

2023 年上海将新开购物中心45家

上海400家购物中心应该如何「卷」

钱鑫

2022 对上海购物中心来说,可谓是修整年,全年新开业购物中心(3 万平方米以上)共 20 家,其中新建开业 10 家,数量比 2021 年减少 27 家。

不过,2023 年上海购物中心发展将会继续加快步伐,全年上海将新开 45 家购物中心。至此,上海 3 万平方米以上的购物中心将超过 400 家。这是日前由上海购物中心协会发布《上海购物中心 2022—2023 年度发展报告》中透露的信息。

当电商、线上购物已成为人们全新的购物方式时,400 家购物中心,对上海来说,是多了还是少了?

每周逛一次,要逛 7 年才逛完

在短暂的喘息后,今年上海的购物中心继续快马加鞭,全年又将新开 45 家购物中心。根据资料,2022 年上海新开购物中心 20 家,2021 年上海新开购物中心 47 家。

截止 2021 年底,美国超过 3.7 万平方米的购物中心不到 3000 个,全日本超 10 万平方米的购物中心只有约 10 个。而到目前,上海超 3 万平方米的购物中心有约 355 个,其中,超 20 万平方米的超级型购物中心有约 15 个。

上海汇聚了全球最顶级的消费资源,全球零售商集聚度达 55.3%,在全球城市中排名第 2,仅次于迪拜,已超过伦敦、巴黎、香港、纽约、新加坡……

在上海,购物中心让你逛不完。355 个商场,如果每周逛一个,要逛 7 年才能全部逛完。上海的购物中心(广场)密度越来越高,竞争也越来越激烈。

仅浦东就有 77 家商场

上海的购物中心可谓遍地开花,但区域分布也有所不均。截止 2022 年底,购物中心数量最多的是浦东新区达 77 家,其次是闵行区 43 家,黄浦区 33 家……这些区可谓购物中心呈现“门对门”的抢客模式。但是,金山区仅有购物中心 4 家,崇明更仅有 1 家购物中心。

浦东新区称得上是家大业大,坐拥 1210 平方公里的面积优势,轻而易举地拿下了上海各区商场数量和面积的双重第一。浦东拥有 77 家商场,而且超 10 万平方米的商场有近 20 家,比排名第二的闵行,足足多出 34 个商场。

而拥有 1413 平方公里的崇明区,购物中心数量和面积却很少,只有 1 个购物中心。

虽然浦东商场数量虽多,但大部分优质的大型购物中心都集中在陆家嘴和周边地区,如国金中心、陆家嘴中心、八佰伴等。而浦东的非中心区域,汇聚了周浦万达、康桥新田 360、周浦永乐广场等购物中心,这些购物中心大多走社区线路。

2023 年,浦东拟新开多个购物中心,其中包括康桥的领丰汇、航头的金航城、曹路招商花园城、前滩 1+plaza 陆家嘴广场、前滩 31 乐荟等。

购物中心呈两级化发展

疫情三年,其实也是购物中心重新洗牌的三年。购物中心也呈现明显的两极化态势,大的更大、小的更小,强者更强。

一方面,大体量、规模化、连锁化的购物中心抗风险能力更强、数字化转型成功;另一方面,无经营特色的购物中心面临的压力非常大,受社区团购、消费线上化等因素影响,客流下滑严重,空置率处于高位。

根据上海市有关商业机构的信息数据和对部分重点购物中心抽样调研,2022 年各购物中心受新冠疫情的严重影响,经营总体同比下降 25.4%,一些经营调整快、销售新能源车的购物中心,弥补了销售规模;一些以经营高档品牌奢侈品的购物广场,相对同比下降幅度小些;有些传统单一的购物中心经营规模降幅达 30% 左右。

