

中国购物中心发展指数报告

(2017 年第二季度)

商务部流通发展司

中国连锁经营协会

二〇一七年八月

一、总体指数和分项指标

2017年第二季度中国购物中心发展指数为64.8，环比第一季度指数回落3.5，但仍高出荣枯线14.8，体现出整体购物中心市场的发展形势仍然保持较好态势。

表1 中国购物中心发展指数

指数指标	权重	第一季度指数	第二季度指数
全国综合指数	100%	68.3	64.8
➤ 现状指数	60%	63.6	57.9
■ 宏观市场	5%	82.6	79.4
■ 租赁活跃度	8%	80.8	81.3
■ 运营表现	22%	80.1	72.8
■ 成本控制	25%	39.7	33.0
➤ 预期指数	40%	75.3	75.1

其中，现状指数为57.9，环比第一季度下降5.7，出现小幅回落。但整体购物中心市场对未来6个月的预期指数依然达到75.1，有近95%的购物中心业主预计未来6个月内销售额将实现不同程度的增长，各方面的租赁表现也将出现转好。

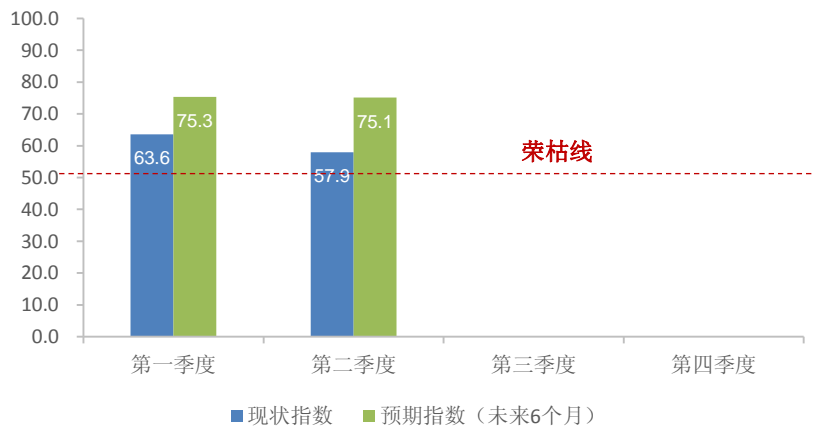


图1 现状指数和预期指数

从分项指标来看，2017 年第二季度购物中心宏观市场指数为 79.4，较第一季度回落 3.3，但明显高出荣枯线 29.4，表明业主对整体市场仍然持有较强的信心。租赁活跃度指数为 81.3，环比第一季度上升 0.5，显示出品牌进驻购物中心的意愿仍然较强。反映销售额和租金收入的运营表现指数为 72.8，环比第一季度下降 7.3。成本控制指数为 33.0，低于荣枯线 17.0，环比第一季度进一步下降 6.7，说明业主的运营成本继续上升，主要源于业主继续在营销和大数据等新技术应用方面加大投入。2017 年第二季度，分别有 54%和 46%左右的业主加大了这两方面的投入。

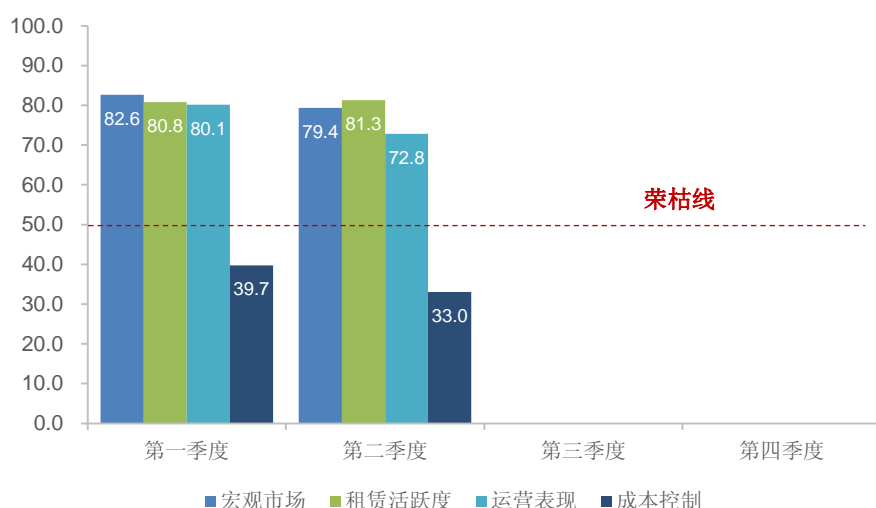


图 2 现状指数分项指标

二、分城市能级指数

2017 年第二季度，部分城市能级指数出现不同程度的下滑，但整体市场仍在荣枯线之上。其中：**一线城市**指数为 64.5，环比第一季度回落 4.1，小幅领先于二线和三线及以下城市。**二线城市**指数为 64.3，环比第一季度回落 2.7。**三线及以下城市**为 63.4，环比第一季

