

东北主要城市 商业活力指数白皮书

The Commercial Real Estate Development
Index of Major Cities in Northeast China

目录

CONTENTS

- 01 宏观发展指数
- 09 商业发展指数
- 14 业态及品牌发展指数
- 25 办公市场发展指数



前言

东北地区经济发展扑朔迷离，人口增长缺乏动力，而商业发展在经历了电商冲击的同时也面临着消费升级的挑战，东北四个主要城市的商业市场发生着悄然的转变。

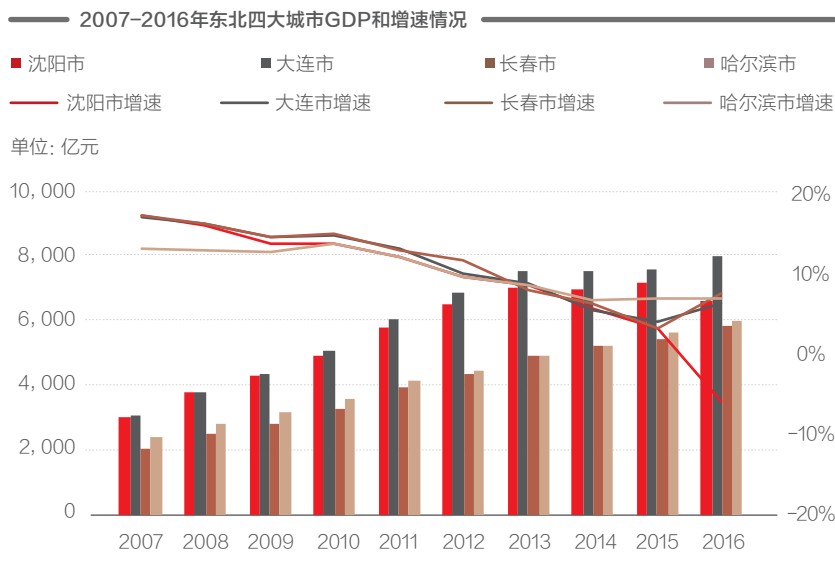
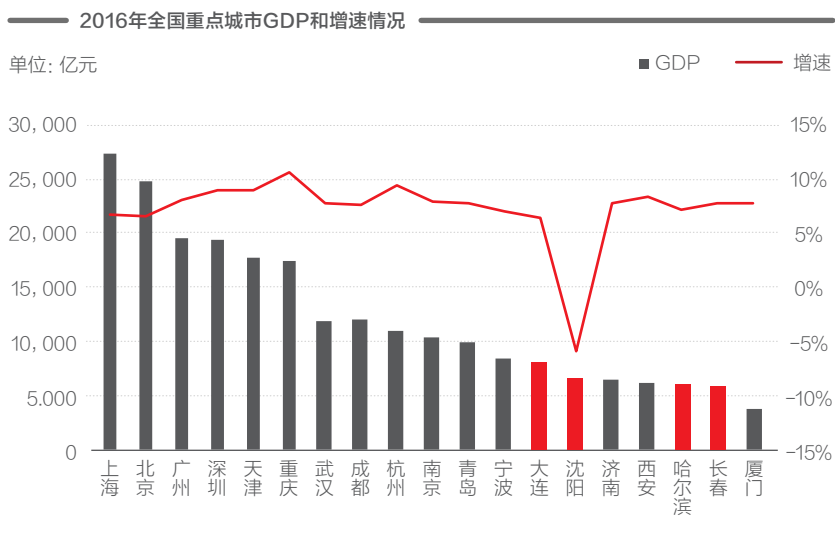
本报告从东北四个主要城市的宏观经济发展、商业地产发展变化等多个层面进行全方位的剖析，力求发掘东北各个主要城市的商业地产活力指数。

本次报告数据截止2017年6月30日。

宏观发展指数

GDP水平经历高速发展后需要新的增长契机

东北四大主要城市中，城市宏观经济在经历了前些年的高速发展后，长春、哈尔滨、大连GDP增速相对稳健，沈阳市由于外部需求不足，并受老工业基地机制性和产业结构性问题的影响，GDP增速下滑，整体经济增长需要新的发展契机。



注: 全国重点城市包括15个副省级城市和4个直辖市, 数据来源于各城市统计局及网络数据整理。

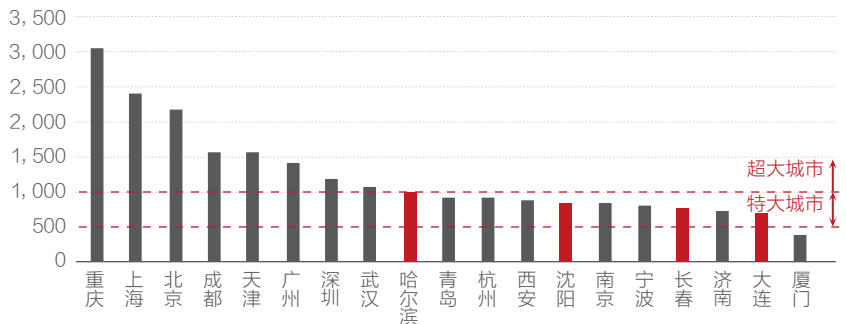


人口增长缺乏动力, 人口具有外溢倾向

东北四大城市均已迈入特大城市行列。其中, 哈尔滨市即将跻身超大城市行列, 作为东北政治、经济、文化中心的沈阳, 一小时交通圈辐射人口超过两千万, 具有较强的辐射能力。但近一两年来, 东北几大城市人口增长缺乏动力, 人口有外溢倾向, 增速均呈现下行趋势。

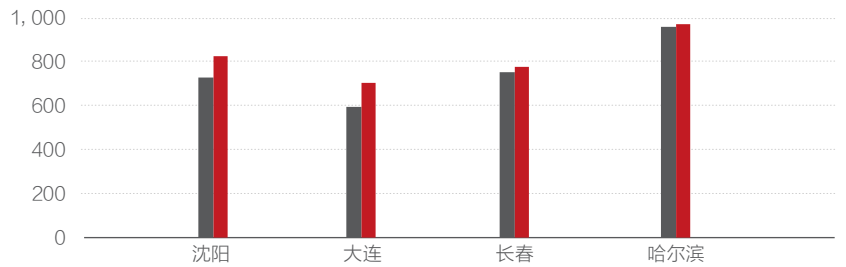
2016年全国重点城市常住人口情况

单位: 万人



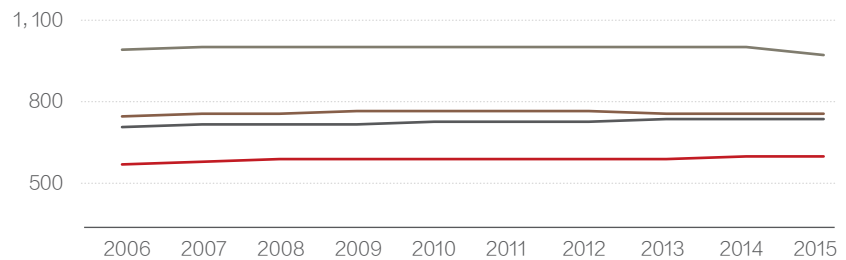
2015年东北四大城市户籍人口与常住人口对比情况

单位: 万人



2006-2015年东北四大城市户籍人口情况

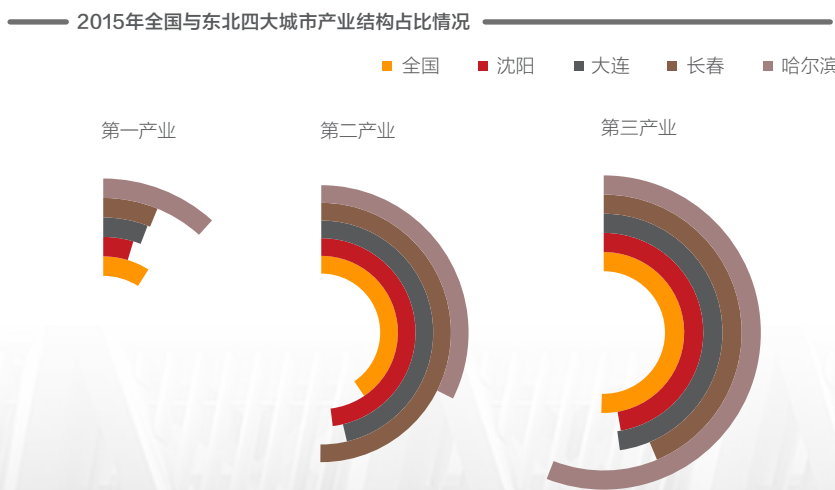
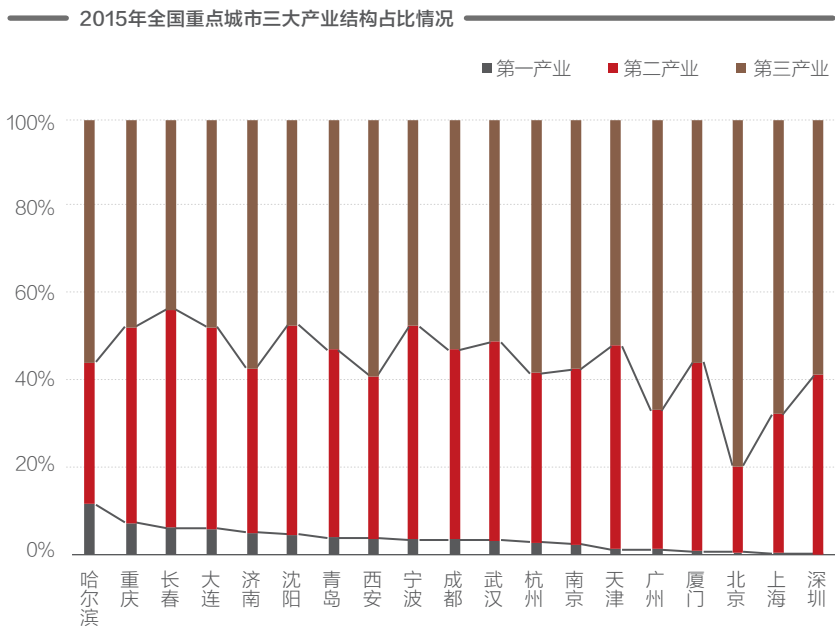
单位: 万人



