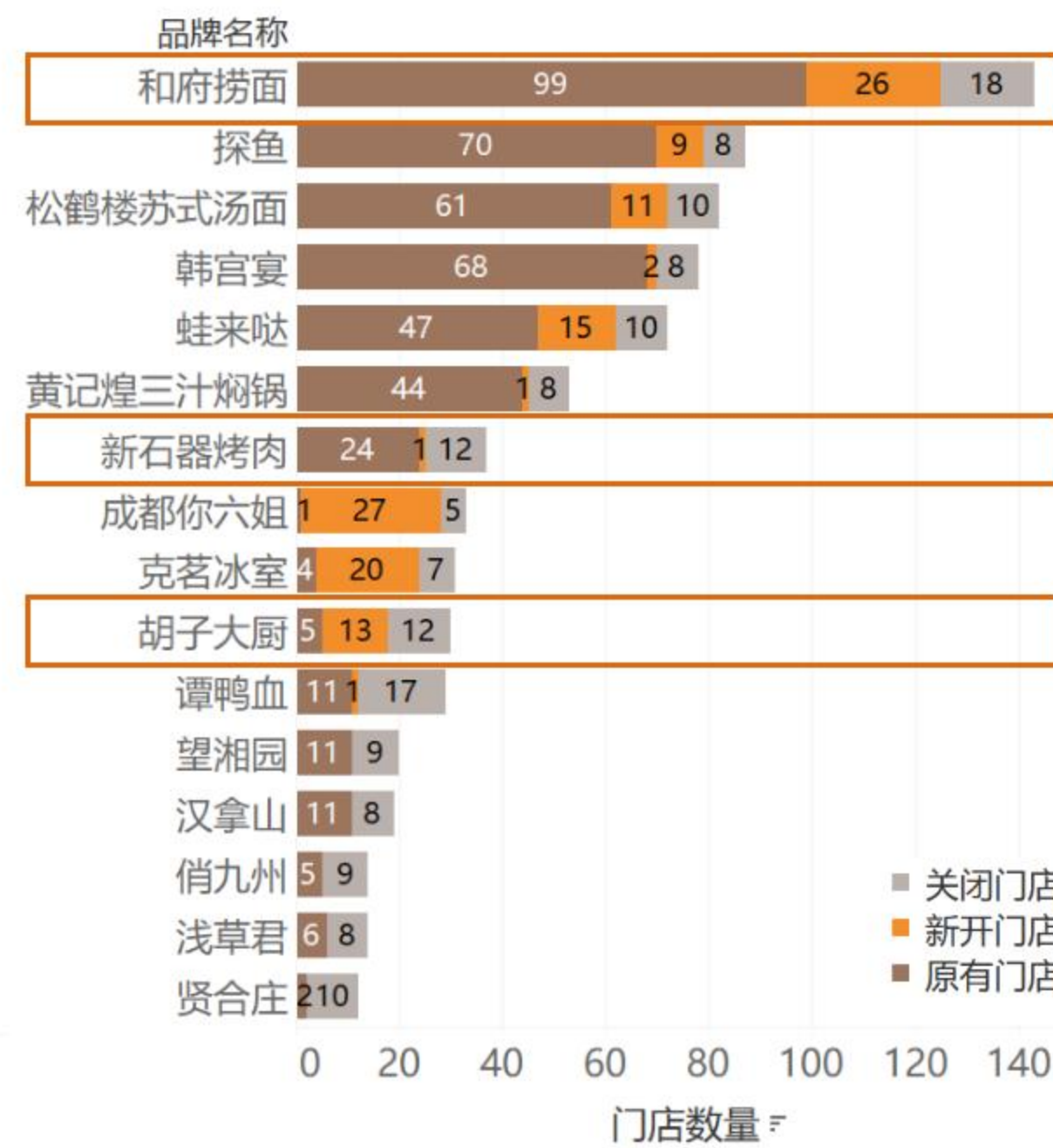


餐饮业态中各细分子业态门店开关情况
上图标注数字为门店数，下图标注数字为开关店比

2.2.1 餐厅：略有扩张



开店10个或以上的餐厅品牌



关店5个或以上的餐厅品牌

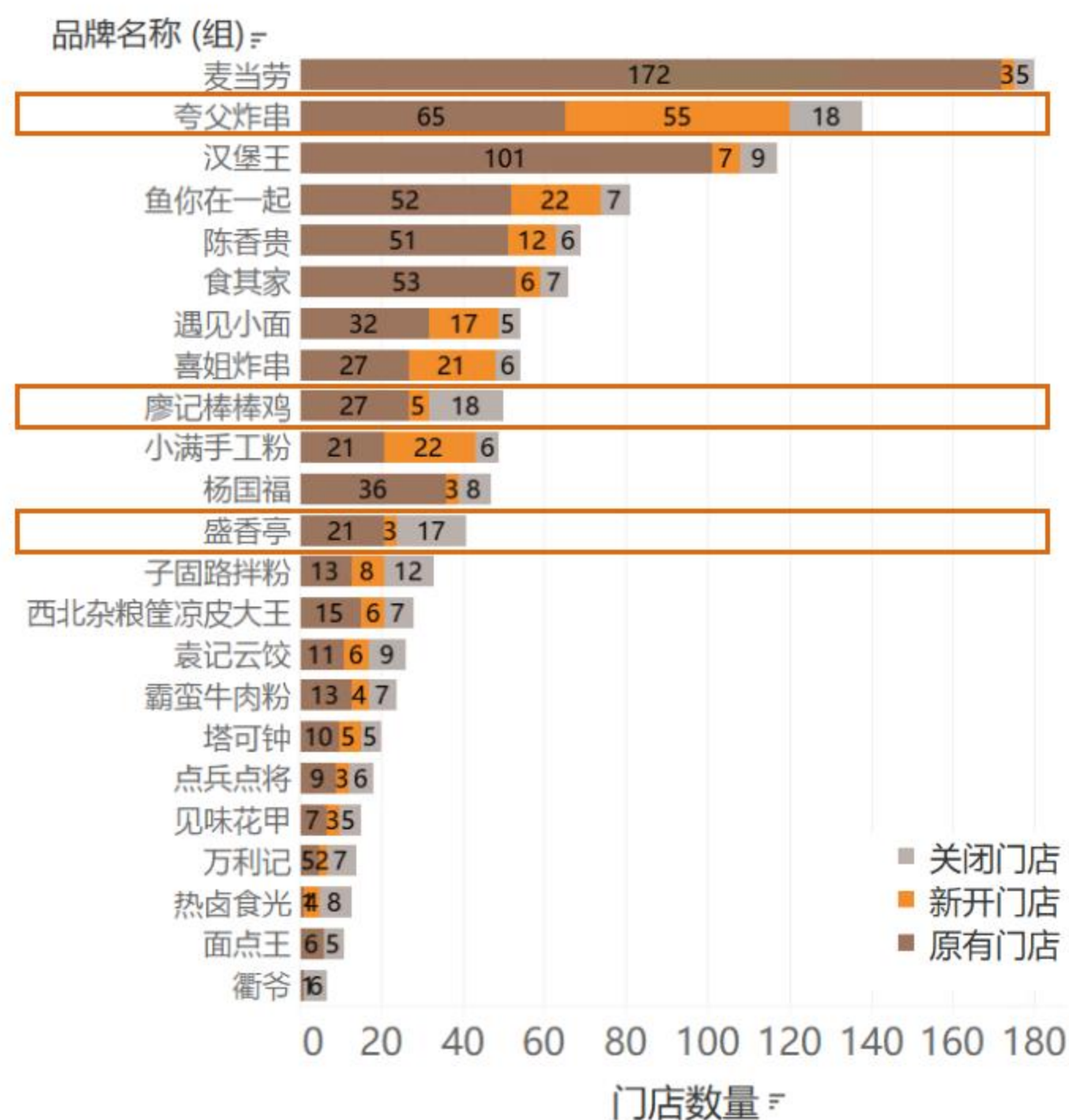
餐厅，包括中式/西式的休闲餐厅、高级餐厅、自助餐在内，占餐饮业态比例超过五成，6690+餐厅品牌中，有3320+品牌发生了门店变化。关店2330个，开店3158个，**开关店比1.36**，略有扩张。

