

八大趋势重塑零售商业版图

近日,第一太平戴维斯发布《2026 零售商业趋势》报告。在“悦己”与“理性”并行的当下,八大趋势正在重塑中国零售版图,一批逆势增长的玩家已经悄然入局。第一太平戴维斯中国区市场研究部负责人简可表示,在消费分级与需求分化的双重作用下,具备强内容创造力、深度客群运营能力的市场主体,正逐步构建起穿越周期的核心竞争力。未来零售版图将围绕场景体验力、品牌内容力与空间弹性力三大维度展开新一轮价值重塑。

●趋势一:养好自己——泛健康业态延伸 消费者对健康的关注已从基础的疾病预防延伸至日常的身心健康管理和心理疗愈。报告显示,2025 年购物中心内泛健康品类新租户占比提升至 11.3%。运动户外、养生按摩、冥想颂钵等“身心康养”业态逆势扩张,线下运动社群成为驱动消费的重要力量。商场可通过“IP 活动+商户联动”,将健康打造为一站式场景体验。

●趋势二:小确奢——精神压舱石 在不确定性增强的背景下,以金饰、香氛和限量潮玩为代表的“小确奢”消费成为情绪价值的重要出口。这类消费具有低单价、高频次的特点,在 2025 年店铺面积同比增长显著。商场通过精细化品牌组合与氛围营造,可形成该类业态的聚合效应与消费转化。

●趋势三:硬折扣——理性平替 与依赖尾货的软折扣不同,硬折扣模式通过优化供应链和自有品牌实现可持续低价,精准匹配了消费者对性价比的追求。除传统奥特莱斯外,折扣超市、品牌折扣仓等模式正加速融入日常生活,成为购物中心吸引客流、消化大面积空间的有效方案。

●趋势四:创意土壤——新消费零售超越传统服饰 以

运动户外、电子产品、生活方式品牌为代表的新消费业态,在样本购物中心中的占比首次超越传统时尚服饰,达到 16%。IP 潮玩、智能硬件等品类呈现逆势高成长,头部品牌通过旗舰店将线下场景升级为“IP 朝圣地”。快闪店、慢闪店等“小步快跑”的试水模式,成为品牌创新的重要路径。

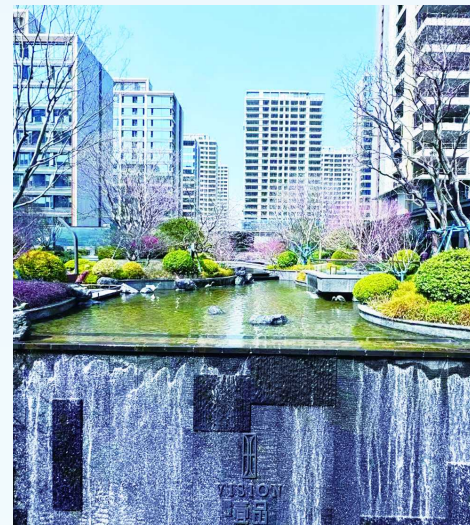
●趋势五:线上线下一——互联网时尚进军线下的第二次浪潮 与十年前不同,新一代互联网品牌进军线下更注重品牌形象塑造与沉浸式体验,力图实现从“网红”到“长红”的升级。线下门店的功能不再局限于销售,而是强化体验、建立信任、实现全域融合的关键触点。

●趋势六:大店筑景——打造不可复制的城市级景观 奢侈品牌与头部运动品牌正加速优化线下布局,关闭低效店铺的同时,重仓核心城市地标,开设具备景观意义的体验型旗舰店。这些“大店”不仅是销售空间,更是品牌愿景的体现和公关声量的来源,为商场带来强大的聚客效应。

●趋势七:小而生趣——塑造有温度的城市微光 面对大体量一站式商业的竞争,小体量项目通过创意运营、微更新和社群链接找到差异化生存路径。非标商业、旧改项目通过引入主理人品牌、独立设计和高频策展,将空间塑造为周边居民的精神角落和日常延伸。

●趋势八:弹性艺术——赋予商业空间持久生命力 商业空间的弹性成为适应未来不确定性的关键。报告提出,空间需从固定单元排布转向灵活、交互的场景,通过“长期+快闪”的混合业态组合和持续的内容更新,保持空间活力。无论是品牌还是商场,都需要将创意转化为可持续的商业实践,在创新与风险间找到动态平衡。

市场 资讯

沪皖媒体走进高速地产
探寻“好房子”品质密码

近日,“匠心筑品沪皖同行——主流媒体走进高速地产”深度探访活动在上海、合肥两地举行。来自沪皖两省市的十余家主流媒体代表,实地探访高速地产集团在沪皖的多个标杆项目,近距离观察这家安徽省属国企从“品质开发商”向“美好生活服务商”转型的坚实步伐。

在上海闵行,安高·海印华庭紧邻淀浦河,通过“南低北高”的错落布局,将河景与日照资源最大化。项目打造的社区会所与架空层空间,涵盖泳池、健身、会客等功能,精装选用国际一线品牌,主卧配置美妆冰箱等细节,体现出对改善型需求的精准回应。同样位于上海的安高申宸院,地处浦东唐镇,采用现代简约风格,外立面以石材、铝板搭配大面积玻璃幕墙,景观遵循中轴对称布局,配备全龄化设施与跑道。