注: 全国重点城市包括15个副省级城市和4个直辖市, 数据来源于各城市统计局及网络数据整理。

第三产业发展有待提升, 产业结构继续优化

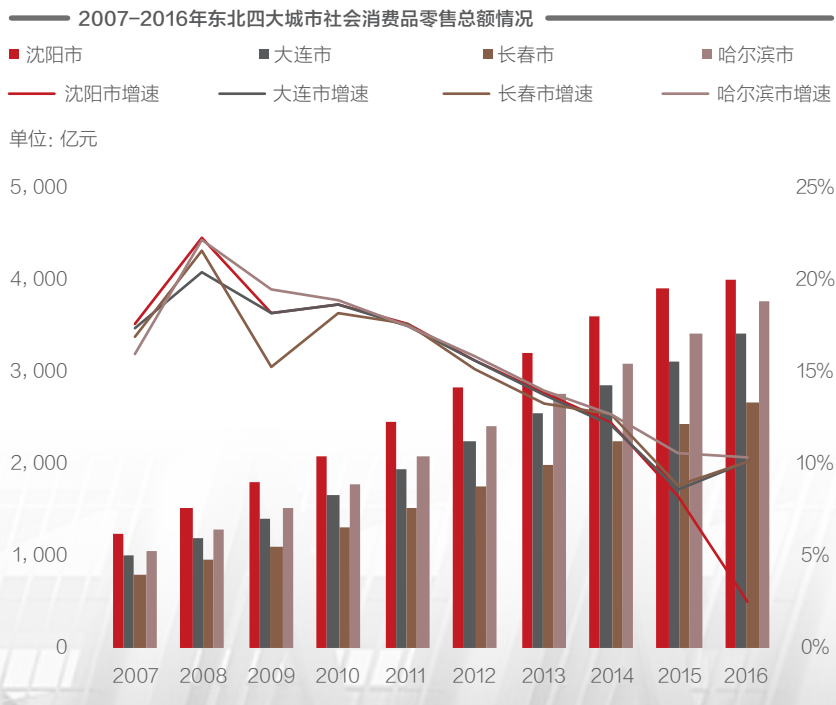
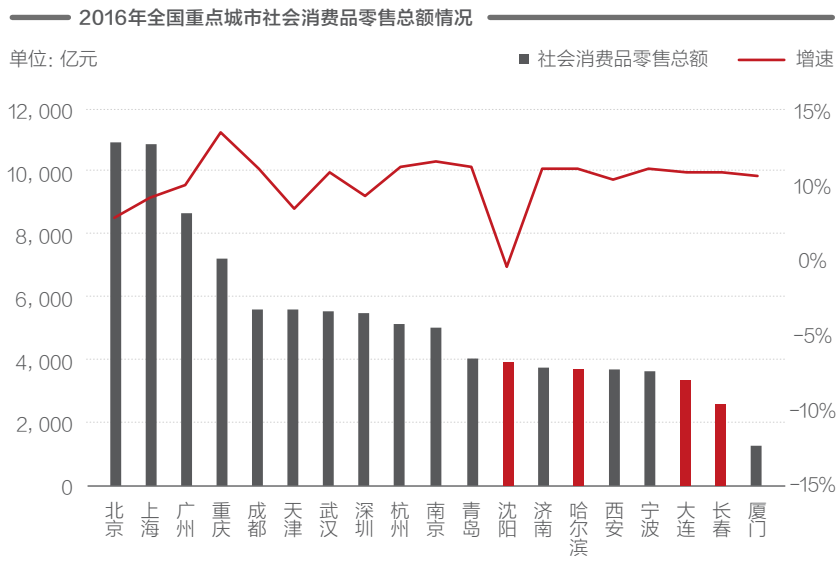
与全国重点城市相比, 大连、沈阳和长春三个城市的第二产业的比例均高于全国平均水平, 凸显了东北老工业基地的特征, 需要优化产业结构带动经济增长。哈尔滨土地适宜耕作, 是中国重要的粮食生产基地, 第一产业发展水平较高, 而人口的聚集更是促进了商业和服务业市场的发展, 因此, 第三产业在产业结构比例中领跑东北。



注: 全国重点城市包括15个副省级城市和4个直辖市, 数据来源于各城市统计局及网络数据整理。

沈阳社会消费品零售市场需要新的发展空间，其他三城小幅回升

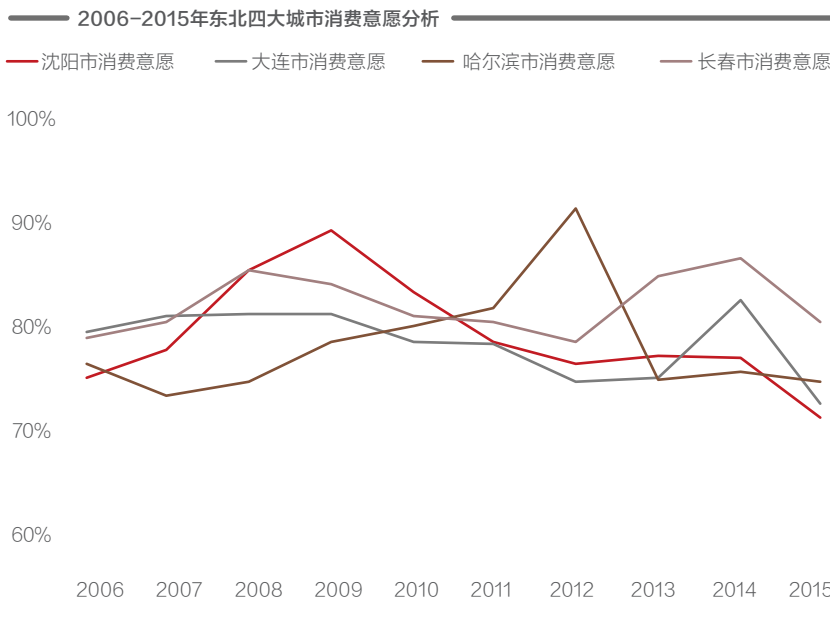
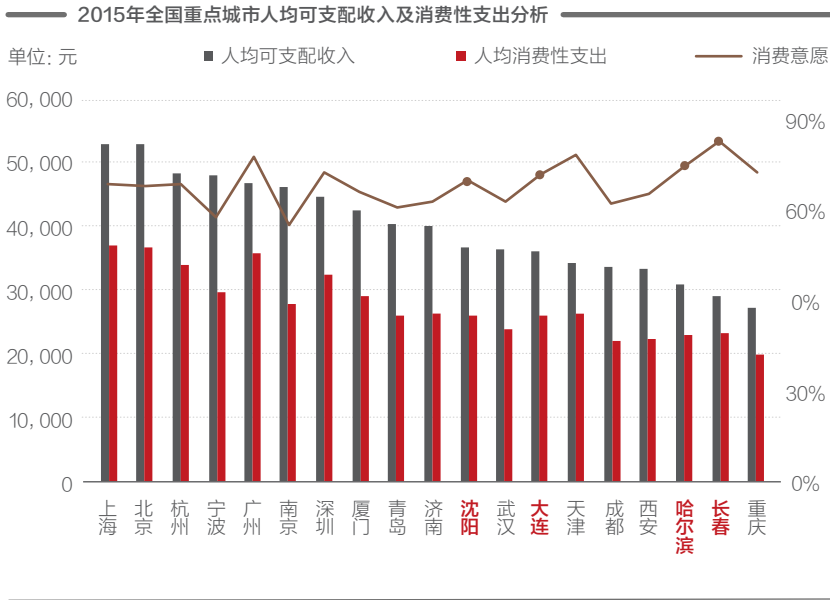
东北四大城市在全国重点城市消费品零售总额的排名中，整体处于中下游水平，大连、长春和哈尔滨的增速经过了几年放缓后，有了新的回升趋势，沈阳整体经济的下行导致社会消费品零售总额的回落，给市场预留了新的增长空间。



注：全国重点城市包括15个副省级城市和4个直辖市，数据来源于各城市统计局及网络数据整理。

东北整体具有较强的消费意愿, 需求有待进一步满足

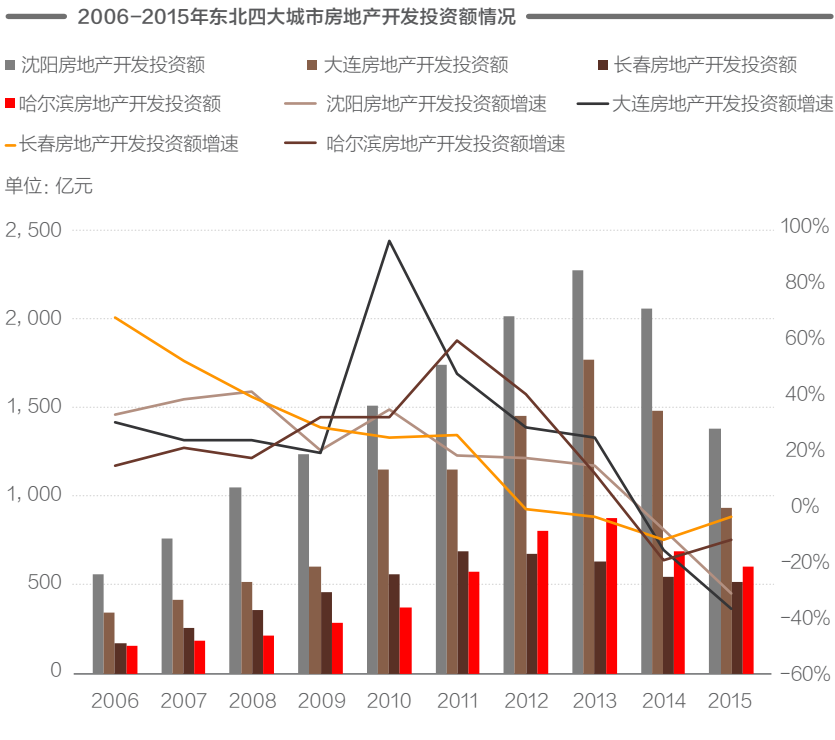
东北四大主要城市的人均可支配收入虽在全国重点城市排名中处于中等偏下的水平, 但东北整体具有较强的消费意愿, 其中长春的消费意愿最为强烈, 这一明显的消费特征为商业市场发展提供了坚实的基础。



注: 全国重点城市包括15个副省级城市和4个直辖市, 数据来源于各城市统计局及网络数据整理。

房地产投资增速明显下滑，市场进入理性开发时代

东北四大城市的房地产市场，在经历高速的发展后投资增速明显下滑，均出现“负增长”的状况，房地产商对于项目的开发投资开始采取保守策略，市场逐渐进入理性开发时代。

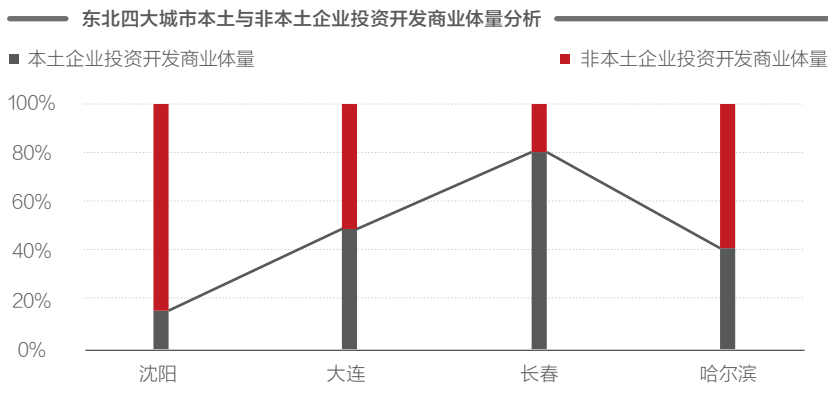
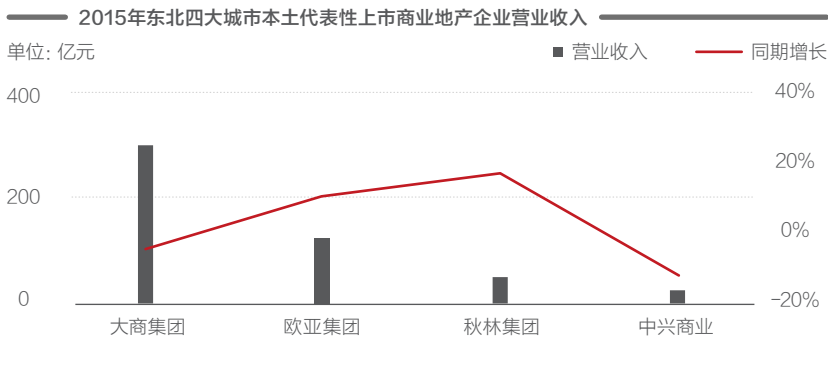