16个品牌关店5个或以上。和府捞面、新石器烤肉、胡子大厨分别关闭了18个、12个、12个门店。

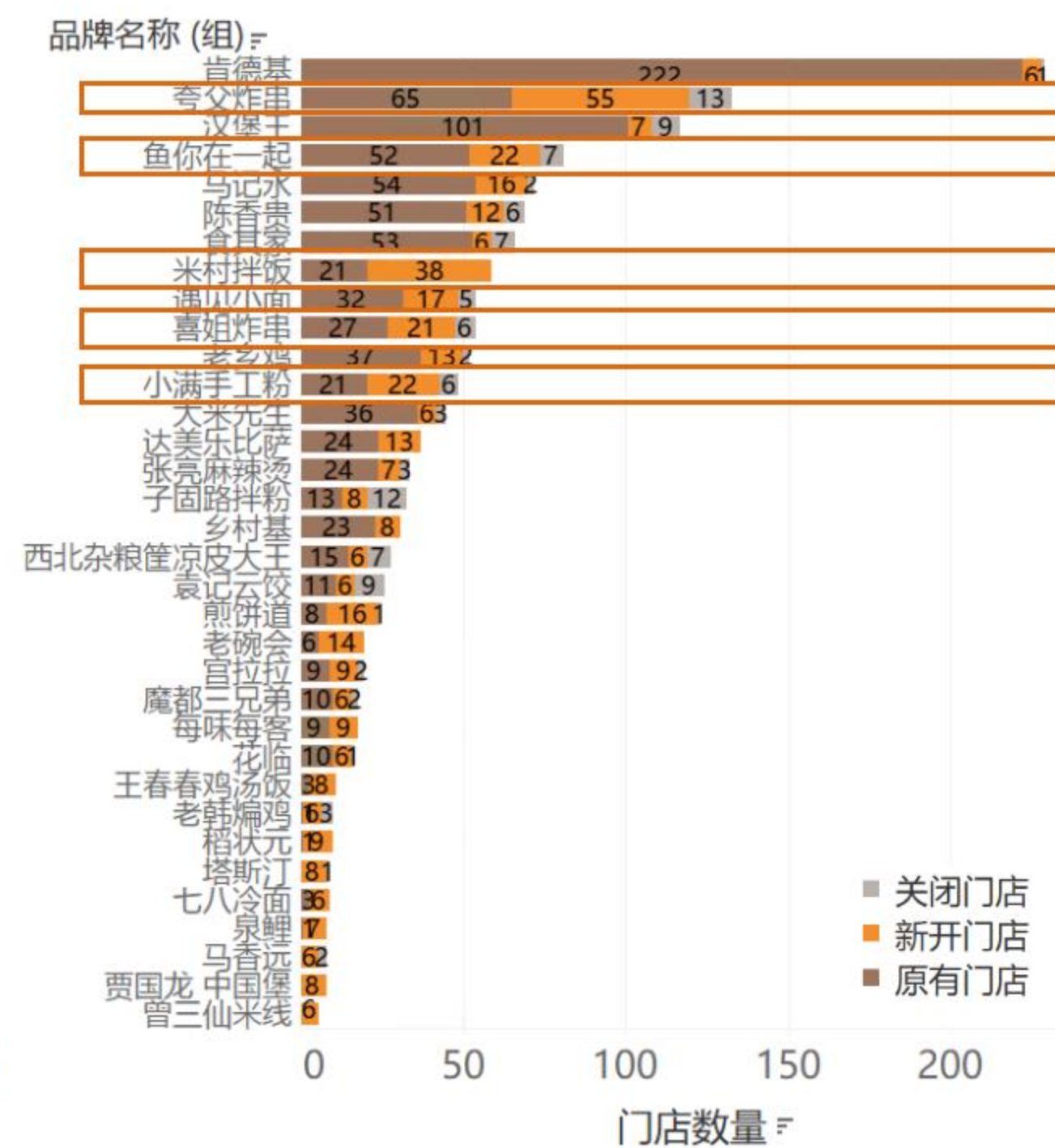
28个品牌开店10个或以上。西塔老太太、成都你六姐分别新开45家、27家门店，门店增长明显。

整体而言，餐厅业态略有扩张，不同品牌分别处于扩张或收缩期。

2.2.2 快餐：略有扩张



关店5个或以上的快餐品牌



开店6个或以上的快餐品牌

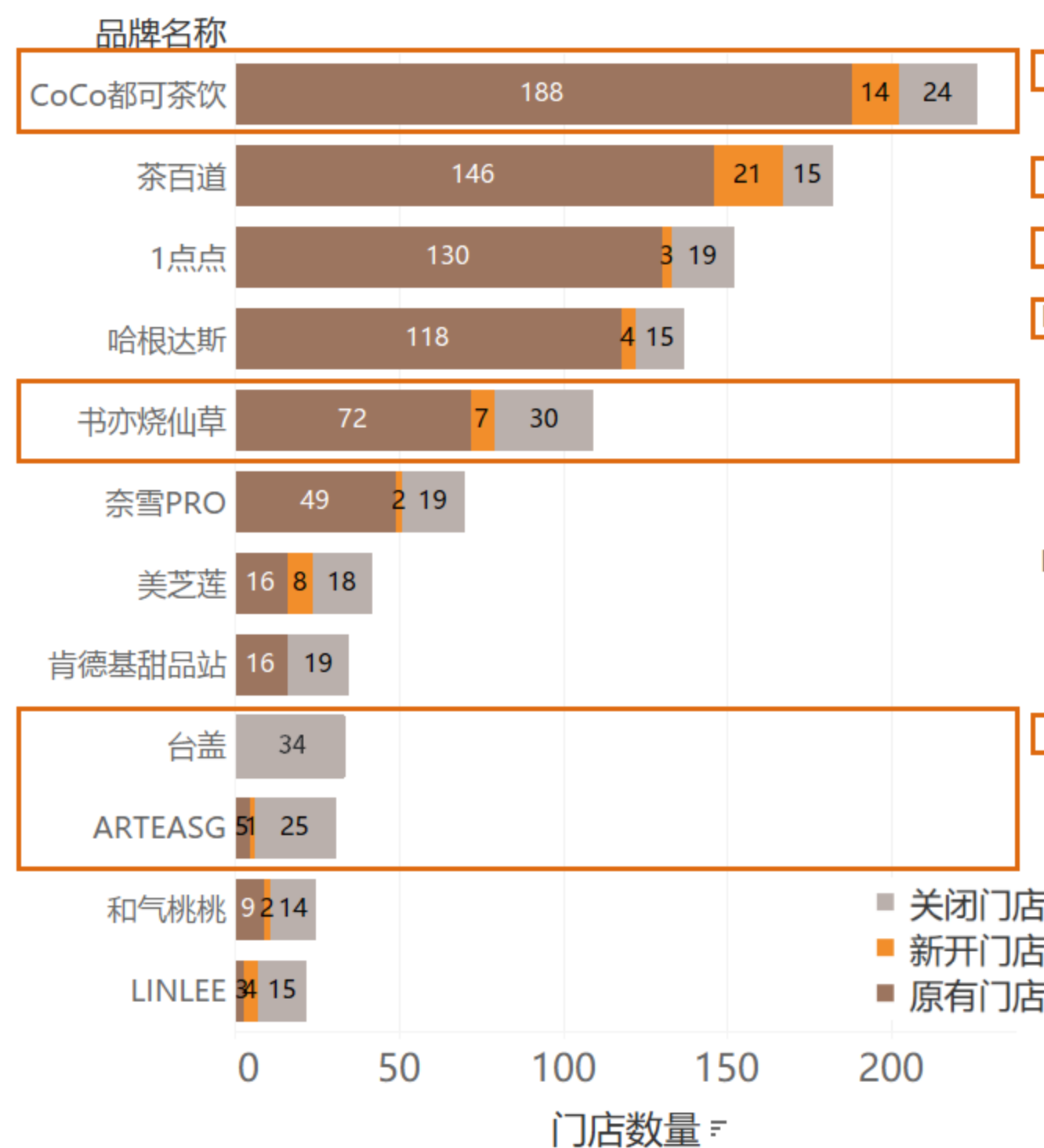
2270+快餐品牌中，1440+品牌有门店变化。关店1032个，开店1472个，**开关店比1.43**。关闭门店占研究期初门店的**25.0%**

