

中国购物中心发展指数报告

(2017 年第三季度)

商务部流通发展司

中国连锁经营协会

二〇一七年十一月

一、总体指数和分项指标

2017年第三季度中国购物中心发展指数为66.9，环比第二季度指数上升2.1，并高出荣枯线16.9，呈现出整体购物中心市场继续保持积极向上的态势。

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	第三季度指数
全国综合指数	100%	68.3	64.8	66.9
现状指数	60%	63.6	57.9	63.4
■ 宏观市场	5%	82.6	79.4	79.2
■ 租赁活跃度	8%	80.8	81.3	80.7
■ 运营表现	22%	80.1	72.8	83.0
■ 成本控制	25%	39.7	33.0	37.5
预期指数	40%	75.3	75.1	72.0

其中，现状指数为63.4，环比第二季度提升5.5，主要受益于运营表现指标的明显转好，成本控制亦有所改善。但整体购物中心市场对未来6个月的预期指数略有下滑，预期指数为72.0，环比第二季度下降3.1，运营成本仍然是业主较为关注的指标。

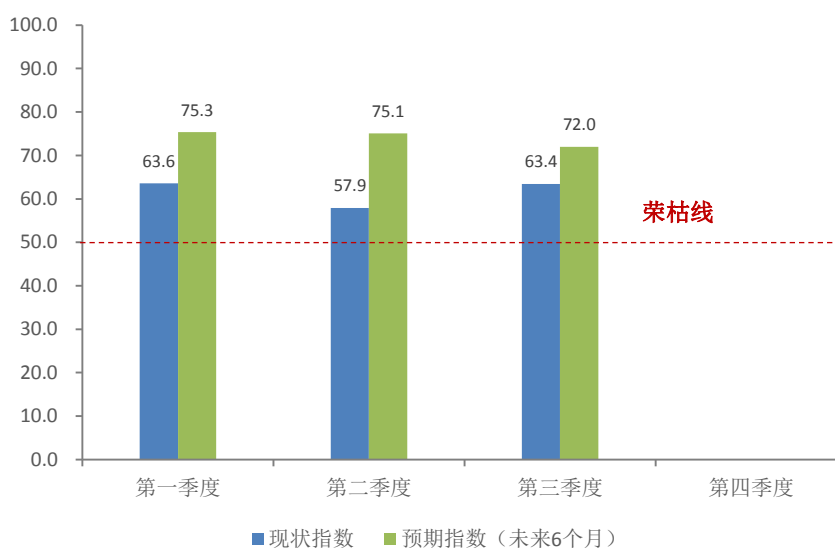


图1 现状指数和预期指数

从分项指标来看，2017 年第三季度购物中心宏观市场指数为 79.2，较第二季度小幅下降 0.2，基本保持稳定且高出荣枯线 29.2，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 80.7，高于荣枯线 30.7，体现出市场租赁活动仍然处于较为活跃的状态。运营表现指数为 83.0，较第二季度出现了明显的提升，环比上升 10.2，有 72%和 74%的项目在第三季度内实现了销售额和项目租金收入的增长。成本控制指数为 37.5，低于荣枯线 12.5，但环比第二季度有所改善，说明业主仍在积极地调整运营策略以更好地控制成本支出。

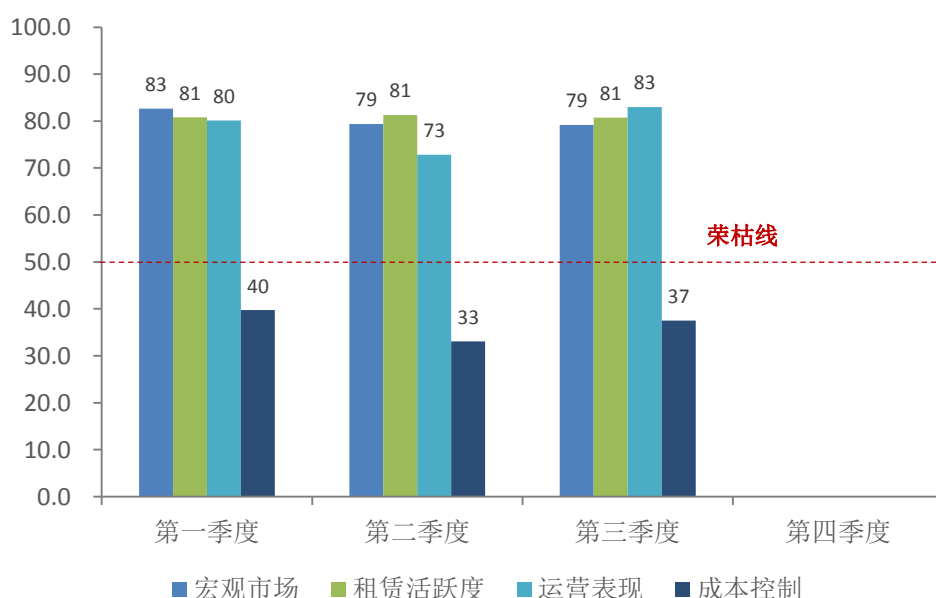


图 2 现状指数分项指标

二、分城市能级指数

2017 年第三季度，分城市能级指数均不同程度的上升。其中：**一线城市**指数为 67.7，环比第二季度提升 3.2，且分别领先于二线和三线及以下城市 2.8 和 1.3。**二线城市**指数为 64.9，环比第二季度小