注: 全国重点城市包括15个副省级城市和4个直辖市, 数据来源于各城市统计局及网络数据整理。



商业地产市场沈阳和大连包容性强, 长春最内向

在东北四大主要城市中, 哈尔滨和长春知名商业地产企业进驻数量较少, 其中, 长春以本土商业地产商和开发运营商为主, 商业发展偏内向; 沈阳和大连进驻的国际和全国知名商业开发运营商最多, 商业发展偏外向, 开放程度和国际化程度更高。



注: 统计的商业地产企业指在城市中已有开业商业项目的企业。

商业发展指数

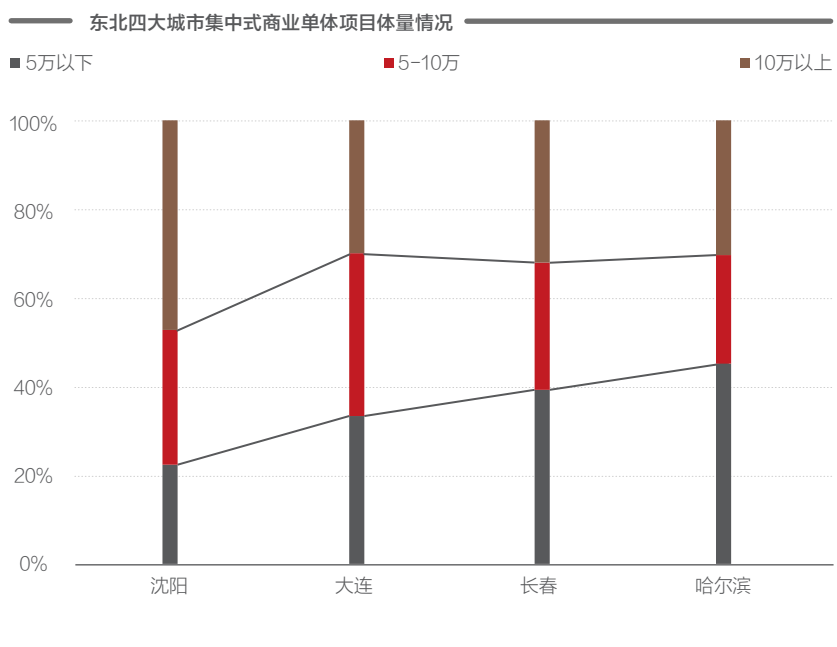
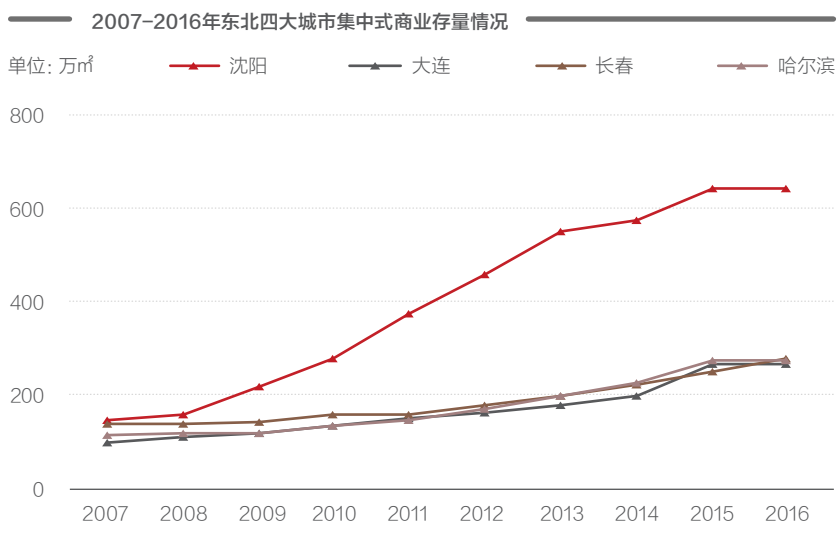
多中心商业格局基本形成

随着城市人口由城市中心向城市周边外溢,促进了商业项目向城市周边转移,东北四大主要城市目前均已形成了除传统商圈外的多中心商业发展格局。



沈阳的总体存量及10万^m以上单体商业项目均高居首位

沈阳在经过10年的集中放量后，商业存量居东北主要城市首位，10万平以上的单体商业项目也最多，占城市整体存量比例近五成，但沈阳商业放量于2016年放缓，标志着其开始进入理性发展时代；而大连、哈尔滨、长春的商业放量一直保持平稳，同时商业市场的丰富度和包容度也相对较低，有待进一步提升。

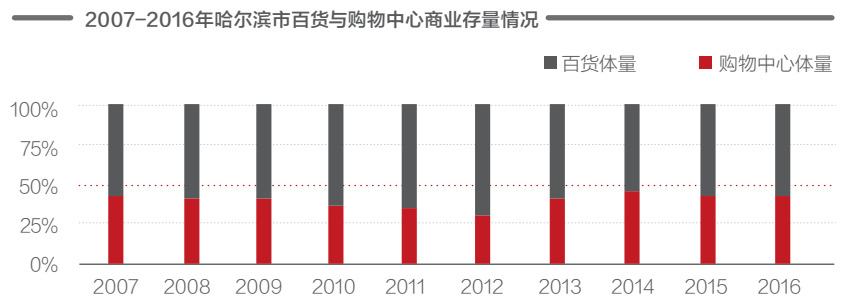
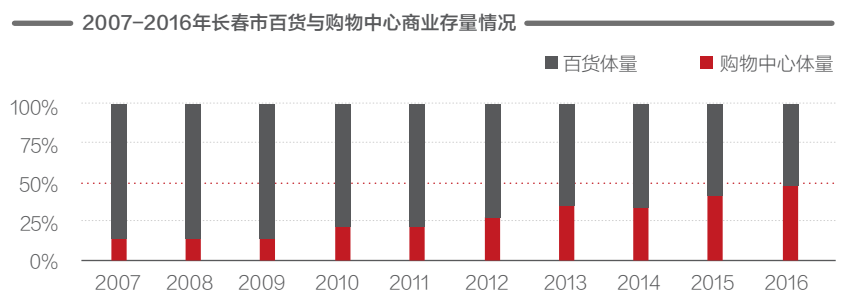
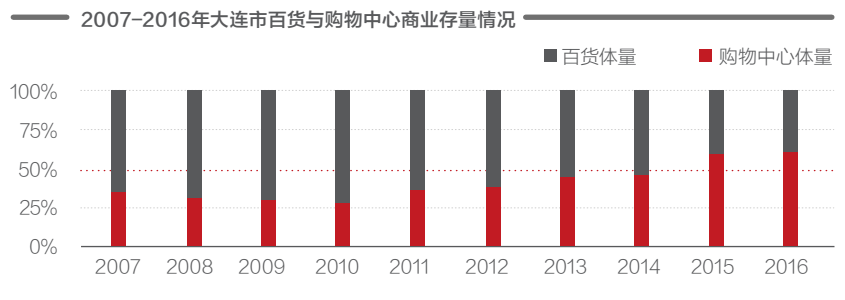
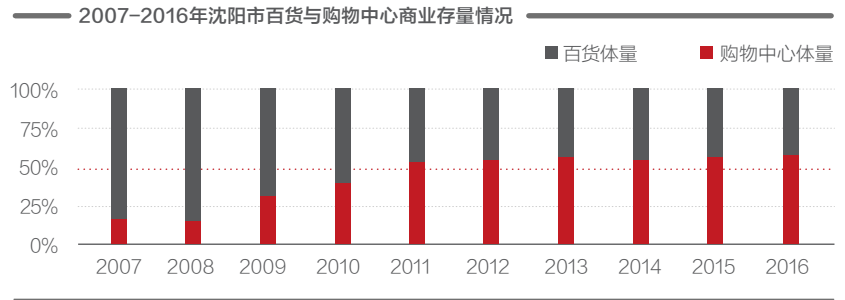


注：统计口径为当年在运营且体量大于或等于10,000^m的集中式商业，物业类型仅包括购物中心和百货
数据来源：RET睿意德

购物中心发展成为主流, 未来竞争更激烈

纵观2007-2016十年之间, 东北四城均经历了从百货时代到购物中心时代的转变, 其中, 沈阳最早进入购物中心时代, 大连2015年也进入购物中心时代, 长春和哈尔滨发展较慢, 即将进入购物中心时代; 与此同时, 传统百货为了摆脱困境, 经营模式也逐步向购物中心转变, 整体市场进入零和博弈阶段, 商业市场需进一步细分, 以差异化竞争优势满足消费者的深层次需求。

2007
2008
2009
2010
沈阳 2011
2012
2013
2014
大连 2015
2016



注: 东北四城进入购物中心时代次序以购物中心存量占比首次超过50%为准

注: 以上统计为已开业且体量大于等于10,000㎡的集中式商业
数据来源: RET睿意德

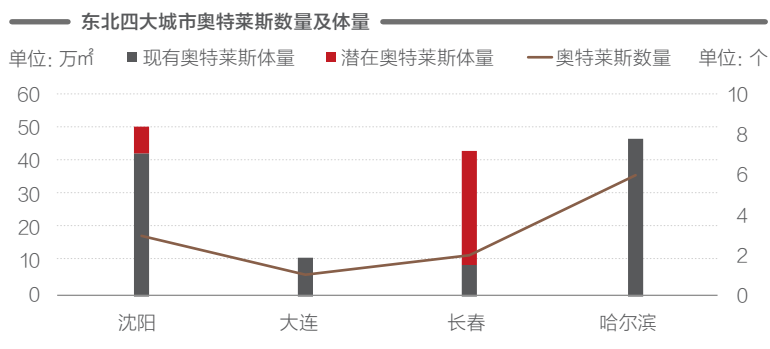
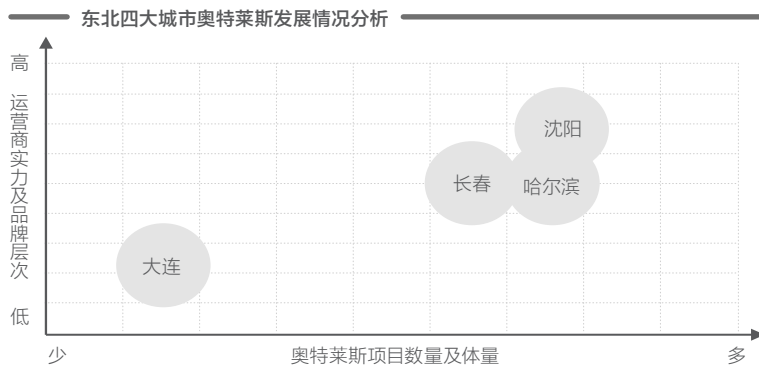
大连奥特莱斯市场发展空间大，其他城市趋于饱和

