



文旅流量贡献消费增量

首发经济激发消费活力 运动品牌首店持续进驻商场。

- 2025年1-8月，成都市实现社会消费品零售总额约人民币7392.8亿元，同比增长6.2%。
- 2025年第三季度，成都零售市场未录得新项目，市场总存量维持在约795万平方米。
- 季内市场整体租赁情况表现平稳，全市购物中心平均空置率维持稳定，达约10.4%。
- 全市购物中心平均租金延续下降走势，首层平均租金达约399元每平方米每月，同比下降约3%。
- 运动品牌需求保持稳定，季内录得多个知名户外运动品牌首次在成都开设门店；此外，运动用品综合品类门店受市场青睐。
- 平价零售品类需求活跃，平价超市和仓储式奥莱品牌持续布局购物中心。
- 作为暑期大学生国内出游热门城市，成都各购物中心在暑期积极引入人气甜品烘焙和咖啡类品牌，帮助提升人气刺激消费。
- 第四季度，成都零售市场供应量预计将继续处于低位，市场需求有望维持稳定，全市平均空置率或缓慢回落。

“2025年成都市政府将首发经济纳入城市发展战略，通过引入各类高能级首店、承办品牌首发活动等方式构建首发经济全链条生态，探索消费增长新动能；其中，运动类品牌需求保持稳定，是季内成都市场首进品牌中的主要品类。”

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

商业及零售顾问

Shawn Zhang

高级董事

华西区

+8628 6737 3737

shawnxy.zhang@

savills.com.cn

商业及零售服务部租赁

Iris Lin

董事

华西区

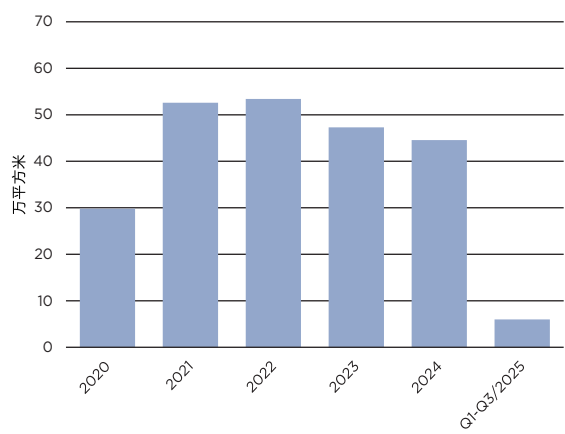
+8628 6737 3856

iris.lin@savills.com.cn

第一太平戴维斯

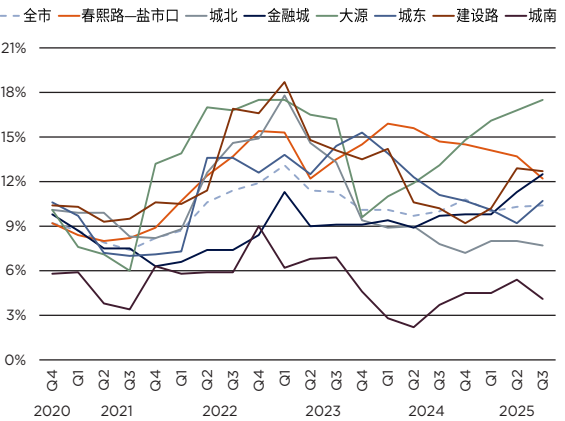
第一太平戴维斯是一家在伦敦股票交易所上市的全球领先房地产服务提供商。公司于1855年创立，具有悠久的历史传承以及强劲的增长态势。第一太平戴维斯是行业引领者，在全球设有逾600家分公司与联营机构，广泛分布于美洲、欧洲、亚太、非洲和中东地区。本报告仅作参考信息用途。未经事先许可，任何人不得对其相关内容或全部内容进行出版、复制或引用。同时本报告亦不构成任何合同、计划书、协议或其他文档的依据。第一太平戴维斯已尽全力确保报告内容的准确性，但对于该报告的使用而导致直接或间接的相关损失不承担任何责任。本报告版权所有，未经第一太平戴维斯研究部书面许可，不得以任何形式对该报告的部分或全部内容进行复制。