购物中心经营总规模为 2000 亿元左右,经营总额约占全市社会消费品零售总额 12.6%,比上年下降了 0.36%。

2022 年因疫情因素,新开业 3 万平方米以上的购物中心仅 10 家,且都在第四季(多数在 12 月中下旬)开业,是多年来最少的。

大家熟悉的位于步行街上的置地广场也关门歇业,伊势丹百货将在 2024 年合约到期后停止运营。

购物中心经营总规模为 2000 亿元左右,经营总额约占全市社会消费品零售总额 12.6%,比上年下降了 0.36%。

2022 年因疫情因素,新开业 3 万平方米以上的购物中心仅 10 家,且都在第四季(多数在 12 月中下旬)开业,是多年来最少的。

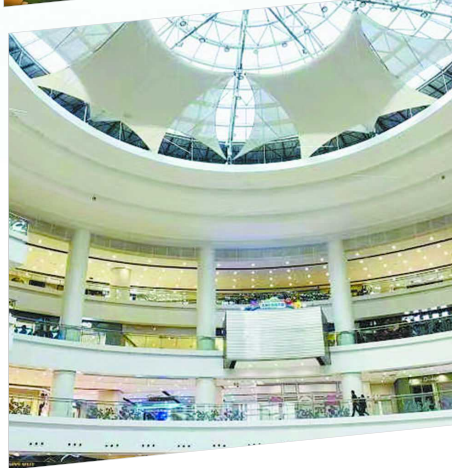
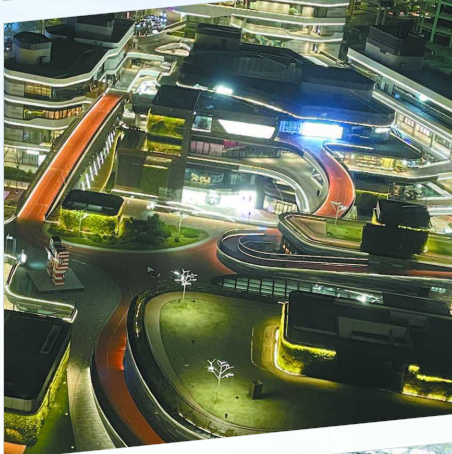
大家熟悉的位于步行街上的置地广场也关门歇业,伊势丹百货将在 2024 年合约到期后停止运营。

如何拥有好看的皮囊、有趣的灵魂

近年来,圈层经济层出不穷:健康经济、她经济、宠物经济,再到近期流行的露营、飞盘等户外经济,纵观核心消费者,Z 时代已经开始崛起成为主要消费群体。他们更加个性、自我,追求独特体验、悦己消费,同时喜欢国产品牌、国风 and 国潮。

购物中心为适应新需求,业态创新将是购物中心永恒主题,国潮+新潮相融合的业态,将成为适应人们新消费的风景区。

新天地二期的升级换代,张园的开发利用,“今朝八弄”与新建商业中心联动,将经典与时尚融为一体,商业+文化、商业+艺术、商业+运动



健身等跨界复合体验型品牌将以首店首发等形式,不断呈现在消费者面前。

“围炉煮茶”、主题市集、露营微度假、微电影微剧场、智创电玩、新能源车展销等既有中式消费又有时尚体验的跨界业态更受消费者青睐。

随着数字化在实体商业的运用越来越普及,运用数字化技术进行运营创新,营造新场景,将成为主要的竞争手段和致胜法宝。“元宇宙”技术的开发运用,将现实场景与虚拟场景有机融合,让人们得到前所未有的情感享受,将是购物中心聚客增流重要内容。

静安成为“首店”首选

上海被视为“首店经济”的标杆城市,无论经济实力,还是消费潜力,都是国际品牌首入中国、国内品牌孵化新品牌、尝试新业态的首选地。据中商数据统计,2022 年上海共计引入 1073 家首店(含旗舰店/概念店),与 2021 年的 1078 家基本持平,数量和质量继续保持国内城市领先地位。疫情带来的两面性,一方面使不少品牌闭店,另一方面位置优质但空置的店铺出现,助推了新的首店。

