



玩具手办类品牌加速拓展

年底空置率小幅上涨。

- 2024年1-11月，成都市实现社会消费品零售总额约人民币9294.2亿元，同比增长2.9%。
- 3个新购物中心在2024年四季度集中亮相成都零售市场，总体量占到全年市场总供应量比重约70%，将全市零售物业总存量推升至约884万平方米。
- 年底入市的新项目入驻率不高，在四季度拉高了全市购物中心平均空置率至约10.7%，环比小幅上涨0.8个百分点。
- 市场新增需求增长呈现疲态，购物中心平均租金延续小幅下降走势，首层平均租金达约402元每平方米每月，较2023年末下降约2.1%。
- 在消费增长疲软的大环境下，户外运动类品牌是市场上极少数能够全年一直维持活跃需求的品类，同时也为成都市场贡献了诸多首店。
- 兼具情感诉求和潮流属性的玩具和手办类品牌年内加速拓展，成为现在消费端不可忽视的一个零售品类。
- 未来三年，市场供应端仍有体量较大的规划项目，需求端仍需持续发掘稳定的增长点，市场发展的不确定性仍旧存在。

“全年成都零售市场供应量不减，但新增需求增长呈现疲态，年底入市的新项目入驻率不高，在四季度拉高了全市购物中心平均空置率，相较前三季度一直稳定在10%左右的空置率水平，有小幅上涨。”

潘玲红，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

Sophy Pan
高级经理
华西区
+8628 6737 3686
sophy.pan@
savills.com.cn

代理部

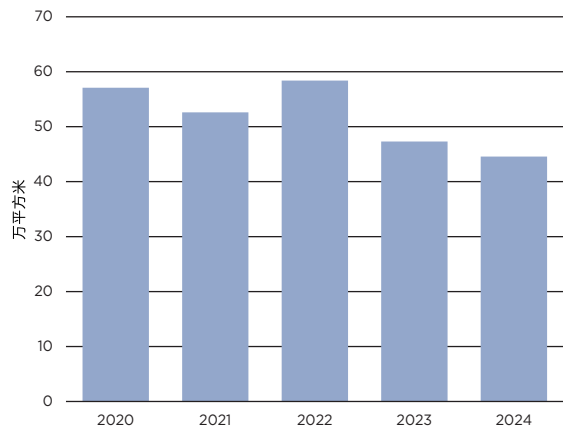
Criz Dai
高级董事
华西区
+8628 6737 3798
criz.dai@savills.com.cn

零售

Iris Lin
董事
华西区
+8628 6737 3856
iris.lin@savills.com.cn

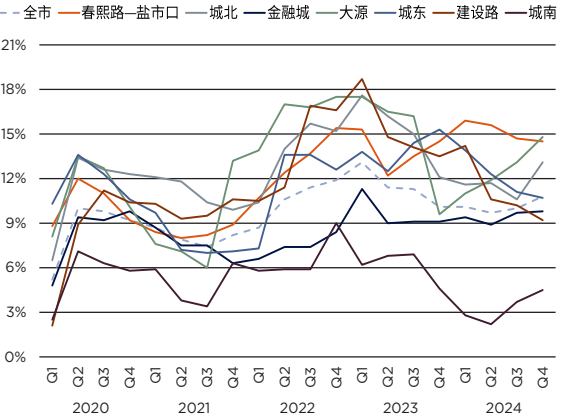
第一太平戴维斯
第一太平戴维斯是一家在伦敦股票交易所上市的全球领先房地产服务提供商。公司于1855年创立，具有悠久的历史传承以及强劲的增长态势。第一太平戴维斯是行业引领者，在全球设有逾600家分公司与联营机构，广泛分布于美洲、欧洲、亚太、非洲和中东地区。本报告仅作一般信息用途。未经事先许可，任何人不得对其相关内容或全部内容进行出版、复制或引用。同时本报告亦不构成任何合同、计划书、协议或其他文档的依据。第一太平戴维斯已尽全力确保报告内容的准确性，但对于该报告的使用而导致直接或间接的相关损失不承担任何责任。本报告版权所有，未经第一太平戴维斯研究部书面许可，不得以任何形式对该报告的部分或全部内容进行复制。