图1: 成都购物中心供应, 2020年至Q3/2025



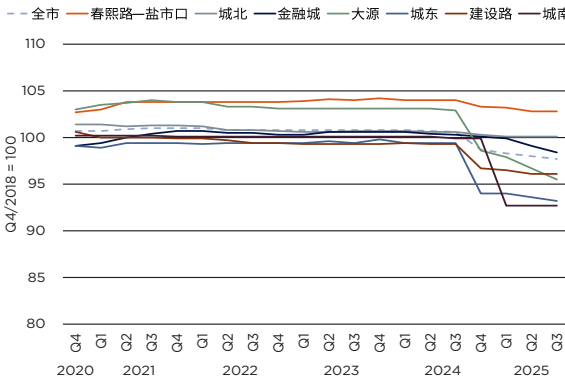
来源 第一太平戴维斯研究部

图2: 成都零售市场各区域空置率, Q4/2020年至Q3/2025



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, Q4/2020年至Q3/2025



来源 第一太平戴维斯研究部

市场概述

2025年1—8月份, 成都市实现社会消费品零售总额7393亿元, 同比增长6.2%。

按消费类型分, 1—8月份, 全市实现餐饮收入904.2亿元, 同比增长4.9%; 实现商品零售额6488.6亿元, 同比增长6.4%; 其中, 限额以上企业 (单位) 通过互联网实现商品零售额增长24.5%。

三季度成都零售市场未录得新项目。首发经济的持续推进和文旅消费供给的多元化发展共同为成都消费市场注入活力, 全市购物中心平均空置率维持稳定, 达约10.4%。零售市场面临的招商和运营压力短期内难以实现趋势性改变, 全市购物中心首层平均租金继续小幅下降。

供应和需求

季内成都零售市场没有新增购物中心项目, 但小型社区及非标商业持续焕新; 以新文旅商业体福感肆、量子介文娱商业园为代表的非标商业继续在供应端为市场增添亮点。

2025年第三季度, 成都购物中心租赁情况表现平稳。零售类品牌在新增需求中的占比减少, 其中儿童及母婴品牌租赁需求有所回升, 运动类和平价零售类品牌需求继续维持稳定, 平价超市和仓储式奥莱品牌持续布局购物中心。服务类品牌新增需求占比上涨明显, 其中以亲子设施、兴趣培育等为代表的与儿童相关服务业态较为活跃。

年初, 成都市政府将首发经济纳入城市发展战略, 通过引入各类高能级首店、承办品牌首发活动、打造首发主题场景等方式构

建首发经济全链条生态, 释放消费新需求, 探索消费增长新动能。1-8月, 成都全市体育、娱乐用品类零售额增长25.9%, 运动类品牌需求保持稳定, 是季内成都市场首进品牌中的主要品类。典型案例包括瑞典高端户外运动品牌Haglöf和美国知名户外装备品牌GREGORY首店进驻太古里。此外, 运动用品综合品类门店受市场青睐, 以迪卡侬为代表的品牌积极在购物中心内开设新店。

作为暑期大学生国内出游热门城市, 成都通过整合旅游景区、体育赛事、文艺演出、文博场馆、商业街区等多元场景, 持续创新文旅市场供给, 延长消费链条, 促进文旅流量高效转化为消费增量。市税务局数据显示, 世运会期间文体娱乐业开票户数同比增长22.6%。同时, 成都各购物中心在暑期积极引入人气甜品烘焙和咖啡类品牌, 帮助提升人气刺激消费。例如, 新中式糖水品牌麦记牛奶公司首进成都便连开数店; 来自上海的裕莲茶楼继续在购物中心拓展门店。

市场展望

2025年四季度, 成都零售市场供应量预计仍将处于低位, 市场需求有望维持稳定, 全市平均空置率或缓慢回落。展望未来, 大众对健康卫生、绿色环保的关注度不断提升, 或将在餐饮、服饰等多个领域推动品牌新一轮的迭代升级。另外, 近年即时零售市场的快速发展和竞争加剧, 或影响与民生相关品牌的市场布局策略。考虑到以旧换新、国补政策对家电、数码等品类商品零售额明显的拉动作用, 针对细分赛道的促消费政策将是影响未来零售市场走势的关键因素。

表1: 成都未来代表项目

项目名	建筑面积 (平方米)	区位	开发商
沙湾双塔荟展新城项目	85,000平方米	金牛区	成都国际会议展览中心有限公司
麓湖隐溪川	110,000平方米	天府新区	成都万华投资有限责任公司
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