东北四大城市奥特莱斯市场中，哈尔滨以城市奥莱起步，发展最早，发展最快，目前奥特莱斯项目最多；

沈阳后来者居上，目前赛特奥莱和兴隆大奥莱的销售业绩跻身全国前列；

长春目前的奥特莱斯项目以级次较低的城市奥莱为主，但未来三年内名品奥莱项目将集中入市，市场容量几近饱和，未来奥特莱斯项目更注重跨界融合、体验化和情景化，竞争激烈的同时也为商业市场增添新的活力；

而时尚之都大连则发展最慢，目前缺乏真正意义上的名品奥特莱斯，市场机会较大。



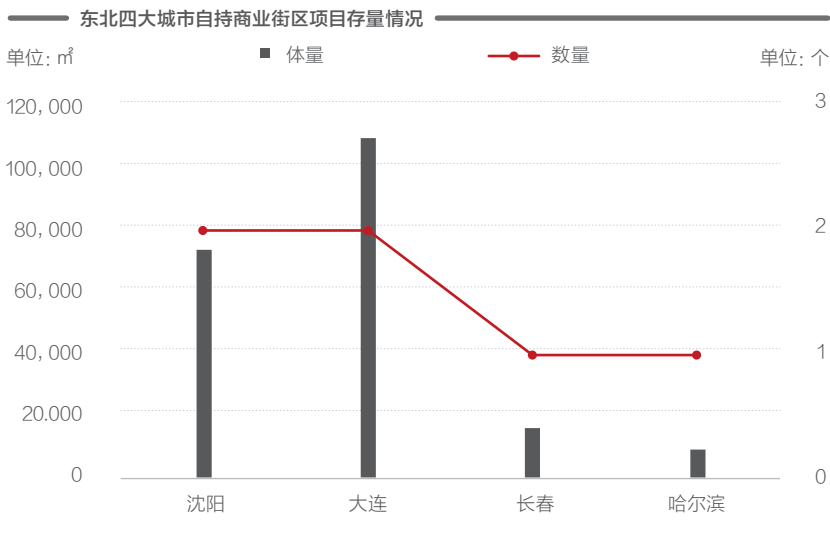
东北四大城市现有奥特莱斯和潜在奥特莱斯情况

城市	开业时间	项目	投资运营商
沈阳	2012年	赛特奥特莱斯	王府井百货
	2012年	尚柏奥特莱斯	香港新洋集团
	2013年	兴隆大奥莱	兴隆大家庭商业集团
	2017年	萃兮优客城市奥莱	韩国衣恋集团、萃兮华都
	潜在	赛特奥特莱斯二期	王府井百货
大连	2014年	百年港湾奥特莱斯	百年城集团
长春	2015年	欧亚商都奥特莱斯	欧亚集团
	2016年	欧亚城市优客广场	欧亚集团、韩国衣恋集团
	潜在	王府井赛特奥特莱斯	远洋集团、王府井百货
	潜在	砂之船(中东)奥莱	中东集团、砂之船集团
	潜在	新华联奥特莱斯	新华联集团
	潜在	长春际华园	际华集团
哈尔滨	2004年	奥威斯奥特莱斯	黑龙江顺威投资置业有限公司
	2005年	华燕奥特莱斯	黑龙江华燕商业有限公司
	2015年	杉杉奥特莱斯广场	杉杉集团
	2013年	枫叶小镇奥特莱斯	春竹集团
	2014年	华盛奥特莱斯	华南城集团
	2015年	泰泰奥特莱斯	永泰集团

数据来源: RET睿意德

自持型商业街项目以开放包容的特征丰富商业市场

随着经济发展，商业市场也开始多元化发展，商业街以其开放、包容的特征开始进入东北商业市场，尤其有实力的开发商采取自持运营的方式。从体量上来看，大连、沈阳自持型商业街区项目存量相对较大，而长春、哈尔滨存量相对较少。这与城市商业发展水平有关，而哈尔滨因为冬季时间长，气候较寒冷，则采用室内街区形式。



东北四大城市自持型商业街区项目列表

项目	体量(m²)	开业时间	城市
浑河天地	40,000	2011	沈阳
阳光100凤凰街	34,044	2015	沈阳
远洋时光海	90,000	2016	大连
悦泰街里	20,000	2012	大连
长春万科1948	16,519	2011	长春
关东古巷	9,200	2012	哈尔滨

数据来源: RET睿意德



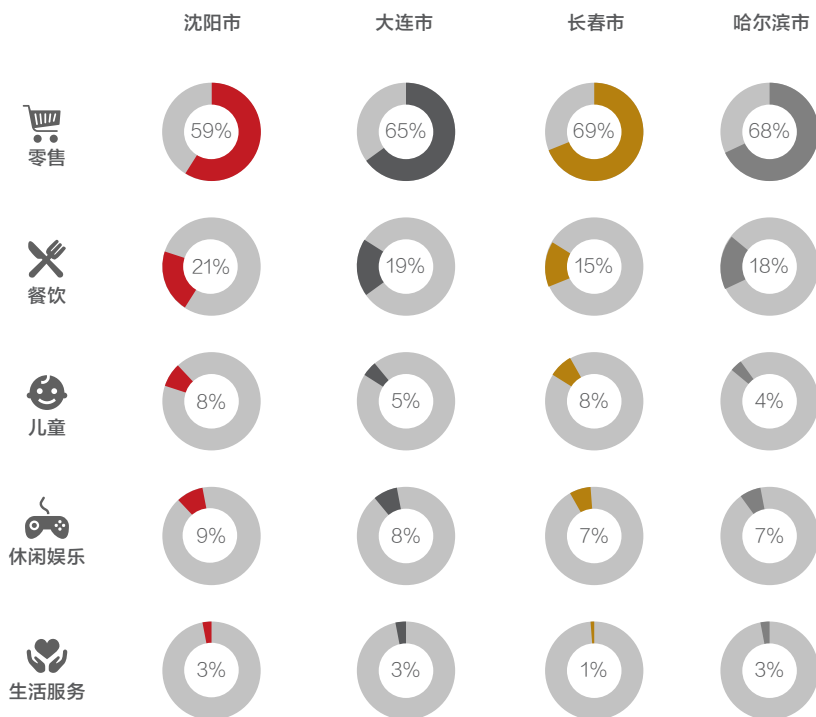
关东古巷

业态及品牌发展指数

商业业态发展去零售化趋势显现，丰富度逐步提升

东北四大城市集中式商业项目业态的去零售化趋势显现，2017年四大城市零售业态比例均在70%以下，其中沈阳零售业态比例为59%，四城市业态更加多元化，餐饮、儿童及休闲娱乐等目的性业态和体验式业态的地位逐步提升。沈阳的餐饮业态和儿童业态比重均领先于其他城市，长春在儿童业态发展上有了明显提升，其比重已达到8%，与沈阳水平持平。

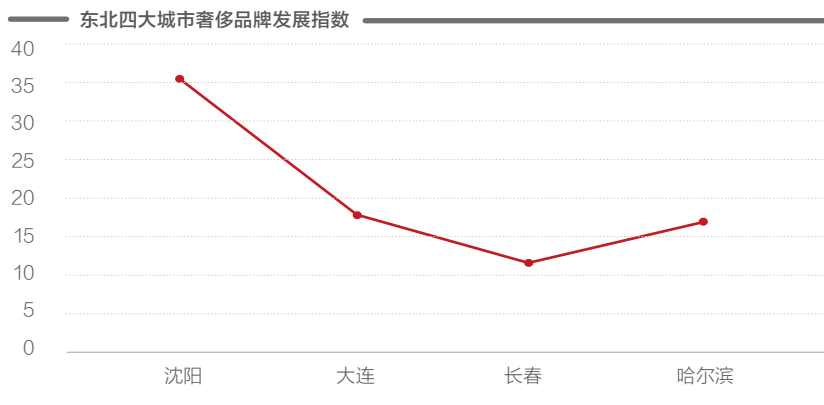
2017东北四大城市商业市场业态发展指数



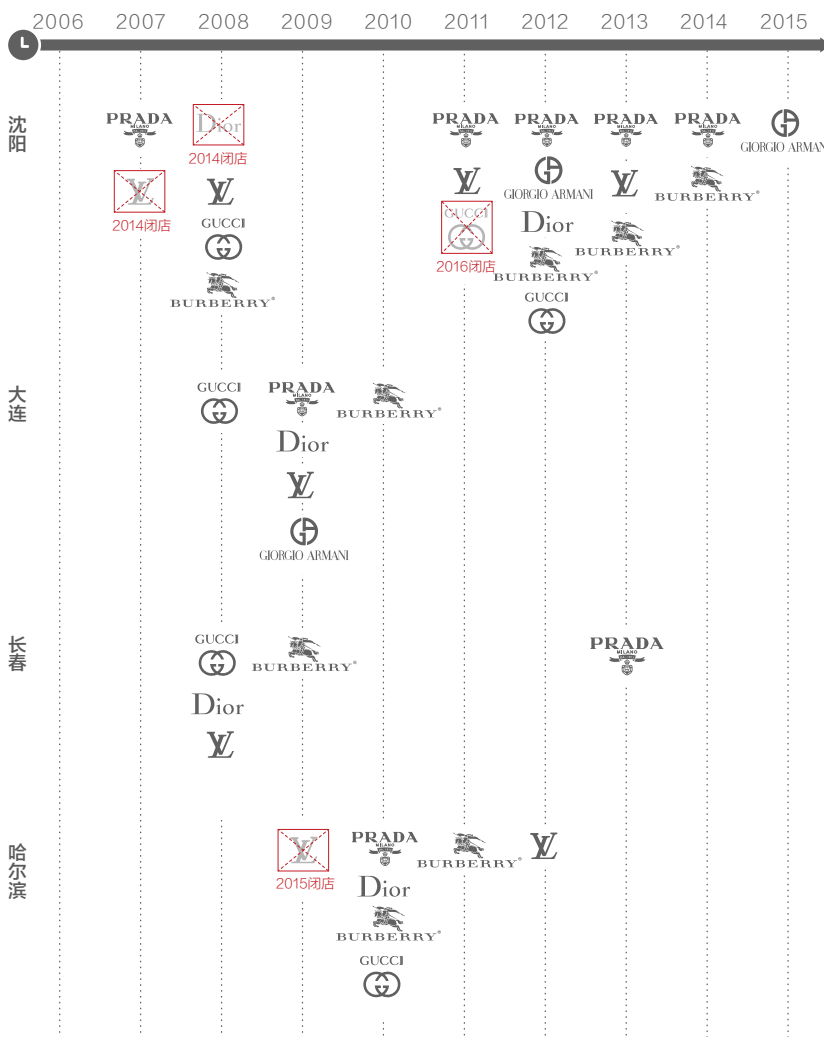
注：以上统计为集中式商业情况，包括百货和购物中心
数据来源：RET睿意德

奢侈品品牌发展趋缓, 电商、代购、旅游购抢夺市场

从奢侈品在城市的进驻不仅可以看出一个城市的人对品牌的认知程度, 还代表着该城市的国际化程度; 沈阳无论从进驻时间还是进驻数量, 都在东北遥遥领先, 其他城市受零售空间所限, 发展相对滞后; 近年来奢侈品频繁出现闭店现象, 这背后的原因并不是消费者不再热衷购买奢侈品, 而是随着品牌的多样化发展, 消费者的偏好也更加广泛, 并且电商、海外代购和旅游购也抢夺了一定比重的市场份额。