有23个品牌关闭5个或以上门店。其中廖记棒棒鸡和夸父炸串关店18个，盛香亭关店17个。

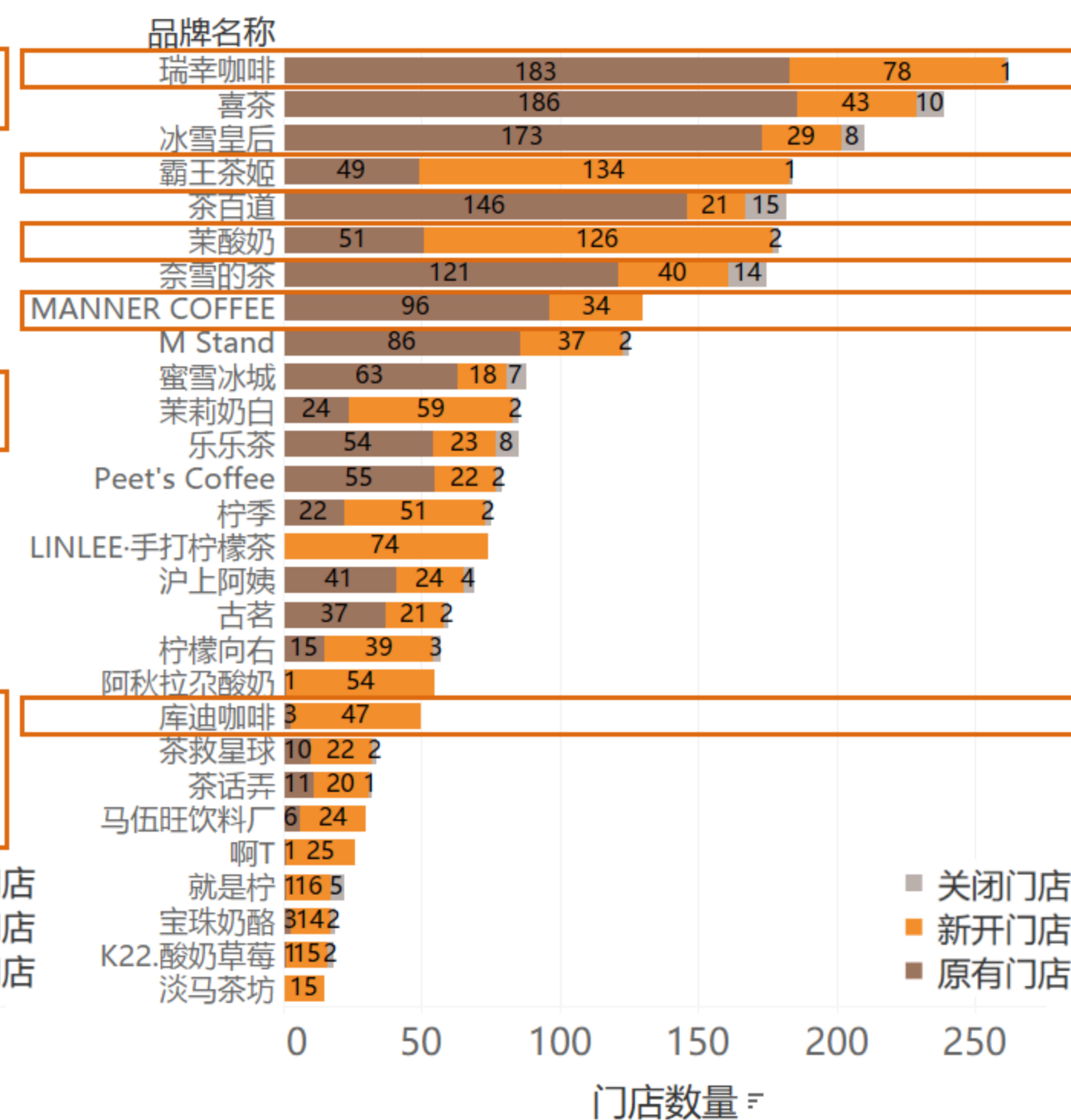
有34个品牌开出6个或以上门店。其中夸父炸串、米村拌饭、小满手工粉、鱼你在一起、喜姐炸串等品牌分别新开门店55个、38个、22个、22个、21个。