品质的追求在合肥的项目中更为具象。在滨湖金融板块的尚阖院,实景图呈现出的不仅是空间,更是对细节的执着。入口处的蓝钻水景,石材规格与弧度经过反复打磨,无水时亦能折射波光;从泰安干株黑松中精选的原株,经全冠移植实现“交房即见苍劲”。园区内,约 7180 平方米的景观组团与中央草坪相映成趣,针对规范要求的消防登高面,项目以三色石材挑色拼接,通过精准排版将功能空间自然融入园林。

产品形态的创新在壹品森境得到集中体现。该项目容积率仅 1.8,规划 212 户纯粹大平层社区,核心亮点在于“立体生态住宅”——户户私享约 45 平方米空中花园,奇偶错层设计使挑高最高达 5.7 米,全边户实现 270° 环幕视野。建筑立面以“浮岛美学”为理念,采用全幕墙体系,约 1900 平方米的下沉会所则为居者提供了恒温泳池、艺术画廊等精神栖息的场所。

作为“壹品系”高阶首作,高速·壹品于今年荣获安徽省“好房子”示范项目称号。项目占地约 117 亩,仅规划 818 户,绿地率达 42%。园林以《富春山居图》为灵感,打造约 2.6 万平方米实景展示区与长约 300 米景观中轴,约 450 米风雨连廊与叠水瀑布勾勒出东方山水意境。超 3000 平方米的双会所集成恒温泳池、私宴厅、室内高尔夫等 12 大功能空间。

如果说精工品质是高速地产的硬实力,那么对社区生活的营造则展现出其软实力。在尚阖院,“He 屋社群”服务生态的构建,打破了传统社区“物理居住空间”的单一属性。通过专属小程序,业主可实时参与活动招募、分享生活日常、兑换洗车洗衣等权益。常态化举办的社群活动覆盖全龄段,从新春脱口秀到元宵花灯手作,从女神节花艺到教育规划讲座,让社区成为邻里情感联结的载体。目前,He 屋已打造瑜伽、花艺、亲子、篮球等四大主题社群,并启动主理人招募计划,鼓励业主成为社区生活的主角。

从上海到合肥,高速地产通过产品与服务的双重发力,为城市美好生活提供了可感知的样本。

建发房产入沪 21 载
与城市共谱新章

建发房产,入沪二十一载,秉承“新中式生活匠造者”的理念,将匠心揉进时光,把诚意写进土地。三十余座作品如明珠镶嵌申城各主要核心板块,点亮 30000+ 业主的归处。

根植文脉 匠筑恒久作品

建发房产 I 上海深研城市肌理和文脉底蕴,筑造可承载文化与精神的生活居所,从建筑选材上的精益求精——如石材、铝板等,赋予建筑历久弥新的美学价值;到联接非遗传承人及匠造大师,将古法技艺融入现代工法中,让东方美学在当代建筑中焕发新生。因地制宜的先后落地“锦·秀·华·章”四大产品系,以多元风格回应海派文化的包容气质。

“锦”系:保利 I 建发·璟玥府作为王府中式的代表作,仅以半年时间三开三爆热销嘉定。建发·观唐府以盛世唐风大气雍容,成就金山又一人居美学作品;“秀”系:保利 I 建发·印象青城,青

浦首个约 50 万方风雅宋韵大盘;建发·瑞湖以低密传世湖墅,将非遗漆画、千年青瓷臻藏于筑,让宋韵雅致恒久收藏;“华”系:建发·海阔首府、建发·海宸以高浓度的海派东方美学,邀请非遗大师,将掐丝珐琅等非遗作品融入建筑,为海派人居注入了全新的文化注脚;“章”系:建发·朗玥以滨水为境,将诗意栖居凝练为归家动线;建发·云湖玥则以湖居为底色,让诗意园境推窗即见、举步可享。

智美相融 悦享格调生活

作为建发房产全国五大灯塔项目之一,建发·海宸择址新江湾城核心贵地,以 1.55 超低容积率规划建面约 105-250 平方米小高层、洋房、叠墅产品,将约 1 公里水岸公园与 11.4 公顷生态湿地揽入怀中。项目以“中魂西骨”为核,融合海派文化底蕴,打造约 4200 平方米摩登会所,让东方礼序与现代奢享于此和鸣。

保利 I 建发·印象青城以约 50 万平方米大城风范,回应一座城的人居期待。规划建面约 91-185 平方米全龄舒

居产品,随着 2025 年一批次圆满交付,大城蓝图正加速兑现:外享百万方公园、青浦市民中心、沿河运动公园;内拥约 1000 平方米高定会所——恒温泳池、健身房、瑜伽室一应俱全,更有全龄架空层泛会所,精准匹配一代人的生活所需。

建发房产 I 上海深耕金山五载,已圆满交付两大作品。2025 年建发·朗玥与建发·瑞湖双盘齐耀,持续引领金山品质改善人居进阶。建发·朗玥,滨水大宅全维实景呈现,规划建面约 97-143 平方米高层及建面约 147-203 平方米平墅产品,打造天然景观河道、全龄架空层泛会所,将低密居住的静谧与邻里互动的温情巧妙平衡。

2026 年,建发房产 I 上海再拓版图,于美兰湖畔打造全新低密力作——建发·云湖玥。作为美兰湖首个诗意东方作品,以约 1.5 超低容积率及抬板设计,敬献宝山首座低密浮岛住区。项目“浮岛洋房住区”打造六大核心优势:更低密的社区、更立体的景观、更平权的视野、更丰富的会所、更安全的归家动线、更纯粹的功能空间。