度回落 4.2。

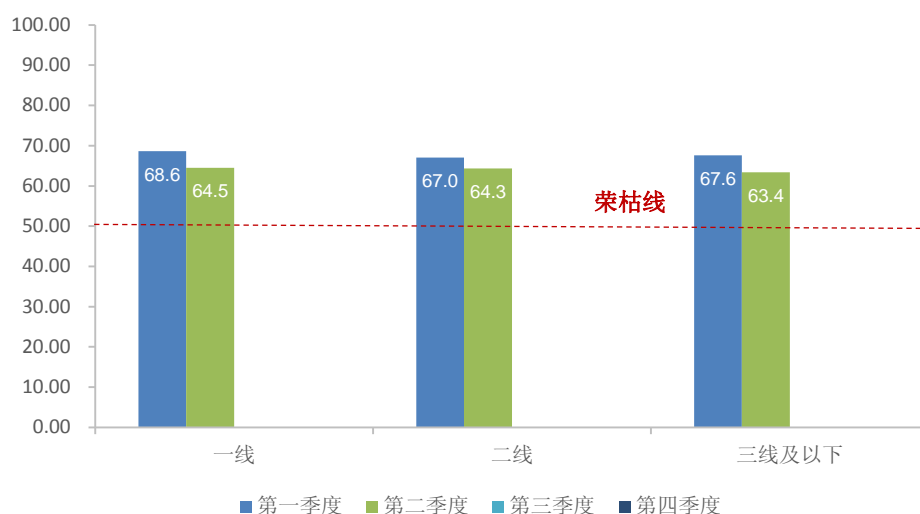


图 3 城市能级综合指数情况

三、分不同类型物业指数

2017 年第二季度，都市型、地区型和奥特莱斯型物业指数分别为 64.0、61.2 和 65.8，环比第一季度分别回落 5.3、3.6 和 4.9。销售额和租金收入略有下滑是导致都市型和地区型物业指数下降的主要原因。而奥特莱斯型物业运营表现进一步转好，但运营成本出现明显上升，尤其在接入大数据和加大新技术投入上。

与该三种物业类型不同的是，2017 年第二季度社区型物业指数为 73.5，环比第一季度进一步提升 5.9，反映出销售额和租金收入的运营表现指标良好。超过 80%的购物中心项目于季内实现销售额和租金收入的环比增长，超过 90%的项目接到更多的租赁问询。

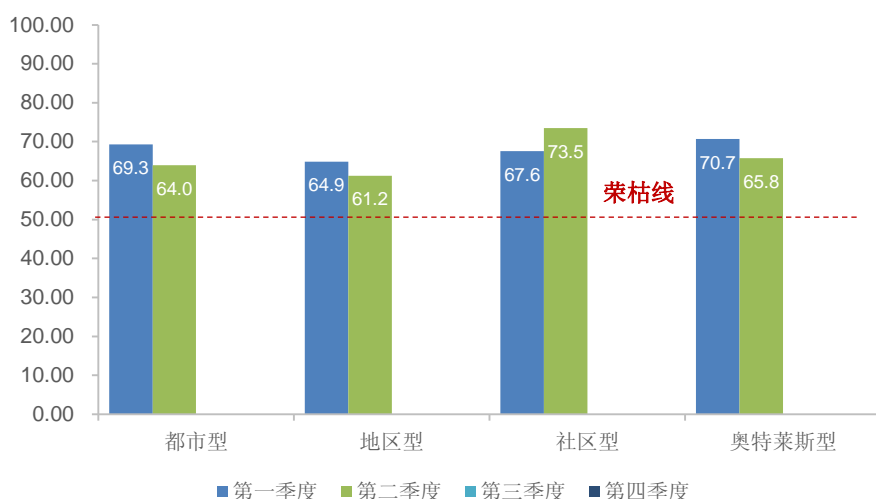


图 4 购物中心类型综合指数情况

总体上看，经历了 2017 元旦和春节双节的销售旺季，在年中夏季促销打折活动尚未完全拉开序幕的影响下，中国购物中心发展指数于 2017 年第二季度出现小幅回落，反映销售额和租金收入的运营表现指标以及业主加大营销和新技术投入的成本控制指标出现不同程度的下降。但纵观整体市场情绪，大部分购物中心业主仍持乐观、积极的运营态度，租赁活跃度仍然处于较为活跃的水平。

进入 2017 年下半年，十一黄金周和年底打折季的来临将对购物中心市场的回暖起到推波助澜的作用，业主对市场的信心将进一步转好。