整体而言，快餐子业态整体略有扩张。

2.2.3 饮品：火热开店中



关店15个或以上的饮品品牌



开店15个或以上的饮品品牌

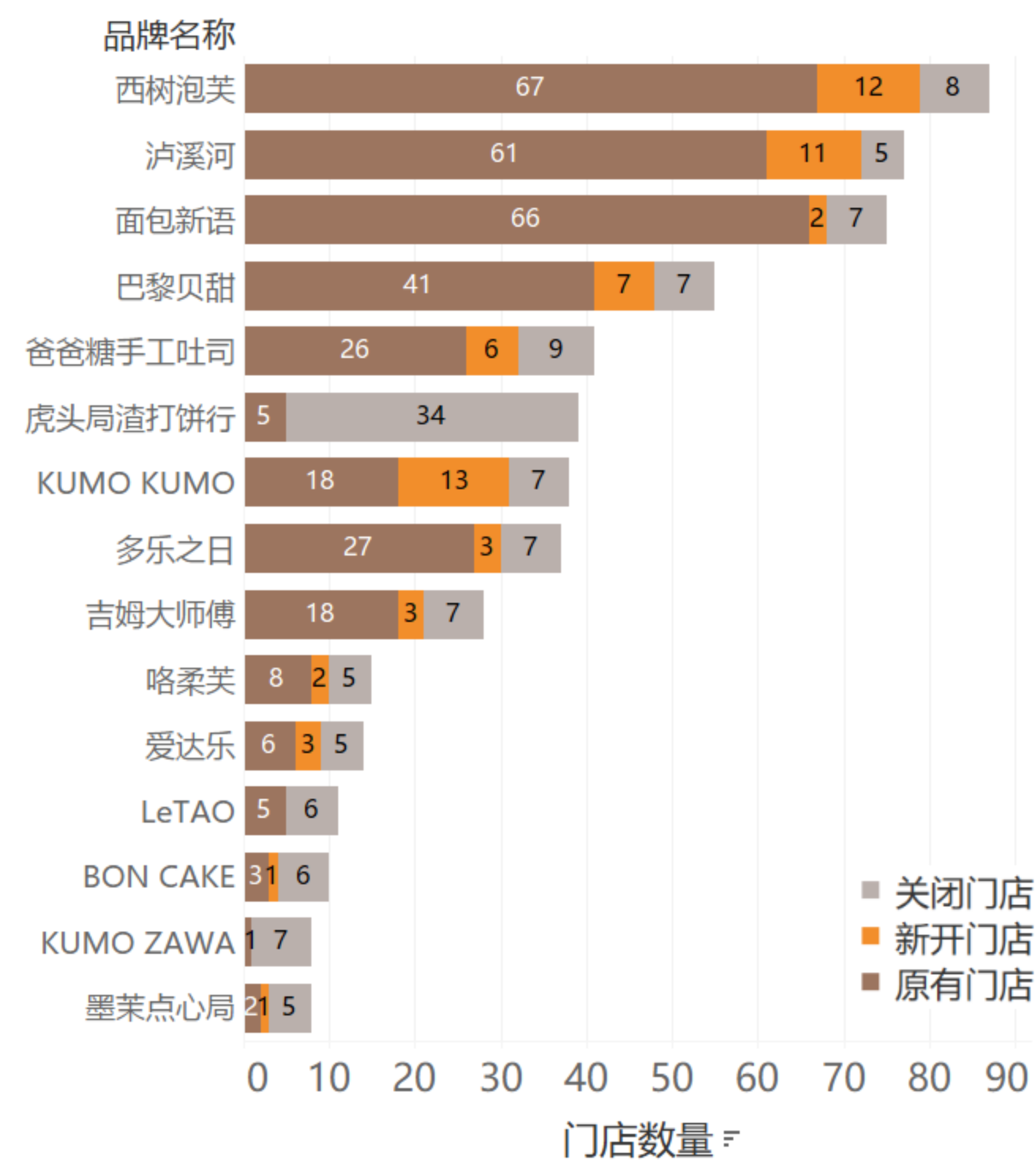
包括咖啡、茶饮、冰淇淋、果汁、酸奶在内的整个饮品业态，1360+个品牌中的900+品牌发生了门店变化。关店1294个，开店2150个，**开关店比1.66**，门店增长明显。关闭门店占研究期初门店的**21.9%**

12个品牌关店15个或以上。台盖、书亦烧仙草、CoCo都可茶饮、ARTEASG等品牌分别关闭了34个、30个、24个、25个门店。

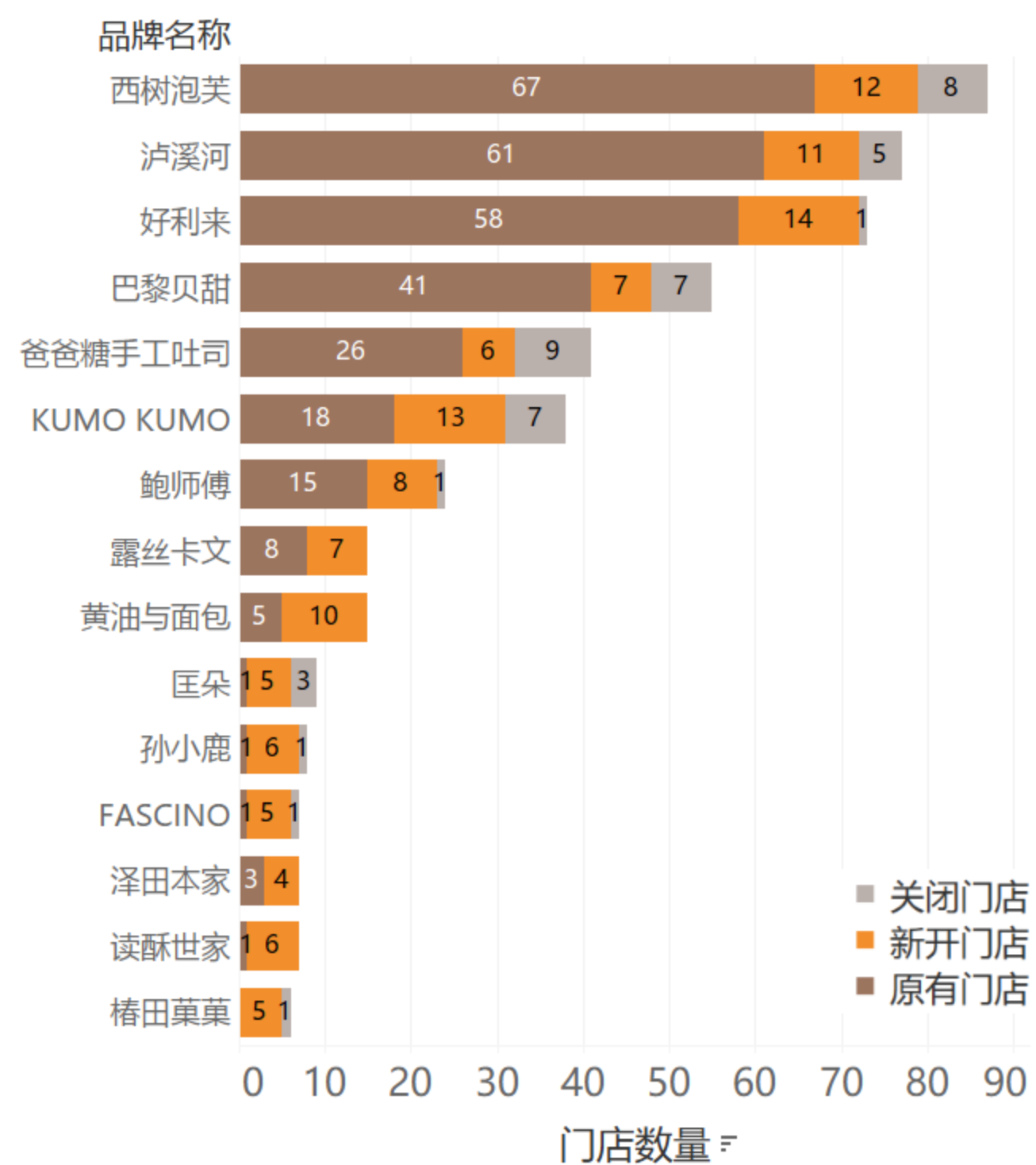
28个品牌开店15个或以上，咖啡和奶茶品牌均有扩张。咖啡品牌以瑞幸咖啡、库迪咖啡、Manner为主力。茶饮品牌中，茉酸奶、霸王茶姬均开出100或以上门店。