2022 年上海“首店经济”出现了一些新动向。例如,“首店大区”宝座易主,从引入数量与能级上看,静安区首次超越黄浦区;上海引入“高能级首店”(全球首店与亚洲首店)12 家,这些店只分布于上海的四个区;新开项目容易受到首店青睐是不争的事实,几家老牌商业地标在吸引首店方面依旧表现不俗。

从首店选址最青睐区域看,静安、黄浦、徐汇、浦东、长宁、闵行、普陀七区占据

了全市近九成首店份额。其中,能级和时尚度最高的全球首店、亚洲首店则只出现在静安、黄浦、浦东、徐汇四区。其中,静安区高居榜首,2022 年引入 225 家首店品牌,全球首店、亚洲首店、中国大陆首店达 35 家,显示出对消费风向和潮流的引领。

特色餐饮是购物中心的体验场

无论线上购物如何红火,但人的社交、体验属性永远是刚需,购物中心对消费者的最大价值还是在于“体验”。作为一个连接人与货的场,购物中心的链接能力很关键,其中购物中心的餐饮业变得越来越重要。

餐饮首店入驻购物中心,能够快速引流,首店的新鲜感驱动着他们去打卡拍照,为首店带来更大的流量窗口;其次是餐饮进行跨界融合产生出更多元化的形式,会给消费者带来新鲜感,促使消费者更容易去体验尝鲜。一些传统老字号餐饮将不断创新升级,复合型的集文化艺术、健身健美、娱乐潮玩于一体的组合餐饮更受“Z 世代”的欢迎。

疫情后餐饮消费将出现新模式,根据消费者喜好和要求提供个性化定制菜肴,为家庭朋友聚会提供私密会所型餐饮服务等特色餐厅也将掀起,餐桌文化将不断丰富。

A 世代宝宝拉动消费

随着“Z 世代”年龄的增长和成家立业,不断新生可爱的宝宝,称之为“A 世代”,这些“A 世代”宝宝在“Z 世代”家庭培育成长,他们有全新的培育理念和新的需求,一些购物中心(广场)将这一需求作为与“Z 世代”消费密不可分的重要的消费势力,冠以“婴儿水(泳)馆”、“儿童中心”、“儿童天地”、“儿童乐园”、“儿童冰雪”等成为购物中心不可或缺的新消费场所,将是不可忽视的新消费势力。

社区商业催生新模式

与社区居民最密切的社区商业采取全新的互联网手段,和社区居民进行链接,利用已有的社群、“团长”、“团购群主”,以“邻距离”提供便捷的一刻钟便民服务。从 2023 年上海拟新开的购物中心项目看,3~5 万平方米的有 20 家,其中 3 万平方米以下社区商业广场占上海新开项目的 50% 以上,社区商业成为新蓝海。

复合型、体验式、便捷化将是社区发展的新特征,经营定位呈现多元化、差异化:家庭生活中心型,主要以怡老、亲子业态为主,充满家庭美满生活气息;文娱健康型,以青少年消费为对象,以健身运动、体育竞技、创智创业、文娱培训为主,充满健康向上,朝气蓬勃的气息。

如百联曲阳购物中心、南方国际圆心汇、浦东漫乐城等社区型购物中心(广场),根据自身所处区位、自身布局特点以及周边小区消费者需求情况,和社区消费者进行链接。如百联曲阳购物中心的“邻空间”、“邻剧场”活动,深受周边居民消费者欢迎和好评。



物资回收

高价收旧书画银元家具

大正堂高价收旧瓷器、玉器佛像、香炉、印章、砚台、旧扇子、竹木牙雕、老纸币、旧箱子、像章、小人书、旧旗袍、旧被面、布料、文学书籍等免费上门估价

南昌路 611 号近襄阳南路

52733361 13564330778

保险公告

经上海银保监局批准,中国人寿保险股份有限公司上海市市中支公司地址变更为上海市黄浦区云南南路 301 号 5-7 楼,机构编码 000005310101,联系电话 021-20712000,特此公告。

综合分类

《新闻晨报》综合分类、遗失、注销各类声明广告

投放热线:22895373