奢侈品品牌进驻东北四大城市时间



数据来源: RET睿意德

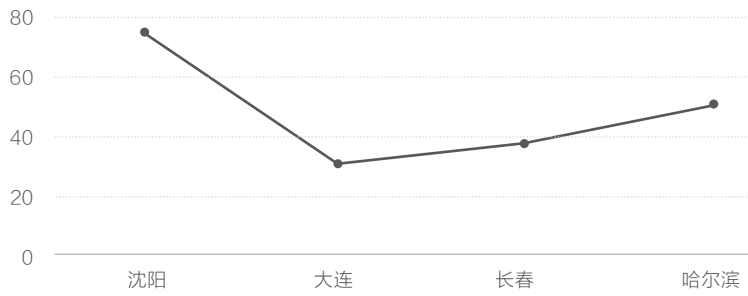
轻奢品牌发展加速，处于市场上升阶段

近年来，轻奢品牌发展较为迅速。首先，中国中产阶级的崛起为轻奢品牌奠定了客群基础；其次，消费观念的变迁使得中国消费者更加注重品质和个性化消费，不盲目跟风“大牌”；另外，相比奢侈品高昂的价格，轻奢品牌更易契合中国奢侈品消费年轻化的趋向。

在东北，沈阳发展较早，大连近几年发展速度较快，东北轻奢市场蕴藏着巨大的发展潜力。

但是，目前轻奢品牌在中国的渗透率还比较低，处于培育上升阶段，以轻奢为定位的商业项目目前仍然不足以支撑市场发展。

东北四大城市轻奢品牌发展指数



沈阳先后两家轻奢品牌为主的商业闭店

沈阳琴华都购物中心宣布停业 衣恋接手改造

2016-09-10 10:28

联商网消息：此前，的琴华都百货，现在在联商网发布了一条“破产”消息。

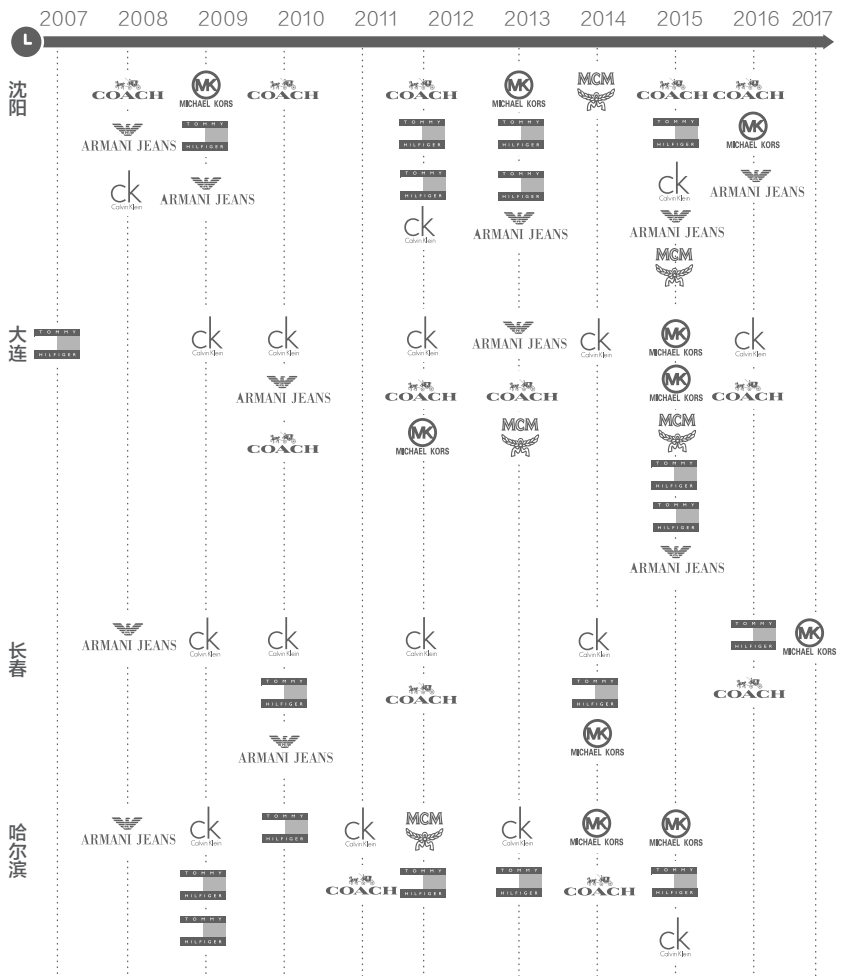
沈阳久光百货被爆关店 沈阳本土商场陷入过剩危机

赢商网 <http://www.winshang.com> 2015年12月13日10:37 来自：沈阳晚报

核心提示：12月10日晚，沈阳久光百货官方微博发出“致沈阳市民一封信”。至此，传言纷纷扬扬了两个月的久光百货撤出沈阳，终成事实。商场正式营业时间为两年多。

12月10日晚，沈阳久光百货的官方微博发出“致沈阳市民一封信”。至此，传言纷纷扬扬了两个月的久光百货撤出沈阳，终成事实。商场正式营业时间为两年多。

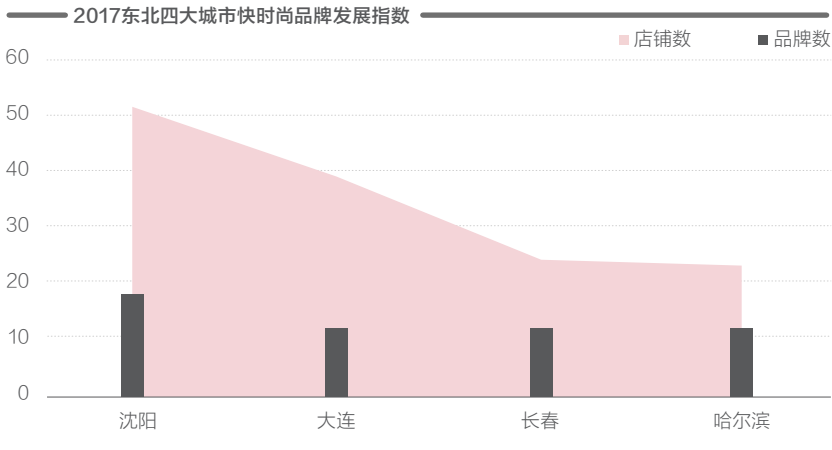
重点轻奢品牌进驻东北四大城市时间



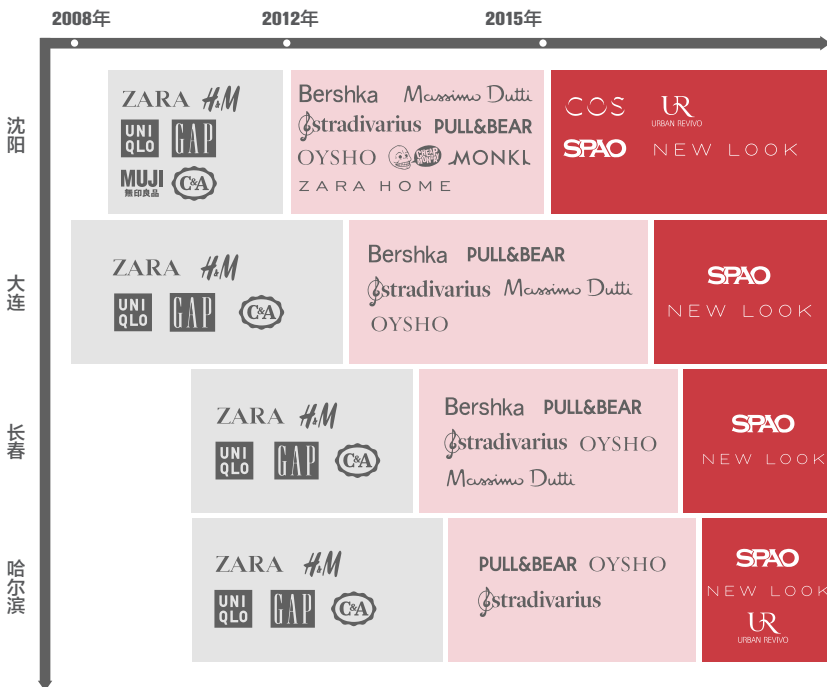
数据来源: RET睿意德

东北快时尚品牌发展整体趋缓

四个城市均先后经历了几大知名快时尚品牌快速扩张及其副牌的陆续进驻的阶段，沈阳引领优势明显。近两年，快时尚品牌进驻的速度明显放缓，一方面由于快时尚品牌遇到发展瓶颈期，另一方面也是品牌可选物业有限。一些一线城市或同类城市已进驻的快时尚品牌在东北仍具备较大发展空间。