整个饮品业态门店新增较多。

2.2.4 烘焙食品：变化相对平稳



关店5个或以上的烘焙食品品牌



开店5个或以上的烘焙食品品牌

643个烘焙食品品牌中的431个品牌有门店变化。关闭门店占研究期初门店的**25.6%**，关店397个，开店450个。**开关店比1.13**，变化相对平稳。

有15个品牌关闭5个或以上门店，有15个品牌开出5个或以上门店。其中，中式和西式烘焙品牌表现各有千秋。

总体而言，烘焙食品业态表现稳健，各式口味都能找到自己的受众。

2.3 服务、娱乐和其他

除了零售和餐饮，还有服务、娱乐和其他业态的品牌。这些业态品牌门店在购物中心门店中占比较小。开店4270+，关店3550+，**开关店比1.20**，略优于整体情况。



休闲娱乐

关店633个，开店1058个，**开关店比1.67**，扩张明显。



汽车体验店略收缩

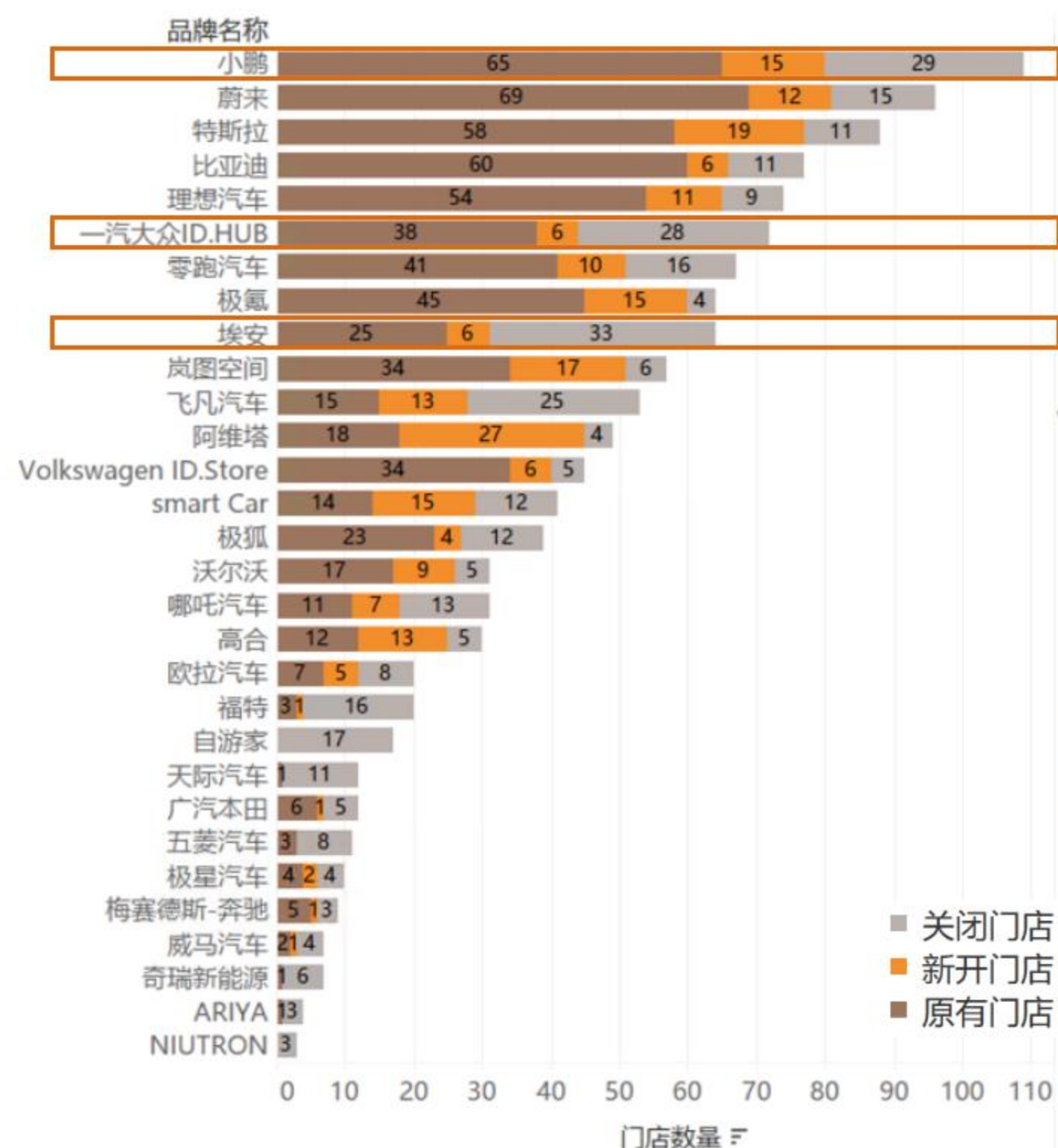
开关店比0.94，低于整体水平。



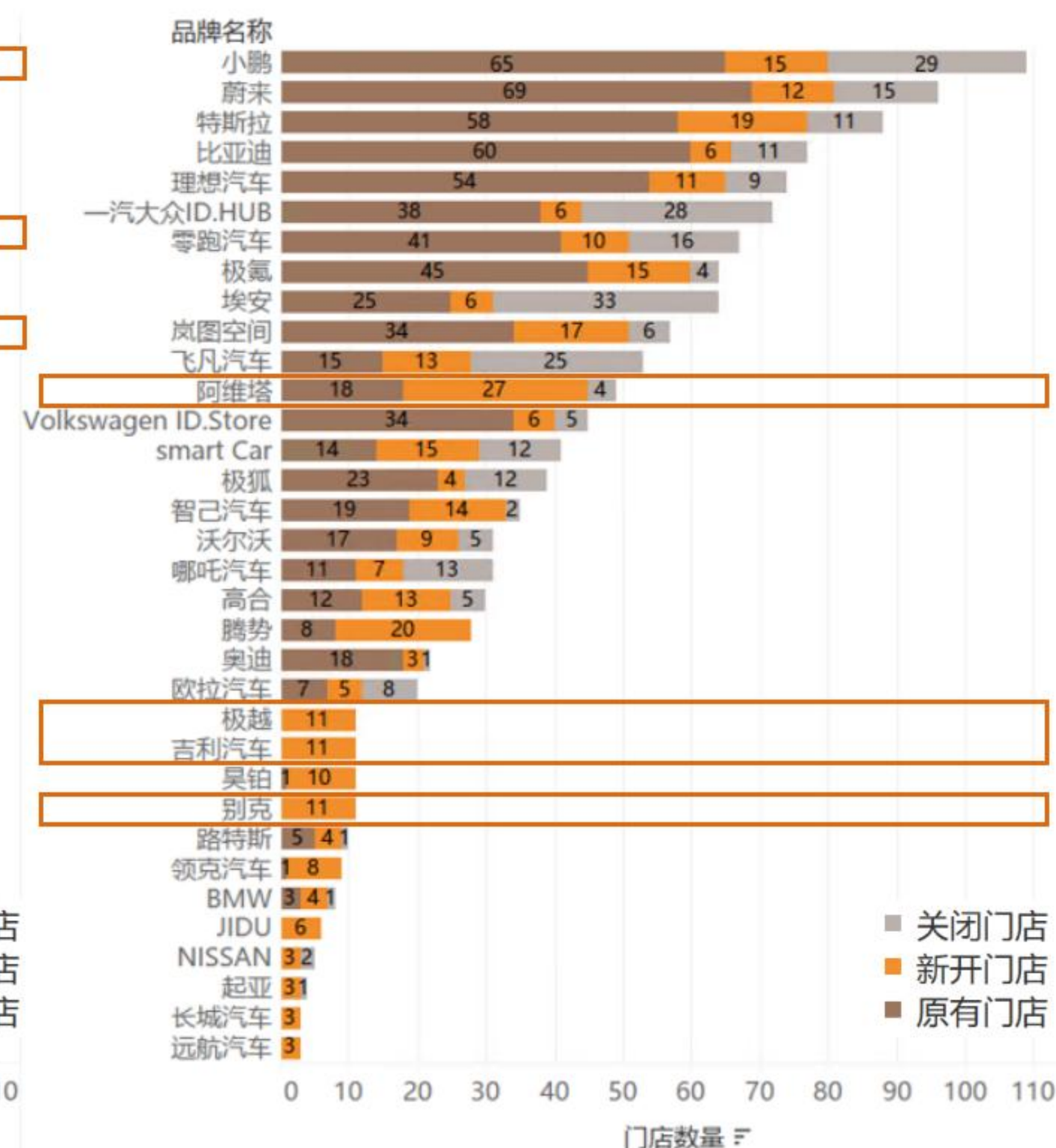
个人护理独立店涌现

关店582个，开店940个，**开关店比1.62**，有明显扩张，新开店多数为非连锁品牌。

2.3.1 汽车：略微收缩



关店3个或以上的汽车品牌



开店3个或以上的汽车品牌

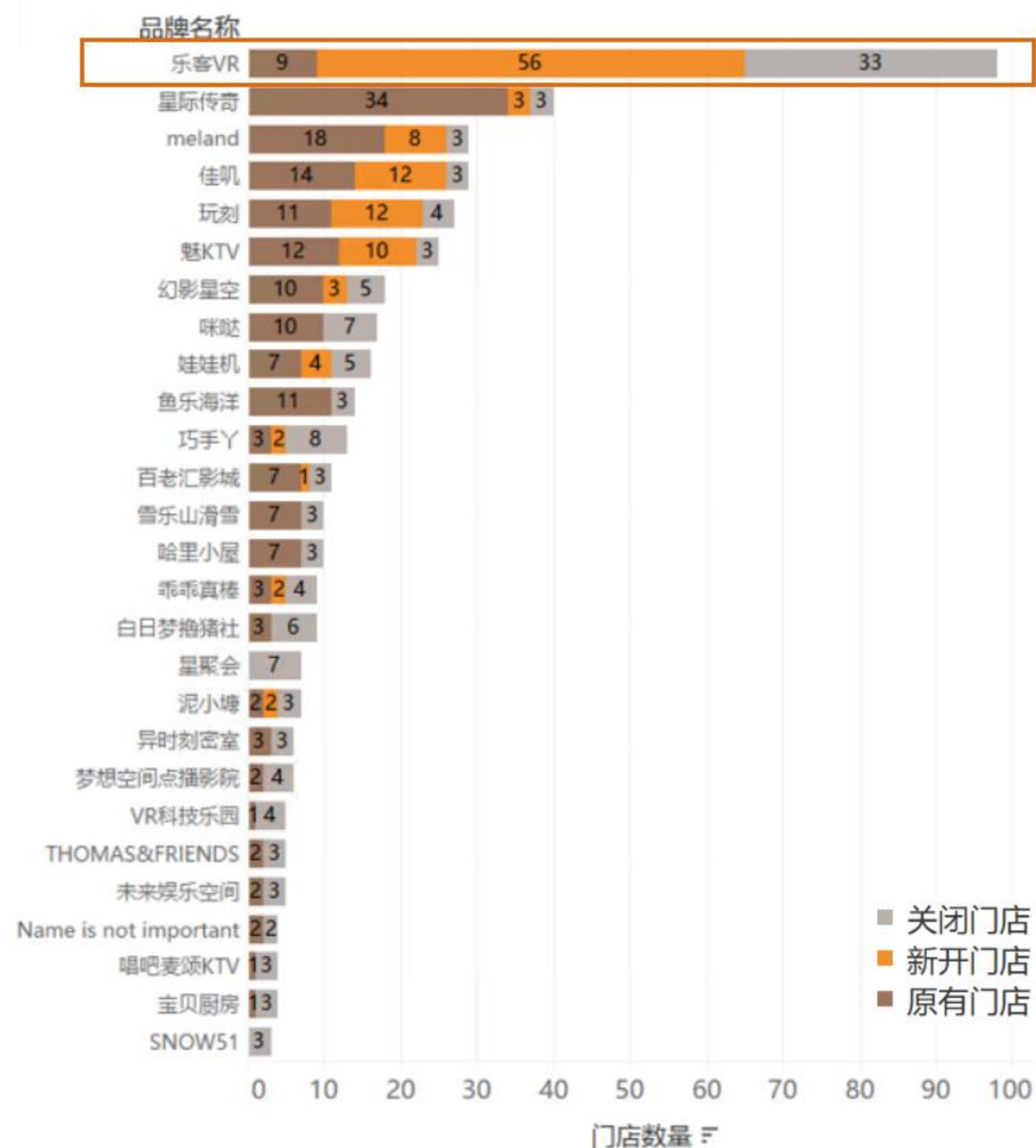
164个汽车品牌，有130个品牌发生变化，累计关店408个，开店385个。**开关店比0.94**，和研究期初相比略微收缩。

有34个汽车品牌新开3个或以上门店，有30个品牌关闭3个或以上门店，其中，埃安、小鹏、一汽大众ID.HUB分别关了33个、29个、28个门店，阿维塔新开27个门店，极越、吉利汽车、别克等品牌均新开11个门店同时无关闭门店。