图1: 成都购物中心供应, 2020至2024



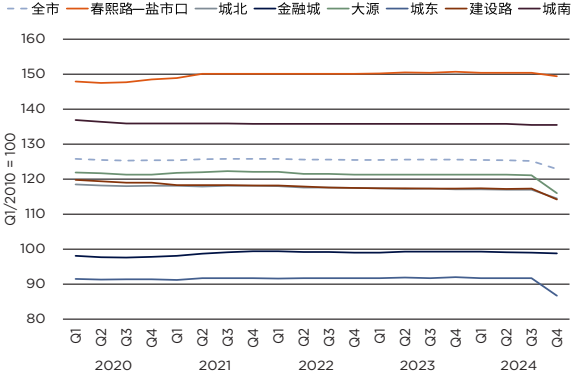
来源 第一太平戴维斯研究部

图2: 成都零售市场各区域空置率, Q1/2020至Q4/2024



来源 第一太平戴维斯研究部

图3: 成都零售市场各区域租金指数, Q1/2020至Q4/2024



备注 图表中所有租金指数均始于Q1/2010, 以下子市场例外:
金融城 - Q1/2013; 大源 - Q1/2015; 城东 - Q1/2013

来源 第一太平戴维斯研究部

市场概述

2024年1-11月, 成都市实现社会消费品零售总额9294.2亿, 同比增长2.9%。进入2024年以来, 成都社会消费品零售总额增长缓慢, 增速持续徘徊在低位, 消费市场增长稍显乏力。

2024年成都零售市场供应量不减, 但新增需求增长呈现疲态, 年底入市的新项目入驻率不高, 在四季度拉高了全市购物中心平均空置率至约10.7%, 相较前三季度一直稳定在10%左右的空置率水平, 有小幅上涨。购物中心首层平均租金延续下降走势, 同比下滑2.1%至约人民币402元每平方米每月。

供应端

2024年成都传统主城区区域录得4个购物中心开业, 合计供应面积约44.6万平方米, 其中3个项目在四季度集中亮相, 占到全年总供应量的七成。

上半年成都近郊区域迎来龙湖成都东安天街和温江旭辉Cmall两个新项目, 年底由原凯德广场·乐视界调改而来的犀浦万达广场焕新亮相, 进一步挖掘近郊区域消费潜力。未来购物中心项目将继续着眼于布局近郊区域大型商业综合体空白区域, 促进区域商业提档升级, 推动近郊商业氛围加速成熟。

需求端

在消费增长疲软的大环境下, 户外运动类品牌是市场上极少数能够全年一直维持活跃需求的品类, 成为支撑市场整体需求维稳的中坚力量。以万象城、仁和新城为代表的优质项目年内持续引进国内外知名运动品牌, 加大力度提升该品类的品牌丰富度; 年底春熙路商圈也开启了一波运动品牌的门店升级潮, 迎合市场持续旺盛的运动商

品消费需求。户外运动品牌全年为市场贡献了诸多首店, 典型成交案例包括, 日本户外运动品牌Goldwin和美国户外运动品牌KEEN亮相成都太古里, 日本户外运动品牌mont•bell和瑞典户外品牌Houdini入驻万象城二期。

2024年消费者追求性价比、质价比的诉求稳定, 折扣零售品牌需求持续活跃。除了如奥特乐、好特卖、叁省会员店等综合品类折扣品牌继续在市场上拓店, 年内市场也录得包括BIG OFFS在内的多样化的折扣品牌进驻多个商场。值得一提的是, 2024年新开业的奥莱项目表现不俗, 未来几年内预计还有多个新的奥莱项目运营布局成都市场, 短期内折扣零售热度未呈现减弱趋势。

满足情感诉求的细分赛道品牌有望继续活跃。兼具情感诉求和潮流属性的玩具和手办类品牌年内加速拓展, 成为现在消费端不可忽视的一个零售品类。卡游、X11、TOP TOY等品牌表现活跃。截至2024年, 全市近一半购物中心引入了玩具和手办类品牌, 该类品牌未来在成都市场上仍旧有继续渗透发展的空间。除此之外, 伴随宠物经济稳定增长, 越来越多的商业项目引入宠物用品、宠物服务等品牌, 市场上诸如帕帕拉兹等一站式宠物类综合品牌也在年内进驻多家购物中心, 预计未来宠物相关品牌租赁需求仍将延续增长势头。

市场展望

未来三年, 市场供应端仍有体量较大的规划项目有待入市, 需求端仍需持续发掘稳定的增长点, 经济回升向好的基础尚不稳固, 市场发展的不确定性仍旧存在。

成都市场在消费场景上的持续创新以及为提升消费体验感的不懈追求, 将有助于释放更多消费潜能, 增加市场发展韧性。

表1: 成都未来代表项目, 2025

项目名	建筑面积 (平方米)	区位	开发商
省体育馆万象M2项目	105,000平方米	武侯区	华润置地
怡心湖银泰in park	125,000平方米	天府新区	成都空港城市发展集团有限公司
马厂坝龙湖天街	150,000平方米	青羊区	龙湖地产

来源 第一太平戴维斯研究部