2017东北四大城市快时尚品牌发展指数



尚未进驻东北品牌

HOLLISTER

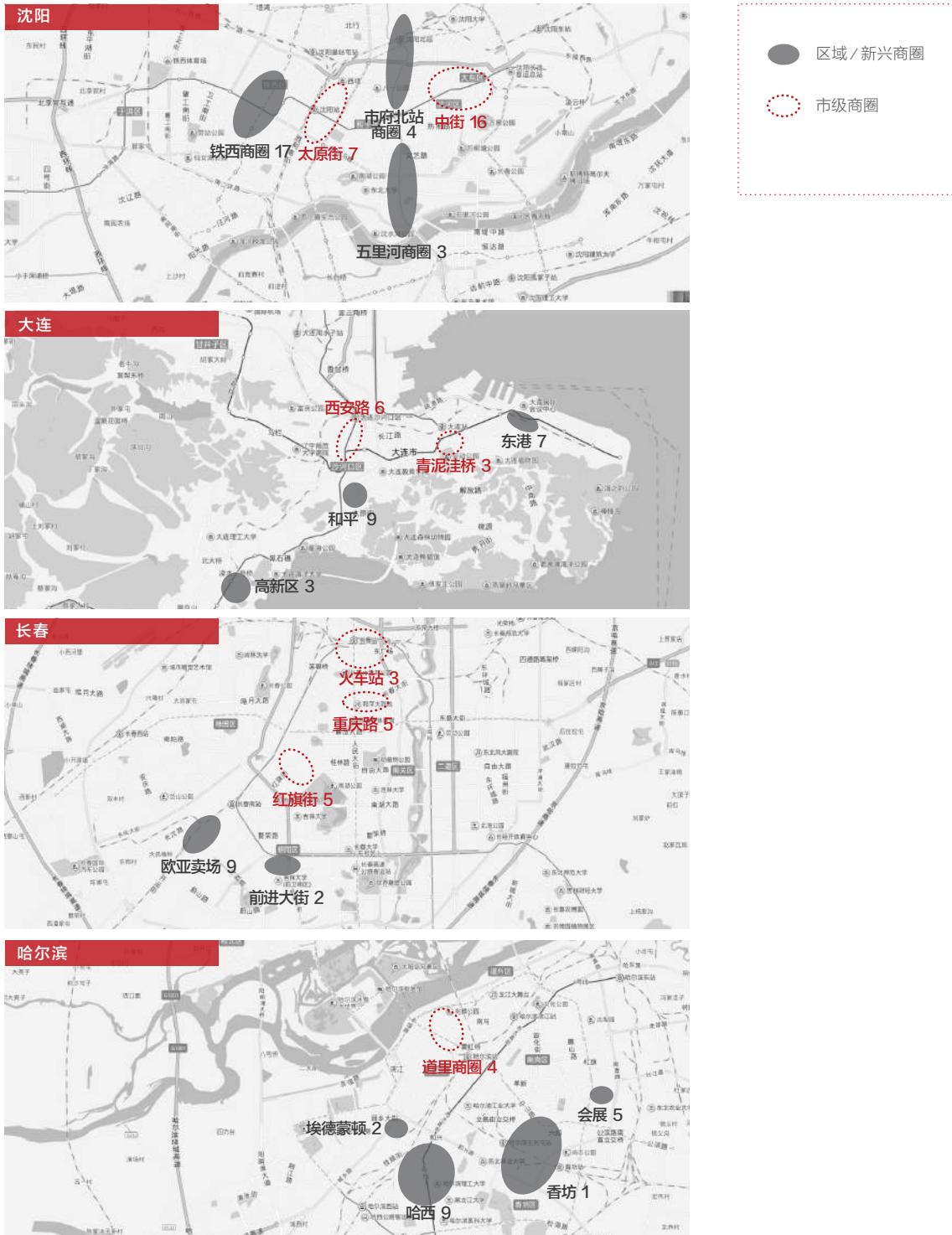
FOREVER 21



数据来源: RET睿意德

快时尚品牌聚焦新兴/区域商圈，多处开花

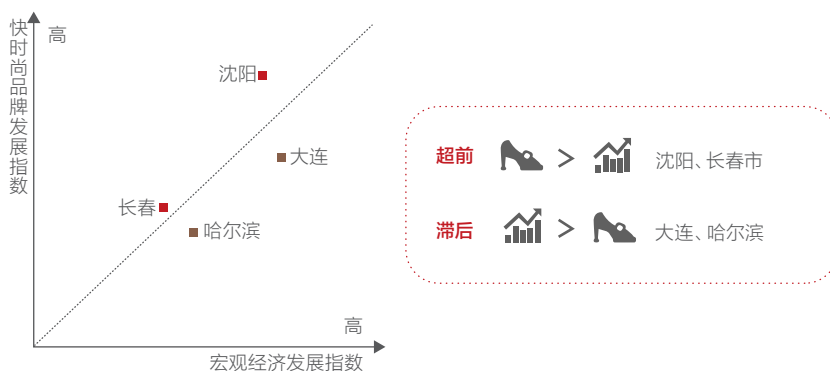
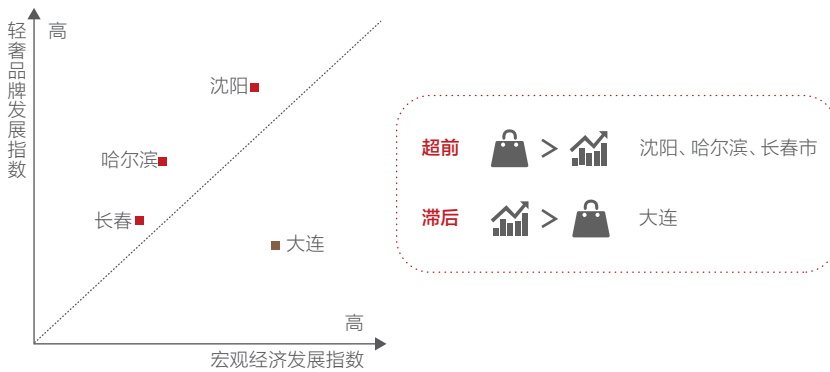
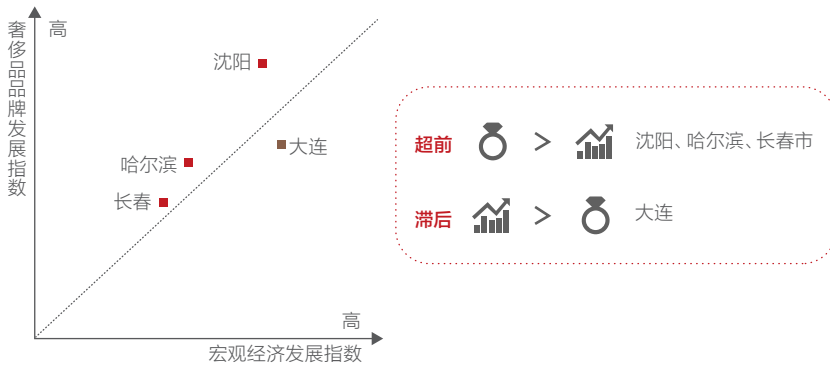
近年来，随着城市商业多中心格局的形成，快时尚品牌不再局限于传统市级商圈，东北四个城市的区域商圈和新兴商圈的快时尚发展指数均明显超过市级商圈。传统市级商圈对快时尚品牌的吸引力逐渐减弱，区域商圈和新兴商圈越来越受青睐。



注：仅标注各城市快时尚品牌数量排名前5的商圈，图中数字代表商圈已进驻快时尚品牌店铺数量。

零售业态发展沈阳领先，大连发展相对滞后

从奢侈品、轻奢和快时尚品牌与经济发达的对比来看，沈阳在各品类上均处于领衔地位，哈尔滨呈现“豪气有余，时尚不足”的态势，长春发展较为平衡，而大连零售业整体发展水平相对滞后。

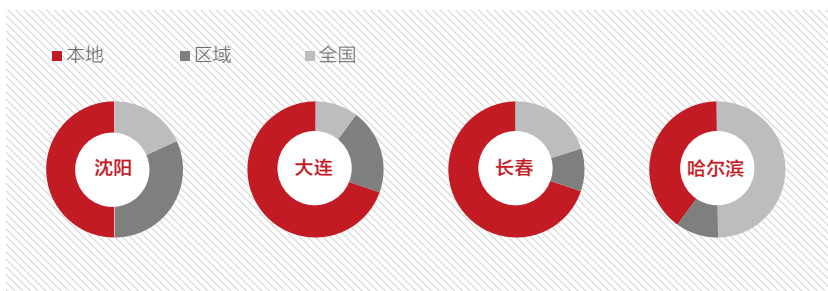


餐饮业态沈阳“包容性强”，哈尔滨“品牌性强”

东北四大城市中，本地餐饮在大连和长春更受欢迎，为两个城市地域性餐饮品牌的发展奠定了良好的群众基础；沈阳最受欢迎的餐饮品牌中，虽以本地品牌居多，但也不乏来自全国以及东北其他城市的品牌，表现出了多元化和包容性；哈尔滨人具有较高的餐饮品牌认知度，全国连锁性品牌在哈尔滨更受欢迎。

排名	沈阳		大连	
	受欢迎品牌	来源	受欢迎品牌	来源
1	海底捞	全国	天瑞安	本地
2	amore pizza	本地(发展至区域)	那年那火锅	本地(发展至区域)
3	Rosmarino劳·帕尼尼	本地	王品牛排	全国
4	兰巴赫西餐·啤酒坊	东北区域	喜豆捞火锅	本地
5	王品牛排	全国	汉巴味德	东北区域
6	领仕扒房	东北区域	淘小馆	本地
7	陈火锅古韵风	本地	开口笑海鲜饺子连锁店	本地
8	相思蜜哒	本地	amore pizza	东北区域
9	三俞竹苑	东北区域	姐夫的小菜	本地
10	酷公社·榴莲披萨	本地	兰巴赫西餐·啤酒坊	本地(发展至区域)

排名	长春		哈尔滨	
	受欢迎品牌	来源	受欢迎品牌	来源
1	领仕扒房	本地(发展至区域)	袁记串串香	全国
2	City1+1城市披萨	本地	韩盛炭火自助烤肉	东北区域
3	那家小馆	全国	同和居民间菜馆	本地
4	Steaking食间牛排	本地(发展至区域)	牛角村	全国
5	Krazy Spoon	本地	胡椒厨房	全国
6	黑草莓-焙甜	本地	聪少甜品	全国
7	南洋小馆	本地	尚雅铁板料理	本地
8	大象自助餐厅	本地	印象泰东南亚主题餐厅	本地
9	胖哥俩肉蟹煲	全国	辛氏火炉烤肉	本地
10	多嘴肉蟹煲	东北区域	速度披萨	全国



受地域文化差异影响，餐饮口味偏好各有不同

随着餐饮品类的日益丰富，烧烤不再是东北人的“唯一”偏爱。受地域特点和文化差异影响，作为滨海城市且日企众多的大连，日料更受青睐；作为与俄罗斯接壤的黑龙江省省会哈尔滨，异国料理更受欢迎；长春偏好潮汕火锅、云南火锅及羊蝎子等各类火锅，沈阳则更加偏爱火锅和东北菜。

排名	沈阳		大连	
	店铺名	品类	店铺名	品类
1	家厨小馆	东北菜	九福自慢料理	日料
2	同德记老砂锅居	东北菜	约辣! 麻辣小馆	川菜
3	海底捞火锅	火锅	自有渡火锅	火锅
4	amore pizza	西餐	太公姜记	川菜
5	忍者神龟披萨	西餐	东京天神本格日式拉面	日料
6	陈火锅古韵风	火锅	苏大嘴海鲜牧场	海鲜
7	锅趣火锅	火锅	幔七七活鳗料理	日料
8	海遇·呀咪海鲜小馆	海鲜	小乐趣	西餐
9	奉鼎一品淳火锅	火锅	天瑞安	火锅
10	小樽极匠和食	日料	喜来稀肉韩国料理店	烧烤