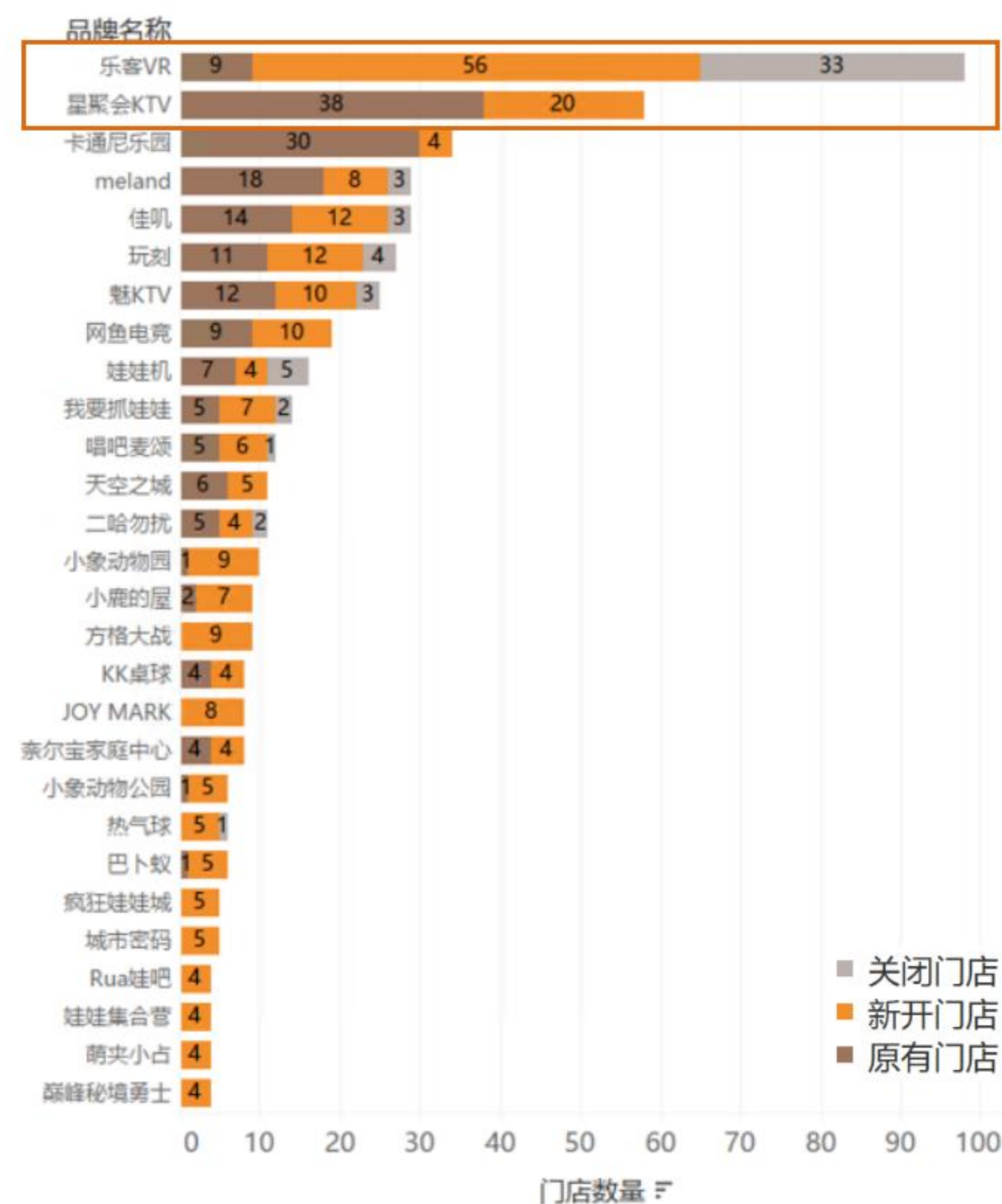
总体而言，购物中心中的汽车厂商数量略微收缩，品牌的开店和关店数量正常调整。

说明： 汽车类型门店，包括普通门店，及设立在商场多经区域的快闪/慢闪店。

2.3.2 休闲娱乐：扩张明显



关店3个或以上的休闲娱乐品牌

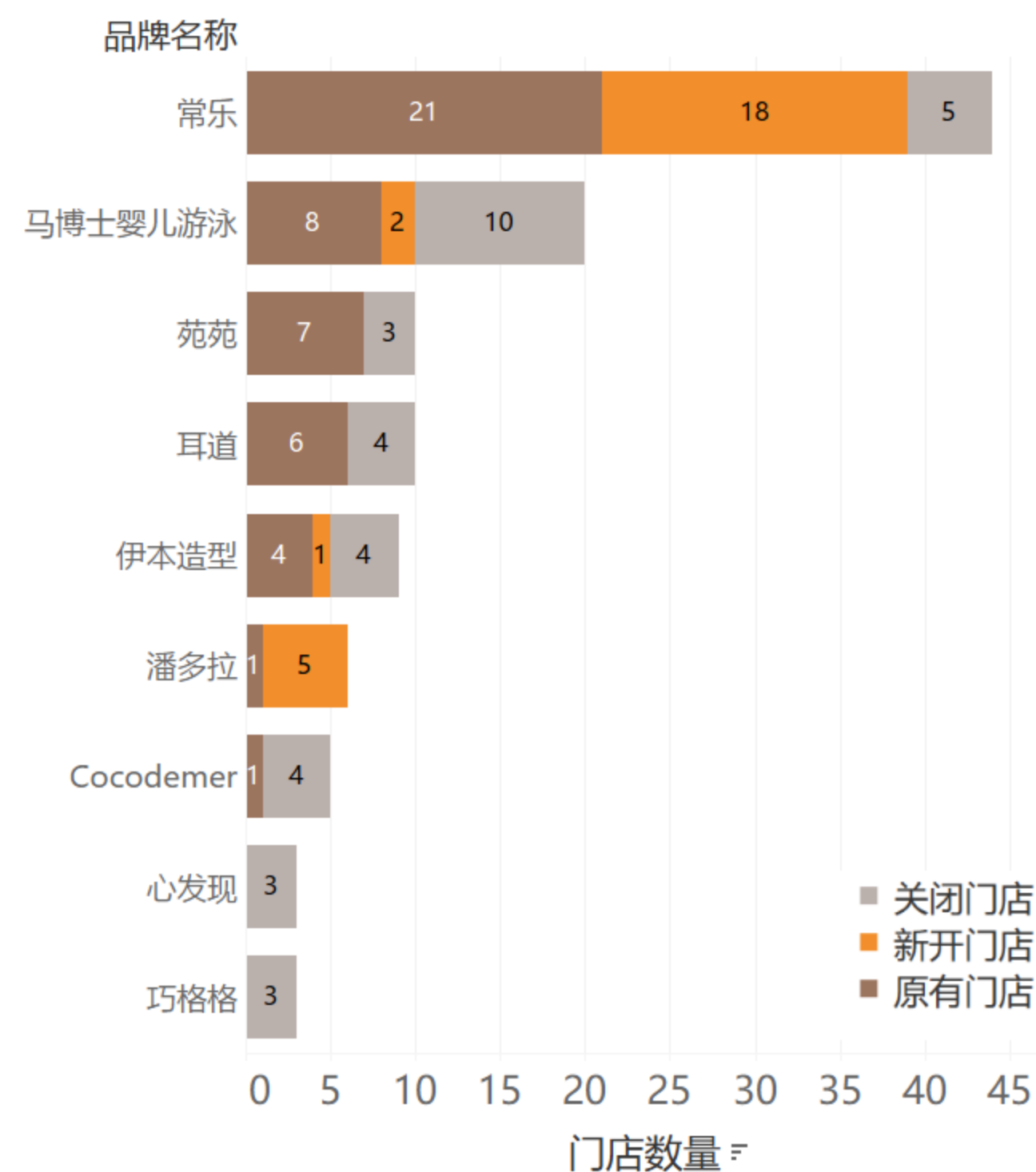


开店4个或以上的休闲娱乐品牌

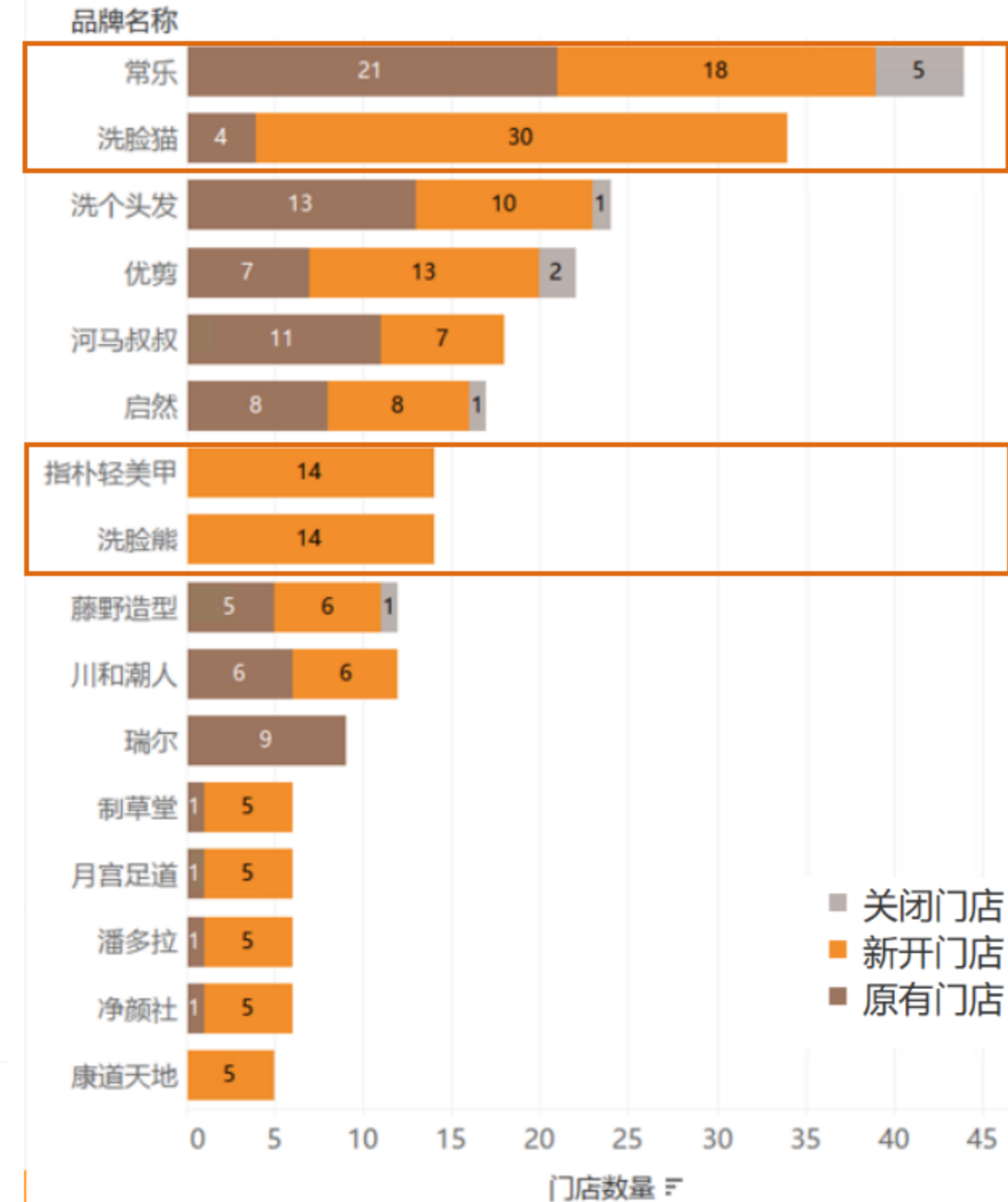
包括电影院、KTV和各种休闲娱乐场所在内，1994个品牌有1093品牌有门店变化。关店633个，开店1058个，开店比**1.67**，有明显扩张。

有27个品牌关闭3个或以上门店，有28个品牌新开4个或以上门店，其中乐客VR新开56个门店的同时关闭33个门店，星聚会KTV新开20个门店且无关闭门店。

2.3.3 个人专业护理：独立门店迅速涌现



关店3个或以上的个人专业护理品牌



开店5个或以上的个人专业护理品牌

专业个人护理1769个品牌有1510品牌有门店变化。关店582个，开店940个，开关店比**1.62**，有明显扩张。

有9个品牌关闭3个或以上门店，有16个品牌新开5个或以上门店，其中，洗脸猫新开30个门店，常乐新开18个门店，指朴轻美甲和洗脸熊均新开14个门店，品牌积极拓店中。

总体而言，个人护理领域中非连锁品牌占比较大。

PART 03

研究方法及样本说明

3.0 研究方法及研究范围

汇客云(上海)数据服务有限公司（以下简称为“汇客云”）基于多年在数字商业领域服务的经验，依托自有平台及数据采集团队，利用AI算法建模能力，融合自有数据、互联网数据、调研数据等多渠道数据构建“实体商业数字底座”，旨在为实体商业领域的购物中心、品牌业态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。

调研数据为“实体商业数字底座”数据的重要来源之一。实体商业市场信息数据采集团队（以下简称为“数据采集团队”）通过线下实地走访+线上数据采集方式长期跟踪实体商业市场变化，并承担数据核验、数据更新工作。调研数据覆盖全国所有省级行政区，跟踪10,000+零售场所，6,000+连锁品牌的1,000,000+门店。在此基础上，数据采集团队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：重点关注商业项目）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，并反复校验数据的准确度和完整性。

本报告基于汇客云数据采集团队在2022年7月及2024年3月走访的13座重点城市境内重点关注项目数据记录，通过比较商业场所在研究期初和研究期末门店列表差异，汇总分析形成本报告。**本报告涉及的各项数据截止到本报告撰写时最近一次实地走访时间，不同场所日期略有差异。**（以下统称为“本报告研究范围”或“研究范围”）。