幅上升 0.5，新项目陆续投放市场使得二线城市的部分现有项目面临一定的招商压力。三线及以下城市为 66.4，环比第二季度增长 3.0。

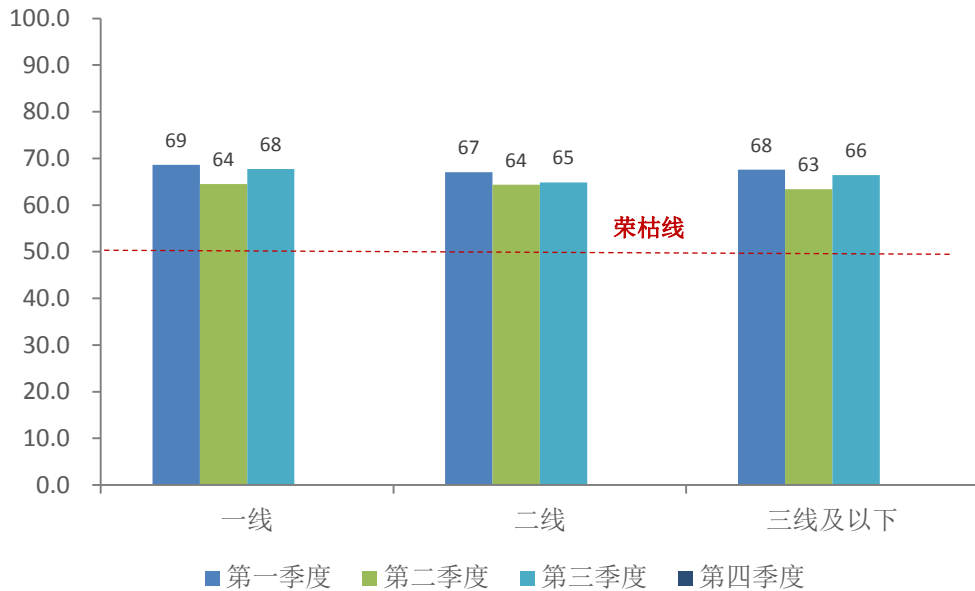


图 3 城市能级综合指数情况

三、分不同类型物业指数

2017 年第三季度，都市型、地区型和奥特莱斯型物业指数分别为 65.1、69.0 和 73.0，环比第二季度分别上升 1.1、7.8 和 7.3。地区型和奥特莱斯型物业分值明显提升主要受益于业主对运营成本的有效控制，使得成本支出处于稳定的区间内。而社区型物业指数本季内出现较大幅度的下降，为 64.3，环比第二季度下跌 9.2。部分位于二线、三线及以下城市的社区型项目出租率略有下降导致该物业类型分值的下跌。

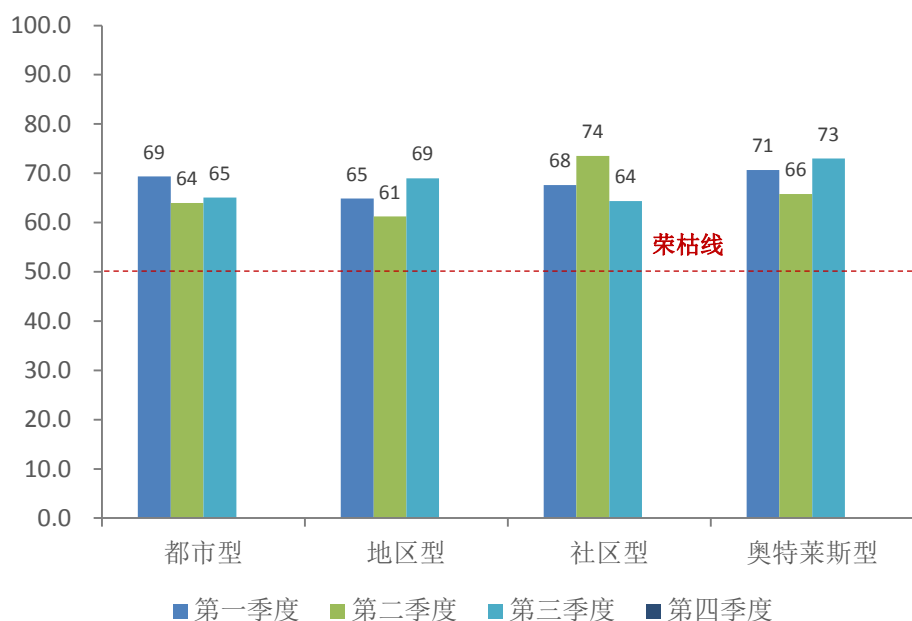


图 4 购物中心类型综合指数情况

总体而言，全国居民收入继续保持较快增长的态势将持续利好消费市场和购物中心市场。2017 年前三季度，全国居民人均可支配收入达 19342 元，比上年同期名义增长 9.1%，扣除价格因素影响，实际增长 7.5%，实际增速比上年同期加快 1.2 个百分点，亦快于同期 GDP 增速的 6.9%。

收入增长引领的消费结构变革将继续促进消费市场从传统购物向服务性消费转型。前三季度，全国居民人均文化娱乐服务支出增长 9.9%，其中，人均用于团体旅游、景点门票、健身活动等支出分别增长 13.4%、13.5%和 17.3%。由此，如何更好地调整和适应日益变更的消费需求，是购物中心业主优化租户组合、提升盈利能力的主要方向。