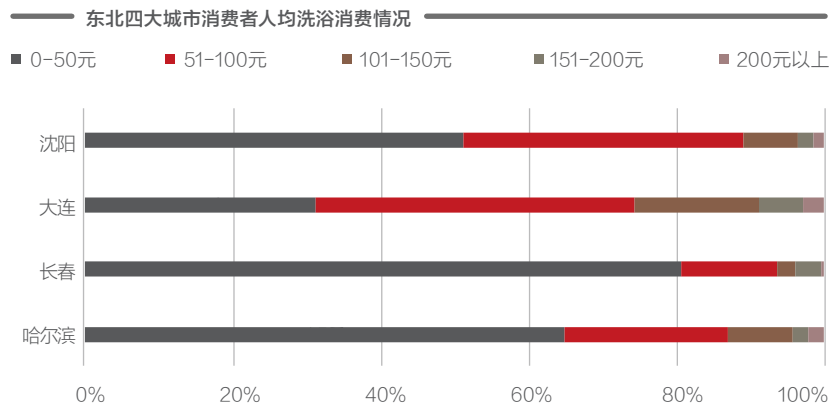


排名	长春		哈尔滨	
	店铺名	品类	店铺名	品类
1	蜀留香石锅鱼	川菜	龙虾摇	西餐
2	和顺潮汕牛肉火锅	火锅	江南状元楼	江浙菜
3	哈福手工汉堡	西餐	秘制小龙虾	海鲜
4	青柠泰餐厅	泰餐	天顺源火锅	火锅
5	领仕扒房	西餐	艾豪丽披萨	西餐
6	元盛居	火锅	壹家海派老火锅	火锅
7	煮语火锅	火锅	千代武日本料理	日料
8	德羊府老北京羊蝎子火锅	火锅	隐·食日料	日料
9	香草香草云南原生态火锅	火锅	W面	日料
10	City1+1城市比萨	西餐	伯格餐厅	西餐

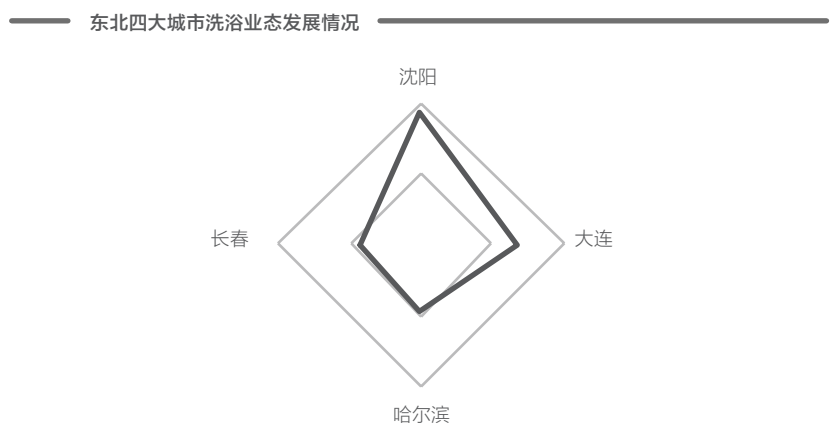


洗浴市场以大众消费为主, 大连品质高, 长春有待激发

在冬季时间较长的东北, 消费者历来对于洗浴青睐有加, 休闲洗浴中心承担着社交、娱乐、休闲等功能。在东北四大主要城市中, 洗浴以大众消费为主流, 大连更加重视品质, 长春的洗浴中心数量明显较少, 且洗浴人均消费水平远远低于其他城市, 洗浴消费有待激发。



数据来源: RET睿意德/百度指数/大众点评指数



数据来源: RET睿意德/百度指数/大众点评指数

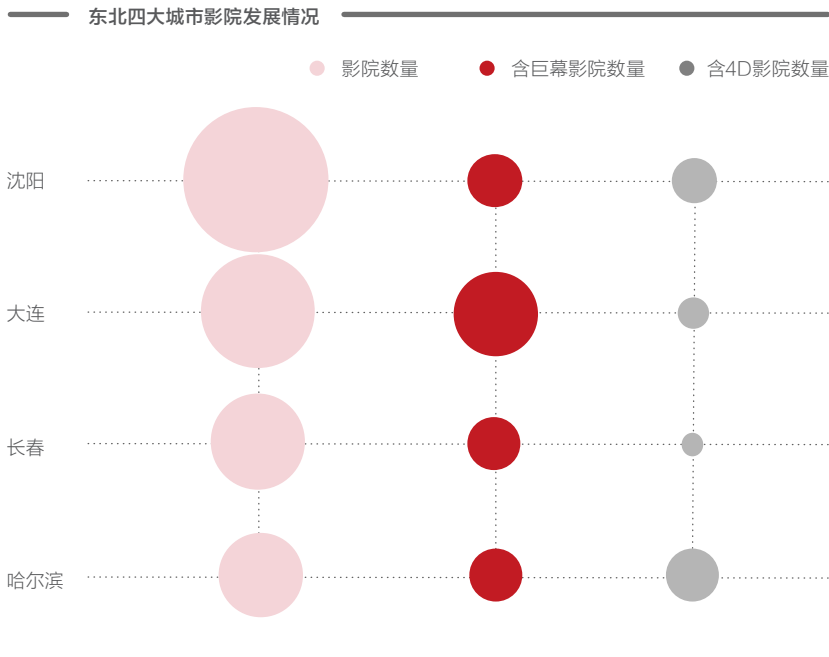
—— 东北四大城市洗浴业态综合发展指数排名 ——

城市	发展指数	品质指数	综合指数
① 大连	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆
② 沈阳	★★★★★	★★★★★	★★★★☆
③ 哈尔滨	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
长春	★★★	★★★	★★★

数据来源: RET睿意德/百度指数/大众点评指数

沈阳领衔东北影院发展, 其他城市品牌性有待提升

从影院数量来看, 沈阳最多, 哈尔滨最少。从全国知名连锁品牌发展情况来看, 万达影城在各个城市进驻数量最多, 领衔影院业态发展, 其中, 沈阳品牌最为丰富, 且其中不乏国际连锁品牌, 而哈尔滨和作为电影之都的长春则略显滞后, 知名连锁品牌进驻数量较少, 电影院市场仍然具有一定发展空间。



知名连锁影院品牌进驻情况

品牌	沈阳	大连	长春	哈尔滨
万达影城	5	8	7	5
金逸影城	4	3	0	0
耀莱成龙国际影城	1	0	1	0
星美国际影城	2	2	0	2
横店影视	2	0	2	0
CGV	2	2	0	3
美嘉欢乐影城	1	0	0	0
卢米埃影城	2	0	0	0
总计	19	15	10	10

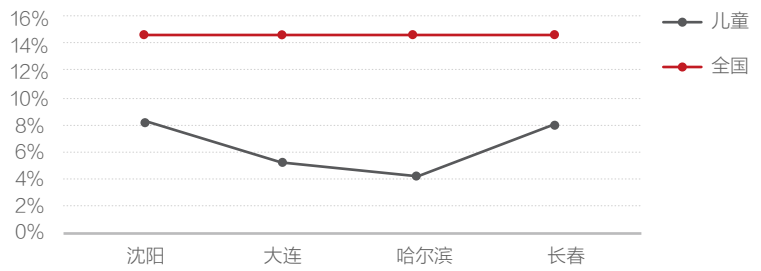
注: 国际品牌 (CGV, 卢米埃) 在沈阳和大连均有进驻。

数据来源: RET睿意德

儿童业态发展普遍滞后, 但教育关注度普遍较高

“儿童经济”在东北商业发展中关注度相对较低。东北四大城市的儿童业态发展均明显落后于全国平均水平; 全国知名儿童乐园品牌在东北拓展数量少, 一定程度上受商业物业条件限制, 由于儿童游乐对物业条件有特殊需求, 因此品牌可选择范围小, 进而影响了拓店; 而儿童教育品牌拓展情况较好, 特别是大连。一方面因为东北对教育关注程度较高, 另一方面也是因为教育品牌对物业要求限制较低, 部分品牌更倾向于在临街商铺开店。

东北四大城市集中式商业儿童业态占比情况



全国儿童乐园品牌进驻情况

品牌	沈阳	大连	长春	哈尔滨
Paro		✓		
万达宝贝王 KIDS PLACE	✓	✓	✓	✓
淘气堡	✓	✓	✓	
MELAND	✓			
星期8小镇				
淘气堡	✓	✓	✓	✓
宝贝王国	✓			
卡酷乐园				
卡通尼乐园				

全国儿童教育品牌进驻情况

品牌	沈阳	大连	长春	哈尔滨
GYMBOREE	✓	✓	✓	✓
my gym	✓	✓	✓	✓
美吉姆	✓	✓	✓	✓
红黄蓝	✓	✓	✓	✓
baby Art	✓	✓		✓
创·艺·童·贝		✓		
MTS		✓		
Fastrack Kids	✓	✓		
天才宝贝	✓	✓		
LOVE	✓	✓	✓	✓
东方爱婴				
运动宝贝 GYMBABY	✓	✓	✓	
悦童园		✓	✓	
星方向				

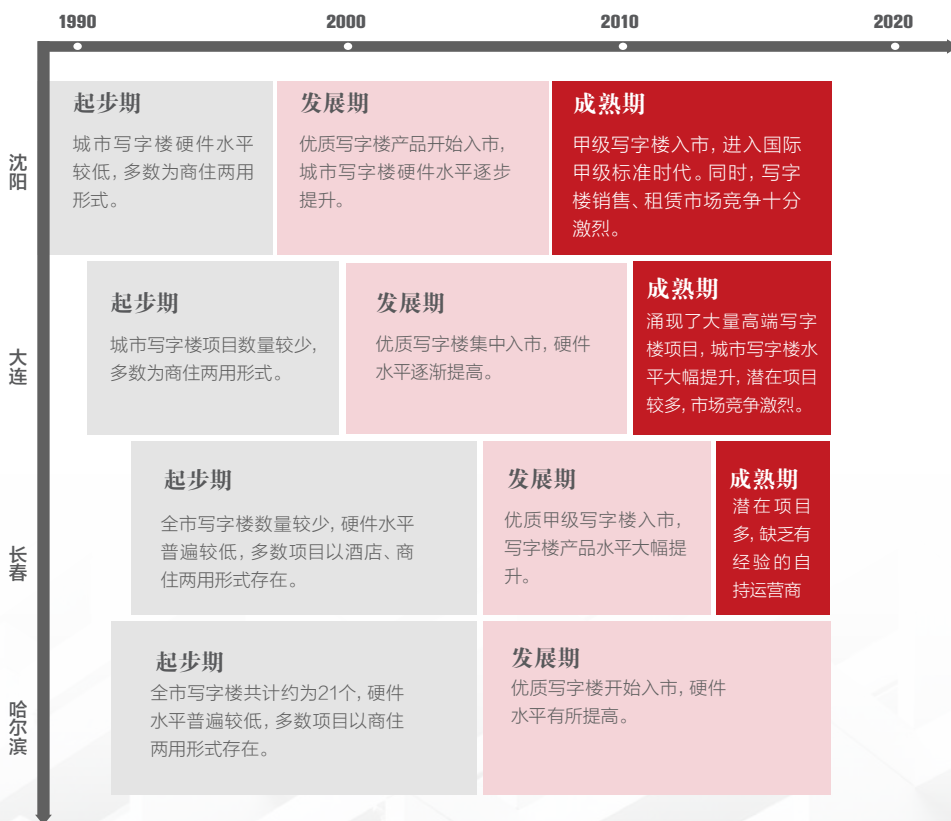
数据来源: RET睿意德

办公市场发展指数

沈阳引领东北写字楼发展，哈尔滨发展空间较大

随着城市经济的不断发展，沈阳及大连出现了多个高标准写字楼项目，城市商务办公环境不断提升，进入写字楼市场的成熟期，与此同时，沈阳销售及租赁市场竞争激烈，大连紧随其后。长春近两年写字楼发展趋快，但整体缺乏有经验的运营商进入，多为销售型产品，后期运营效果难以保证，哈尔滨市写字楼发展水平则相对落后，整体具有较大的发展空间。