说明：

1. 研究范围内有少量综合体类型商业项目内部具有多种形态的购物场所（如存在购物中心的同时，还有一个单独的区域作为百货、大卖场），在本报告中，位于一个综合体内部的不同形态的子级购物场所只研究购物中心部分。
2. 现场走访过程中，如果发现某店铺关闭且上面有明确标明某品牌即将开业，则本报告将该店铺记录为某品牌的计划开业门店。如果某店铺关闭且没有明确品牌进驻信息，将被记录为空铺。计算空置率时仅考虑空铺占比。

本报告数据仅反映研究范围内线下商业变化趋势，报告制作方、发布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CCFA&汇客云所有，未经许可禁止转载。

走访记录变化样本



走访样本说明

城市	走访购物中心数量	城市购物中心数量	走访数据记录数	抽样比例
北京	68	208	16,038	32.69%
广州	54	181	10,629	29.83%
上海	91	384	22,181	23.70%
深圳	48	225	11,613	21.33%
成都	41	167	11,027	24.55%
南京	26	126	6,045	20.63%
郑州	19	101	4,974	18.81%
武汉	22	123	7,117	17.89%
杭州	26	160	6,394	16.25%
宁波	12	91	3,270	13.19%
合肥	10	76	3,317	12.16%
苏州	16	173	4,400	9.25%
重庆	14	173	4,542	8.09%

走访样本说明

- 走访购物中心数量： 现场实地走访，本报告研究期间内最近一次走访的城市购物中心数量。
- 走访数据记录数：本报告研究期末，通过实地走访的方式采集购物中心内的门店信息，一条场内门店信息为一次走访数据记录。（同一购物中心内将通道分割或位于不同楼层但是属于同一品牌的门店记录为一次走访数据记录）
- 抽样比例：走访购物中心数量/城市购物中心数量。

本报告仅呈现调研所得的部分数据，另有更多城市报告持续更新中。
如需更详细资料，欢迎添加工作人员的企业微信进行咨询，您也可以
关注汇客云公众号 (winneryun)，以便及时获取更多行业公开报告。



汇客云工作人员企业微信



汇客云企业公众号

中国连锁经营协会成立于1997年，有会员企业1200余家。会员涵盖零售、餐饮、服务、供应商及相关机构，连锁会员经营方式包括直营及特许经营。协会本着“引导行业、服务会员、回报社会、提升自我”的理念，参与政策制定与协调，维护行业和会员权益，为会员提供系列化专业培训和行业发展信息与数据，搭建业内交流与合作平台，致力于推进连锁经营事业与发展。

协会沟通联系

购物中心与时尚品牌发展部

董先生 18810608407