

楼市整体保持平稳 “大来之势”已然显现

日前, CBRE 世邦魏理仕发布《2024 年上海房地产市场回顾及 2025 年展望》, CBRE 华东区区域董事总经理陈学海表示, 过去一年, 市场的挑战显而易见, 但随着各项宏观政策显效发力, “大来之势”已然显现。

金融行业占办公楼需求首位

据 CBRE 数据显示, 2024 年上海办公楼市场共录得 12 个新增供应, 共计 79.4 万平方米, 同比下降 28.2%。从供应区域来看, 主要布局在淮海中路、徐汇滨江、浦东世博、世纪大道和五角场子市场。

行业需求方面, 金融业以 19% 的占比位列全年首位, 其中投资管理、保险和证券是全年租赁活跃度最高的三大子行业。TMT 行业需求同比回升, 占比 16%, 其中软件系统开发、平台互联网及电商的需求占比较高。消费品制造业需求也占 16%, 主要集中在汽车、新能源汽车和快消品相关企业的租赁需求。专

业服务业位列第四, 占比 12%, 其中以内资律所、咨询及广告公关等相关企业的租赁需求最为突出; 从行业租户与热点区域来看, 陆家嘴集聚金融业及以内资律所为代表的专业服务业企业。南京西路则持续吸引众多外资消费品制造业和外资私募基金公司。淮海中路板块则吸引了生物医药行业和国内律所的入驻。降本增效是 2024 年几乎所有企业的主旋律, 部分企业开始从核心商务区迁移至非传统商务区, 或将非核心职能部门转移到性价比更高的区域和楼宇, 同时在市中心保留前端部门。

零售物业市场需求趋于保守

2024 年上海零售物业市场共录得 3 个新项目入市开业, 分别为徐汇万科广场, 宜家荟聚购物中心和吉宝静安中心, 总计 35.3 万平方米。同时, 在实体店面临时代挑战的背景下, 有 4 个项目暂停营业或将拆除重建, 分别

为第六百货, 中创大厦, 818 广场和梅龙镇广场。新老项目的更新换代反映出, 随着消费需求增长缓慢和项目竞争加剧, 人们愈发青睐于空间品质更高、购物体验更佳的购物中心, 逐渐舍弃了传统的百货中心购物模式。

2024 年, 全市空置率同比上行 1.3 个百分点, 全市购物中心首层租金全年同比下滑 0.9%。2024 年市场消费需求趋于保守, 但餐饮品类整体表现坚挺, 依旧为主力需求, 占比 39%, 以中餐、饮品和烘焙点心等细分品类布点活跃; 时尚服饰类需求占比 25%, 以女装、运动户外以及设计师品牌需求最为活跃。国内外高能时装品牌持续落址, 满足着人们对于服装品质的需求; 服务类需求占比 13%, 特别是以美容、理疗、体育和娱乐为主的悦己经济品牌都有扩张。

仓储物流市场迎来供应高峰

2024 年上海仓储物流市场迎来供应高

峰, 共计 7 个新项目, 总体量达 135.5 万平方米, 位于上海西南区域的金山、青浦、松江和奉贤, 多为三层及以上物业。其中新宜金山银河一号 A 地块(三期)体量达到 70 万平方米, 是上海有史以来规模最大的高标仓。

三方物流和制造业引领上海全年新增租赁, 分别占比 61% 和 31%。在推动新质生产力发展和产业升级的背景下, 越来越多客户选择供应链物流服务, 通过覆盖采购、生产、流通、零售及售后的全链条管理降本增效, 而不仅限于成品仓配, 本年度来自供应链物流的新租占比达到 34%; 此外上海庞大的消费市场及快节奏的生活方式需要快速及时的配送, 城配型需求依然在稳步扩张。制造业方面, 医药行业在上海不同区域布点, 旨在逐步完善零售端及医院的物流体系, 搭建满足全市单日多次的配送服务体系; 其他扩张的制造业企业还包括化工及家电家具企业, 需求集中在金山、松江和宝山。

打造乐高乐园度假区“双景点” 商业地产+文旅开创商业新模式

日前, 上海乐高乐园度假区公开了幻影忍者主题区的亮点与游玩项目。根据计划, 今年 2 月还将启动大规模招聘活动, 为乐园的开业储备超 1500 名优秀人才, 涵盖季节性岗位、实习生岗位及全职岗位。从高调亮相进博会, 到陆续公开 8 大主题区并开启员工招聘, 一系列大动作代表着备受期待的上海乐高乐园的开业日期已日益临近, 上海金山区以及相关板块的文旅、消费等产业将迎来新的发展机遇。

■上海西南洼地期待国际顶流 IP 成为新增长极

近日, “携手乐高 创意未来”2024 年金山区文旅产业招商推介活动举行, 现场发布了《金山区文化和旅游项目投资指南》, 共推出 32 个优质文旅招商项目, 涵盖酒店、度假康养、生态休闲、节庆活动等多个领域, 总投资额超 513 亿元, 吸引全国 30 余家企业到场考察交流, 共谋合作发展。“上海乐高乐园度假区是全市‘十四五’重大旅游投资项目, 也是金山区的文旅名片, 其建成对于推动地方文旅产业迈向更高质量、更高水平发展有着重要意义。”在《金山区文化旅游发展“十四五”规划》中明确指出, 乐高主题乐园度假区是金山区重点建设的两个文化旅游高峰项目之一。金山区正以上海乐高乐园度假区为引擎, 推动周边地区餐饮、住宿、交通、商业的发展。金山区为何如此重视乐高乐园? 因为上海迪士尼就是一个带动区域发展的成功样板。