东北四大城市优质写字楼发展指数

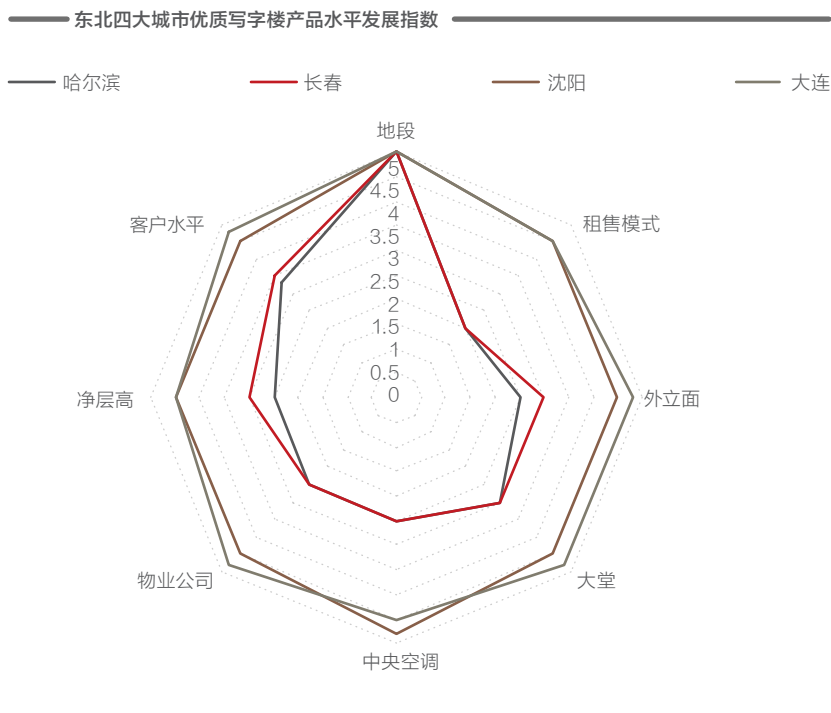


写字楼硬件水平差异大，呈现“南高北低”

从产品水平上来看，东北四大城市的写字楼水平差异较大，哈尔滨市写字楼水平相对落后，而沈阳以及大连市写字楼水平较高，已经出现了多个甲级标准的写字楼项目。从租售模式上来看，沈阳、大连较长春、哈尔滨发展更为成熟，市场上有更多的自持型物业，对产品品质的长期保证起到了积极作用，也有利于吸引国际化大型企业进驻。

东北四大城市优质写字楼产品水平发展水平描摹

	哈尔滨	长春	沈阳	大连
地段	市内核心地段	市内核心地段	市内核心地段	市内核心地段
租售模式	出售居多	出售居多	自持为主	自持为主
外立面	玻璃幕墙/真石漆	玻璃幕墙	玻璃幕墙	玻璃幕墙
大堂	面积: 200㎡以上 层高: 6m以上	面积: 200㎡以上 层高: 6m以上	面积: 500㎡以上 层高: 10m以上	面积: 500㎡以上 层高: 10m以上
中央空调	部分有	部分有	有	有
知名物业公司	部分有	部分有	有	有
净高	2.4m以上	2.6m以上	2.6m以上	2.6m以上



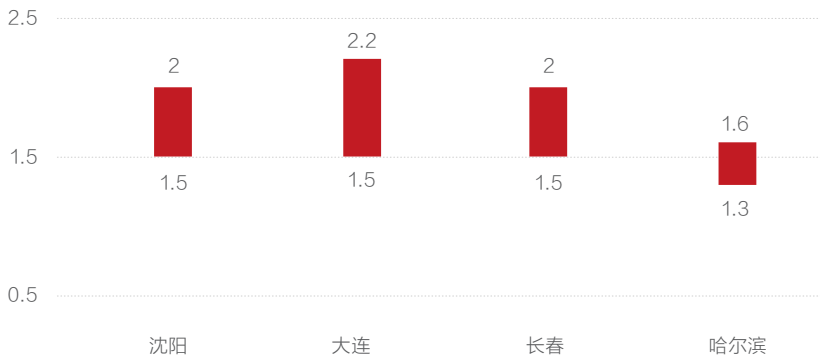
数据来源: RET睿意德

沈阳大连价格稳居高位，长春哈尔滨动力不足

沈阳作为东北中心城市，大连作为东北最早的改革开放城市，写字楼价格处于较高水平，而哈尔滨市由于产品水平以及商务氛围尚有待发展，写字楼价格相对较低。从租金水平来看，哈尔滨市写字楼市场上优质项目稀缺，产业需求旺盛直接推高办公产品租金水平。长春新建优质项目集中在净月新区之内，发展尚未成熟，写字楼整体租金水平较低。沈阳以及大连写字楼市场发展相对成熟，办公产品水平较高，同时存在激烈竞争，写字楼租金水平相对较高。

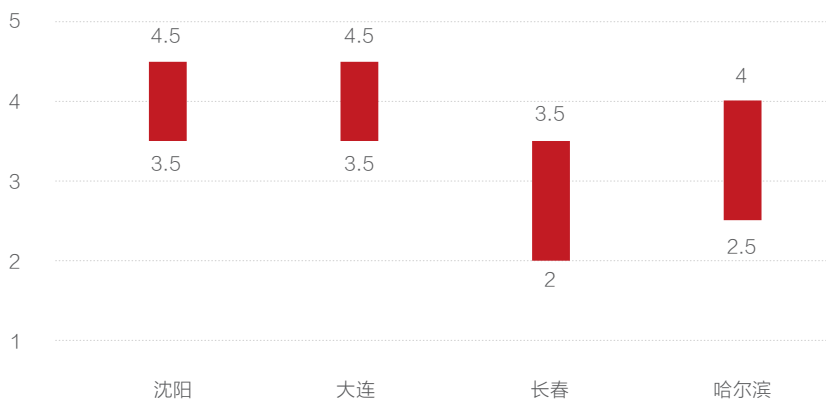
东北四大城市优质写字楼售价水平

单位：万元/m²



东北四大城市优质写字楼租金水平

单位：元/m²/天



注：以上租金以各城市的优质写字楼为代表
数据来源：RET睿意德

展望

沈阳商业市场在经历了快速发展后逐步进入理性，大连、长春、哈尔滨则一直保持着相对平稳的发展速度，东北商业地产市场的存量商业项目如何跳出零和竞争，新增商业项目又如何避免同质化，新业态的引进，新项目的开业，新一轮的市场发展课题将给东北的商业地产带来更多热度和活力。





RET睿意德是中国最大商业地产服务商,也是行业最早的“互联网+”践行者。基于深厚专业素养与行业资源,以领先的技术方法融入,致力于推动商业零售资源的线上线下融合共享。在中国,RET睿意德于北京、成都、上海、沈阳和郑州设有分公司,业务覆盖超过126个城市,为逾9800万平方米商业物业提供创新策略与运营解决方案,以实践驱动行业生态进化。

RET, being the largest commercial real estate Service Provider in China, is also one of the pioneers of Internet Plus practitioner. Using its profound professional knowledge and industry resources powered by high end technology, RET is committed to promoting commercial retail resources integration and sharing. In China, RET has offices in Beijing, Chengdu, Shanghai, Shenyang and Zhengzhou, business covering more than 126 cities, providing innovative strategies and business solutions for more than 98 million square meters of commercial Real Estate properties development, driving industry eco-evolution with actions.

中国商业地产研究中心为中国领先的商业地产研究机构,实时监测和掌握国内外商业地产的最新变化,汇集最全面及时的中国商业地产市场数据;面向广大政府机构、开发商、零售商、投资者、房地产咨询机构提供商业地产最新资讯、专业解读,并定期发布月度、季度报告和专题研究报告。把握中国商业地产,引领行业前沿思维。

China Commercial Real Estate Research Center, as the leading research institution in China, provides in-depth analysis and research to governments, developers, retailers, investors and real estate advisory firms. By tracking the latest development of the commercial property market, CCRC delivers monthly and quarterly reports and topic papers focusing on commercial real estate market.

如需了解更多中国商业地产市场的信息和数据,请联系:

RET睿意德 中国商业地产研究中心

孙彬 副总监

电话: 010-59695896-8310

bella.b.sun@ret.cn

本文件及其内容只提供一般数据,可能随时变更而不作另行通知。所有图片只供展示用途。本文件并不表示、意图或暗示任何性质的代表或担保。因使用此数据而直接或间接引致的损失或损毁,上述机构恕不负责。客户应自行确保数据或内容的完整和准确性。
本文件及其内容属于上述机构所有,使用者知悉其中的观点,概念及建议均属上述机构的知识产权所有,并受版权保护。除了对上述文件作出评估外,若非已与上述机构达成协议,任何人不得以任何原因使用这些内容或其部分。未经事先许可,本文内容不得全部或部分发表、复制或参照。任何此类复制内容均归上述机构所有。

This document and the material contained in it is general information only and is subject to change without notice. All images are for illustration only. No representations or warranties of any nature whatsoever are given, intended or implied. Above mentioned bodies will not be liable for negligence, or for any direct or indirect consequential losses or damages arising from the use of this information. You should satisfy yourself about the completeness or accuracy of any information or materials.

This document and the material contained in it is the property of above mentioned bodies and is given to you on the understanding that such material and the ideas, concepts and proposals expressed in it are the intellectual property of above mentioned bodies and protected by copyright. It is understood that you may not use this material or any part of it for any reason other than the evaluation of the document unless we have entered into a further agreement for its use. Information contained herein should not, in whole or part, be published, reproduced or referred to without prior approval. Any such reproduction should be credited to above mentioned bodies.



关注微信公众平台
获得最新研究报告