



## 首店经济助力市场复苏

深圳广迎新品牌落位于购物中心。

- 2023年第三季度，市场迎一个新项目入市，新增10.0万平方米供应面积，总存量随之环比增长1.5%，达678.0万平方米。
- 季内，餐饮业态的新增需求继续在中占据主导地位。在本季所开新店中，有35.5%源自餐饮品牌。
- 本季，许多优质化妆品及香水、时尚、体育及户外品牌都对进驻深圳并在购物中心开设区域或城市首店表现出持续增长的意愿。
- 第三季度，受多个优质物业持续进行的品牌升级活动的推动，深圳零售市场高端和奢侈品牌渗透度继续提高。
- 本季，全市季度净吸纳量达13.2万平方米，全市平均空置率环比下降0.6个百分点，至9.5%。
- 季内，全市租金指数环比持平，首层平均租金录得人民币每平方米每月567.0元。

“深圳首店经济热度持续高涨，市场迎来更多新品牌进驻，这在华南地区可谓首屈一指。”

谢靖宇，第一太平戴维斯研究部

### 第一太平戴维斯

如需了解更多资讯，请联系

市场研究部

**James Macdonald**  
高级董事  
中国区  
+8621 6391 6688  
james.macdonald@savills.com.cn

**Carlby Xie**  
董事  
华南区  
+8620 3665 4874  
carlby.xie@savills.com.cn

中央管理层

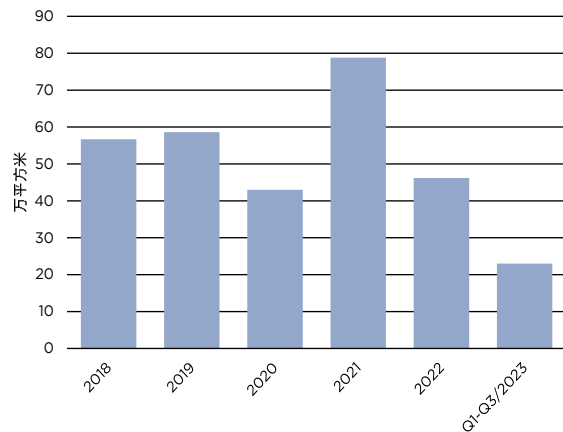
**Ray Wu**  
董事总经理  
深圳  
+86755 8436 7008  
ray.wu@savills.com.cn

商铺部

**Dorian Zhi**  
高级董事  
华南区  
+86755 8436 7036  
doriandl.zhi@savills.com.cn

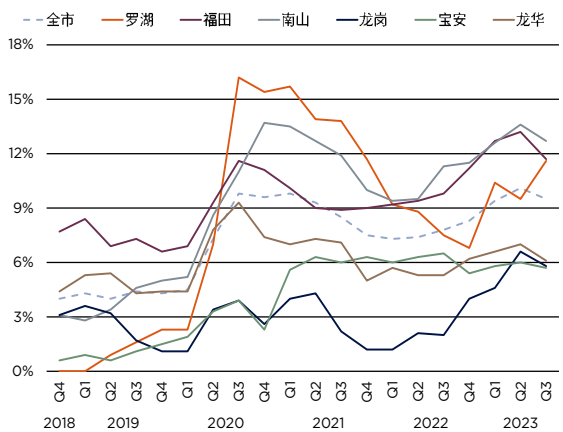
第一太平戴维斯是一家在伦敦股票交易所上市的全领域领先房地产服务提供商。公司于1855年创立，具有悠久的历史传承以及无可匹敌的增长态势。第一太平戴维斯是行业引领者而非跟随者，在全球设有700多家分公司与联营机构，广泛分布于美洲、欧洲、亚太、非洲和中东地区。本报告仅作一般信息用途。未经事先许可，任何人不得对其相关内容或全部内容进行出版、复制或引用。同时本报告亦不构成任何合同、计划书、协议或其他文件的依据。第一太平戴维斯已尽全力确保报告内容的准确性，但对于该报告的使用而导致直接或间接的相关损失不承担任何责任。本报告版权所有，未经第一太平戴维斯研究部书面许可，不得以任何形式对该报告的部分或全部内容进行复制。

图1: 全市新增供应, 2018至Q3/2023



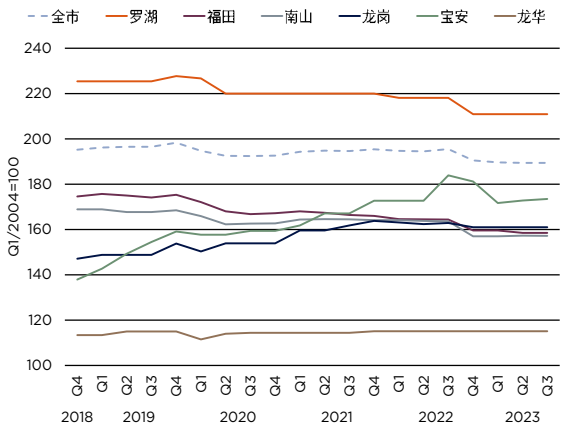
来源 第一太平戴维斯研究部

图2: 各子市场空置率, Q4/2018至Q3/2023



来源 第一太平戴维斯研究部

图3: 各子市场租金指数, Q4/2018至Q3/2023



备注 图表中所有租金指数均始于Q1/2004, 以下子市场例外:

罗湖 - Q4/2004; 南山 - Q2/2006; 龙岗 - Q3/2012; 宝安 - Q3/2013; 龙华 - Q3/2014

来源 第一太平戴维斯研究部

## 市场综述

2023年第三季度,随着本地居民消费意愿的回升和“港人北上”消费的增长,深圳消费市场继续保持强劲增长势头。前八月,全市社会消费品零售总额同比增长8.4%,增速在一线城市中位列第二,分别较北京和广州高5.1和1.5个百分点。其中,餐饮业表现最为活跃并实现了14.4%的双位数增长。这对零售商市场信心的重塑起到了积极影响,餐饮、知名化妆品和香水、高端及奢侈时尚和配饰品牌的租赁情绪普遍提升。季内,零售物业资产表现因此得以提振。

## 供应

第三季度,有一个新项目入市,即位于罗湖的京基百纳时光,为市场带来约10.0万平方米的零售建筑面积。季末,市场总存量环比增长1.5%,达678.0万平方米。

## 需求

季内,受本地积极消费市场格局的推动,零售商的扩张活动有所增加,继而推升全市季度净吸纳量至13.2万平方米,较过去五年季均水平高17.1%。相应地,全市平均空置率环比下降0.6个百分点,至9.5%。

本季,餐饮业态仍是最重要的租赁需求来源。季内所开新店中,有35.5%源自餐饮品牌。在所有餐饮品类中,因本地千禧一代和Z世代等目标客群的扩张,西式餐吧对深圳展现出较其它省内临近城市更强且持续增长的扩张意愿。这从Alimentari Mulino在福田COCO Park开设的华南首店以及THE WOODS在海上世界的扩张中可得印证。同时,大型中式连锁正餐品牌亦继续进行业务扩张,并在不同购物中心开设多家新店。例如,怂重庆火锅厂分别在宝安大仟里和卓悦汇开设新店,西塔老太太分别在京基百纳时代和领展中心城拓店,老碗会则分别进驻龙岗仁恒梦中心和来福士广场。

季内,得益于相对年轻的人口结构,以及以新中产为主要代表的消费者品位的提升和购物意愿的增强,深圳吸引了数个优质零售品牌进驻并开设其区域或城市首店,品牌所涵盖的业态包括化妆品及香水、时尚、体育及户外等。例如,继2022年底和2023

年中先后首进上海后,欧莱雅集团旗下的Aesop和雅诗兰黛集团旗下的Le Labo分别于本季在深圳万象城和万象天地开设华南首店, Urban Decay首现内地并在万象天地开设快闪店, Masion 21G和Carolina Herrera则在卓悦中心分别开设全国首店和华南首店。同期,网红设计师品牌BY FAR首进华南并在万象天地开设新店;继7月在万象天地开设快闪店后,韩国设计师品牌Mardi Mercredi将华南首店正式落位于该购物中心。此外, Moose Knuckles、Peak Performance、Canada Goose等体育及户外品牌亦于本季在不同购物中心开设华南首店。

此外,一如此前数季,受多个优质物业持续进行的品牌升级活动的推动,深圳零售市场高端和奢侈品牌渗透度继续提高。期内, Tiffany & Co.在深圳湾万象城增设一家新店,而深圳万象城则吸引奢侈鞋履品牌Gianvito Rossi和René Caovilla开设华南首店,奢侈内衣品牌La Perla和设计师鞋履品牌Giuseppe Zanotti开设城市首店。

## 租金

第三季度,虽然个别业主略有涨租,以彰显其项目在消费者和零售商间的广泛青睐度,但大多数业主在租户和租金审查上依然保持谨慎,租金报价普遍维稳。因此,本季全市租金指数环比持平,首层平均租金录得人民币每平方米每月567.0元。

## 市场展望

据深圳市商务局9月公布的最新规划,深圳市社会消费品零售总额目标于2030年增长至1.7万亿元,至2035年接近2.5万亿元。同时,规划提出,深圳将打造罗湖核心商圈、后海-深圳湾商圈,福田中心商圈、空港会展商圈、前海·宝中商圈五个世界级地标商圈。长远来看,这将为本地零售物业市场注入强劲增长动力,加速核心商圈升级,推动新兴商圈发展。短期而言,第四季度,得益于居民消费意愿的不断增强,以及“citywalk”等新型生活方式的盛行,餐饮和娱乐业态的租赁需求预计持续增长。这将助力全市平均空置率下降,但受未来新增供应影响,平均租金或将结构性下降。