据《上海迪士尼项目对经济社会发展带动效应评估》报告显示, 迪士尼乐园开业首年

(2016 年 6 月 16 日至 2017 年 6 月 15 日) 游客接待数超过 1100 万人次。2011 年~2016 年建设期间, 项目固定资产投资对上海全市 GDP 年均拉动 0.44%, 年均拉动新增就业 6.26 万人次。随着上海迪士尼的建成和开放, 川沙的交通和基础设施明显改善, 土地价值和资产价值也稳步攀升。

■坐拥无缝衔接乐园优势, 打造“不止乐园”的全新体验

目前, 上海乐高乐园周边的大型商业体、酒店民宿群等商业设施的建设正紧锣密鼓地开展着, 交通、生态、配套等日趋完善。在上海乐高乐园度假区内, 上海首家希尔顿嘉悦里酒店的建设正按计划顺利推进, 预计 2025 年内开业。最受关注的核心商业街爱琴海·缤纷里已基本完成主体工程, 进入内外装饰施工, 根据计划将于 2025 年与上海乐高乐园同步开业。爱琴海·缤纷里, 作为全国首个国际 IP 乐园旗舰商业, 位处上海乐高乐园度假区核心区域, 毗邻乐园西侧, 其中心广场与乐园入口无缝衔接, 是乐园唯一的主入口。规划地上商业建筑面积达 7.4 万平方米, 地下 15 万平方米停车场配备 4000 个车位。区别于传统商业街区, 爱琴海·缤纷里突破性开发了全新“双景点”运营模式, 与乐高乐园同频的同时希望打造成吸引力不亚于乐园的人气目的地, 通过引入首发首店, 开发众多新型业态, 让消费者可以感受到“逛完乐园, 还有乐园”的全新体验。在商业内容的规划上, 爱琴海·缤纷里将通过乐享野趣生活、文化生态生活、缤纷欢聚生活为主题的三大

特色区域构建全新消费场景, 并结合乐园元素, 打造特色店型。业态布局方面, 目前餐饮占比约 40%, 零售和配套各占 30% 左右。

在招商方面, 爱琴海·缤纷里汇聚了全国优质旗舰资源, 引进 100 余家首进品牌及多个创新业态组合, 打造零售、体验、娱乐、宠物业态的全国首创店型和互动内容、专注于文化内容、生活方式、IP 旗帜、艺术策展、时尚潮流等互动体验业态。截至目前, 星零界全国首家像素社交概念空间、多栖博物全国首家化石主题餐厅等垂类头部店铺有望在此项目落地, 其中, 巧克玩家全国首家度假区定制店、BAMBOOMATES 全国首家旗舰店、港丽 / chilis / 龟兹全国首家度假区旗舰店、夯食全国首家玻璃美学店、BONJOUR 全国首家轻餐旗舰店、悦璞食堂全国首家度假区定制店、PENROSE 全国首家大师旗舰店等已确定入驻, 未来还将陆续引进更多旗舰品牌。

爱琴海·缤纷里将推动“首发经济”成为项目的鲜明标签。依托“乐高乐园+商业街”的黄金组合, 期望打造长三角地区休闲旅游新胜地的流量入口, 未来吸引更多新业态、新品牌、新场景落地, 放大文旅高峰项目的辐射溢出效应, 积极推动区域整体开发, 创造更多元的商业、文旅、消费新场景。

■全国首个国际 IP 乐园旗舰商业, 或将开创商业地产+文旅新模式

目前, 全球知名主题乐园 IP 的周边商业体大多为自营模式, 而上海乐高乐园和爱琴海·缤纷里项目或成为全球范围里难得的全新样本。值得一提的是, 爱琴海缤纷里项目在

运营模式上也有创新。此前, 在商业地产领域, 国内头部商业管理公司较少参与文商旅项目。而该项目的投资方为新金山投控集团, 管理运营方为爱琴海集团, 由商管公司直接参与文旅项目极具开创性, 未来可期。

业内分析人士表示, 目前常见的文商旅有两种模式, 一种模式是依托于大景点, 在景点之外打造自营商业街。此类商业街给人留下的普遍印象是品质一般、商铺重合度高, 品类多集中于小商品、小吃等, 与国内优质的连锁品牌关联度甚少。一些与景点主题有紧密关联性的场景, 例如滑雪场等也是如此, 场外一般优先链接一些较为垂直的户外品牌。此类项目的核心任务仍是打造并服务好景点本身, 景点以外的内容作为配套, 优先解决“有没有”的问题; 另一种模式是通过“商业+”的概念, 建立一个新的商业综合体, 将其也打造成景区并作为景区来运营, 这一模式目前再国内的成功案例还不多。而在商业运营领域, 国内偏头部的商管公司, 目前参与到文商旅项目中的也不多, 大部分的商业项目仍聚集在城市生活。

因此像乐高乐园度假区的商业体这样, 让一家专业的商管公司进入, 与乐园本身成为对等的主体, 通过专业团队进行独立运营而非作为配套或自营, 算是一个比较新的文商旅合作模式。可以期待的是, 像爱琴海这样拥有商业运营领域多年经验及资源的合作伙伴, 嫁接到文旅项目中, 有机会为度假区打造具备独立吸客能力与标签印象的商业体。它将拥有更丰富的业态, 主力店铺对标市中心的头部商业, 也能更好地服务乐园的客流。

