

2017 年 6 月

房地产市场洞察

天津

零售业值得关注的变化及其对零售地产市场的影响

自从南京路上的首座代表性的购物中心 - 津汇广场购物中心开业以来，天津的现代零售市场发展已有 16 年有余。市场首个零售地产供给高峰出现在 2011-2012 年。当时，大悦城、银河国际购物中心、新业广场和水游城等在天津市区多个分市场相继竣工，天津的零售格局随之扩大。购物中心的市场存量首次超过百货商场，此后天津零售模式一直以购物中心为主导。

第二个供给高峰出现在 2015 年。但这次所不同的是，新的大型购物中心大都位于新兴分市场。例如，嘉里汇购物中心和爱琴海购物公园都位于河东区。此外，这些购物中心的覆盖范围也多限于周边地区，而不再辐射整个天津市。经历两次大量供应后，新购物中心的开业速度开始放缓，区域间竞争和日益发展的网上购物是放缓的两大主因。

2017年开业的购物中心

开业时间	项目名称	所在地区	总建筑面积
2017年1季度	天津环球购物中心	西青区	90,000
2017年2季度	天河城购物中心	和平区	190,000
2017年4季度	鲁能城购物中心	南开区	60,000
2017年4季度	天津松江置地广场	南开区	26,000

资料来源：仲量联行研究部 - 2017 年市场供应

根据我们的市场走访和对约 50 个零售项目的跟踪监测，我们发现了以下值得关注的市场发展趋势。

快时尚发展模式正在发生转变

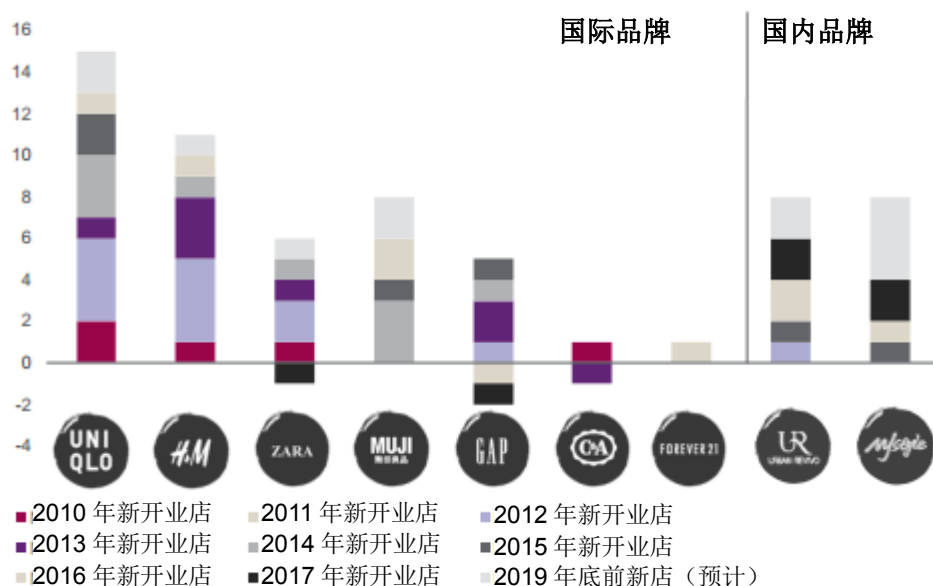
H&M 等国际快时尚品牌纷纷放慢扩张步伐，而国内快时尚品牌则开始快速发展。

国际主要快时尚零售商自 2008 年开始进入天津，选择的都是最热门的零售地区（南京路和滨江道）。这些零售商由于其品牌设计时尚，价格适中，因而成为最受欢迎的品牌，尤其受年轻人的喜爱。同时，零售开发商引入这些品牌，将其作为吸引客流量和提升整个项目定位的主要方式。2012-2014 年期间开业的几乎所有购物中心都至少有一家国际快时尚品牌店。

品牌	进入天津年份	首店所在分市场
Zara	2008	南京路
Uniqlo	2009	南京路
H&M	2010	滨江道

资料来源：仲量联行研究部

经过约 8 年的发展，大多数国际快时尚零售商都业绩不俗，而有些品牌，如 Gap 和 C&A 则要么关店，要么离开天津。设计不适合当地消费者品味或许是他们业绩不好的主要原因。但是，相对较低的购买力和相对较少的白领阶层也是阻碍这些零售商进一步发展的因素。



