MARKET IN MINUTES
Savills Research

深圳 - 2025年1月

零售



空置率下降

体育及户外品牌积极开设区域首店。

- 2024年前11月，深圳市社会消费品零售总额同比增长1.5%，至人民币9,682.9亿元。
- 第四季度，市场无新增供应入市。截至年末，全市总存量维持736.3万平方米。
- 得益于中国传统菜系及日韩料理的扩张，休闲餐饮品牌需求表现突出。体育及户外品牌保持活跃，并开设更多区域首店。
- “谷子经济”的兴起助力二次元周边商店扩张意愿增长。
- 全市平均空置率连续六个季度下降，季末录得7.4%，环比下降0.4个百分点、同比下降1.7个百分点。
- 截至季末，全市租金指数环比下降0.2%、同比下降2.9%，首层平均租金降至人民币每平方米每月531.9元。

“二次元等新兴业态催生了新的消费需求，并为购物中心在未来实现品牌组合多样化带来更多机遇。”

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，

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

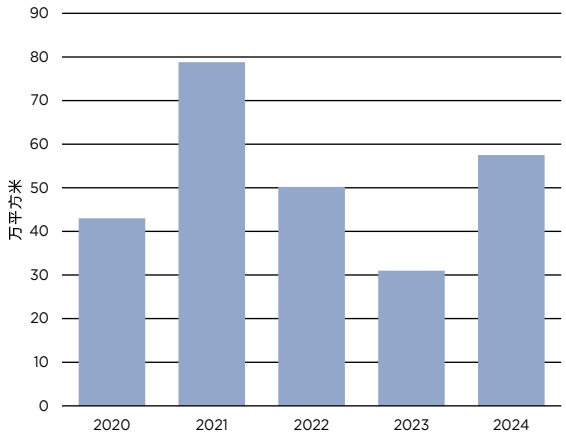
Ray Wu
董事总经理
深圳
+86755 8436 7008
ray.wu@savills.com.cn

商铺部

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

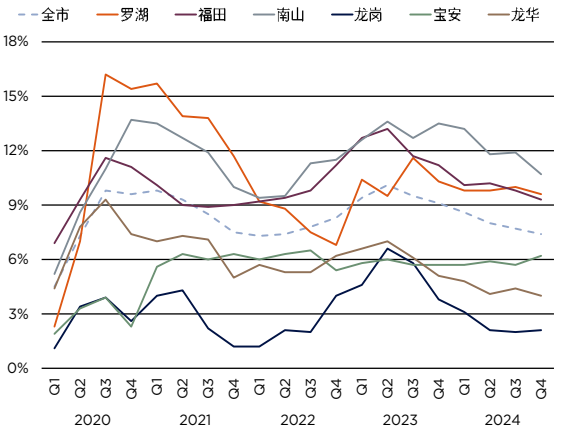
第一太平戴维斯
第一太平戴维斯是一家在伦敦股票交易所上市的全球领先房地产服务提供商。公司于1855年创立，具有悠久的历史传承以及强劲的增长态势。第一太平戴维斯是行业引领者，在全球设有逾600家分公司与联营机构，广泛分布于美洲、欧洲、亚太、非洲和中东地区。本报告仅作一般信息用途。未经事先许可，任何人不得对其相关内容或全部内容进行出版、复制或引用。同时本报告亦不构成任何合同、计划书、协议或其他文档的依据。第一太平戴维斯已尽全力确保报告内容的准确性，但对于该报告的使用而导致直接或间接的相关损失不承担任何责任。本报告版权所有，未经第一太平戴维斯研究部书面许可，不得以任何形式对该报告的部分或全部内容进行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

图1: 全市新增供应，2020至2024



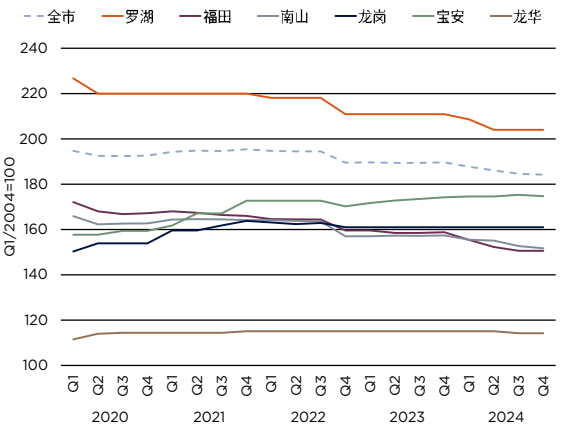
来源 第一太平戴维斯研究部

图2: 各子市场空置率，Q1/2020至Q4/2024



来源 第一太平戴维斯研究部

图3: 各子市场租金指数，Q1/2020至Q4/2024



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

2024年前11月，深圳市社会消费品零售总额同比增长1.5%，至人民币9,682.9亿元。尽管深圳社零增速高于其它一线城市，但仍较2023年同期低5.8个百分点，这反映了消费意愿有所走弱。为了吸引客流并满足年轻一代的新兴需求，零售业主积极调整招商和运营策略，除持续升级餐饮和传统零售品牌组合外，亦在项目中融入新近流行的新兴元素及业态。这不仅推动了市场的品牌更新，也支撑了全市入驻率的增长。

供应和需求

第四季度，市场无新增供应入市。截至年末，全市总存量维持736.3万平方米。

第四季度，餐饮仍然是需求主力，占新租总量的47.0%。餐饮新店中，中国传统菜系及日韩料理表现最优，推动休闲餐饮需求录最大增幅，同比增长28.1个百分点。随着Yee3和茶理宜世等多个奶茶品牌的扩张，饮品及小吃类品牌的租赁需求亦同比增长17.4个百分点。同期，首店经济持续发展，且体育及户外品牌表现尤为瞩目，这可从包括Klättermusen和icebreaker在内的知名品牌设立华南首店中得以印证。

值得一提的是，得益于“谷子经济”的兴起，众多社区型购物中心引入了一系列二次元周边商店或开展相关主题营销活动以吸引客流。例如，中洲湾和壹方城通过品牌更新打造二次元街区，吸引了20余个新品牌进驻。瞩目新店包括：谷子快跑中国首店、三月兽华南首家旗舰店、啾咪谷中国首家旗舰店等。

受上述推动，全市平均空置率六个季度连降，季末录得7.4%，环、同比降幅分别为0.4个百分点及1.7个百分点。

租金

为打造理想品牌组合以应消费者不断变化的消费偏好，业主为目标品牌提供了更灵活的租赁条款以及更大力度的租金优惠。截至年末，全市租金指数环比下降0.2%、同比下降2.9%，首层平均租金降至人民币每平方米每月531.9元。

市场展望

2025年，预计有10个新项目交付，总供应面积达109. 4万平方米。随着新项目的入市，数个具有较强零售运营能力和经验的开发商将首进深圳。这不仅将进一步增强深圳在华南区域的市场竞争力，还将丰富深圳零售物业载体的多样性，为消费者和零售商扩张提供更多选择。2025年第一季度，随着发放文旅消费券等诸多政府举措的影响和即将到来的春节假期推动，消费意愿料有所增长，进而助力改善市场信心并稳定全市入驻率及租金表现。