资料来源：快时尚品牌官方网站和仲量联行研究部

但是，新项目仍在继续进入市场。开发商，尤其是大型购物中心开发商发现他们无法吸引到国际快时尚品牌，于是就开始考虑用国内快时尚品牌替代。于是，国内品牌抓住机会开始扩张。例如，Gap 于 2016 年年末关闭了一家在恒隆广场的门店后，很快被本土快时尚品牌 MjStyle 所替代。因此，如果你观察 2015 年之后开业的购物中心，你会在那里发现一些本土快时尚品牌，而鲜有 H&M 或 Zara 等品牌。

对于购物者来说，中国快时尚品牌的扩张也是件好事，因为这可以为他们带来更多低价且时髦的服装选择。

便利店扩张发力

自 2015 年以来，天津的 GDP 已由服务业为主导；更多的公司涌现出来，推升了白领阶层的数量。强劲的消费需求支持了便利店的快速扩张。7-11 连锁店是进入天津的首家也是唯一一家国际便利店连锁品牌。

便利店受到学生和办公族的广泛欢迎，但却令有些零售商高兴不起来。便利店所提供的商品可能会从以下几大品类触及竞争对手的利益，包括咖啡（星巴克和咖世家）、快餐连锁（肯德基和麦当劳）、香烟店、屈臣氏和其他夫妻便利店。

除了商品种类多之外，便利店的其他特点也使他们更具竞争力。

1. 位置便利：便利店的位置都经过精心选择，通常位于购物中心的入口或是临近学校或医院。
2. 他们只供应购买率高的商品，有助实现高周转率。
3. 自主化服务：虽然还无法做到像 Amazon Go 那样的无现金实体店，但顾客在整个购物过程中无需说话。收银台不再有推销或其他广告，这与在屈臣氏等类似商店的体验并不相同。

现在，天津共有 83 家 7-11 门店，与北京的 198 家门店和其他几家连锁品牌门店数量相比，7-11 似乎在天津还有很大的扩展空间。但是，在便利店的压力下，几个大型卖场零售商都在努力在社区附近开设小型百货店来与便利店竞争。例如，Tesco Express 是一家新的生鲜百货店连锁品牌，每店拥有约 300 平方米的标准空间。这些杂货店供应日用品、即食食品、香烟及蔬菜水果。老人们可能会更容易

接受 Tesco Express 这样的店铺形式，它有可能成为便利店的新竞争对手，尤其是当便利店向社区扩张时更是如此。

自助服务亭受到购物中心经营者的欢迎

今年以来，大多数购物中心开始出现了许多游戏机、小型 KTV 和自助售卖机。这些敞开式的小零售空间被定义为自助服务亭。



资料来源：仲量联行研究部

新出现的这种自助服务亭大多都采用特许经营模式。由于进入市场费用及门槛低，自主服务亭吸引了各类投资者，所以有望实现快速扩张。此外，这种自助服务亭只需要很小的空间（每台机器占地不到 5 平方米），因而在位置选择方面具有灵活性。而且，购物中心业主也欢迎这种自助服务亭，原因是可以将它们设置在角落里或是电梯附近，业主从而可以从这些公共空间获得更多租金收入和客流量。

游戏机和小型 KTV 位于电影院或饭店附近。顾客在等待半小时后才开始的电影，或是在排队等餐时，可能就会去自助服务亭，花上三五十元消磨时间。根据我们的观察，带小孩的家庭和年轻学生喜欢抓娃娃机，而小型 KTV 则更受年轻情侣或年轻女性的欢迎。

未来前景

零售市场历来具有挑战：零售商的策略和顾客的需求喜好都在不断发生改变，加上新项目接连进入市场，因而竞争在不断增加。不过，创新的零售概念及不断满足顾客需求并提供更多选择的新型零售店总是能使顾客受益更多。

展望未来，会有更多的综合体项目进入天津的非核心区域。不仅在红桥区，之前发达较晚的河东区也将迎来中海城市广场。该项目包含多个高层住宅、购物中心、酒店和办公楼，计划在五年内建成。而河西区的新八大里也会增加由国内开发商开发的多个住宅项目、三个购物中心和多座办公楼入市。在包括和平区在内的传统商业区，未来有限的土地供应将会迫使开发商寻求进入非核心区市场。更多的消费者将会受益于这些非核心区的大型综合体，轻松地找到餐饮、购物和与家人好友共度周末的好去处。



柴乔杉
助理研究经理，研究部
仲量联行，天津
+22 8319 2233
lesley.chai@ap.jll.com



何迈可
董事总经理
仲量联行，天津
+22 8319 2233
michael.hart@ap.jll.com