WIFIPIX
无 限 向 溯

百货商业全国格局及发展趋势研究白皮书

北京无限向溯科技有限公司

2020.09

百货业态的全国格局与发展趋势



一二三线城市百货业态的步伐

01

02

03



百货业态全国布局剪影



城市群视角下的百货形态发展格局

本次研究中的商业形态定义

百货



百货：是指以生活日用品主营的综合性零售商业，经营范围广，商品类别多。
一般实行统一管理，按照楼层和专柜等若干类别销售产品，为顾客提供必要服务的零售业态。
一般由“专门店”的经营形态演变成“百货店”，再进化成大型百货公司。

购物中心



购物中心：为包含所有计划、开发、经营、管理等商业和服务业的集合体。
一般具有大型的主力店、或多元化商业街区及停车场设施。可以提供消费者多元化，且具备便利性、舒适性及娱乐性的购物场所。

奥特莱斯



奥特莱斯：以折扣价格销售国际、国内名牌的过季、下架、断码商品，独立于其他卖场且以零售为主要业态，并具有一定的品牌聚集度的商业设施。

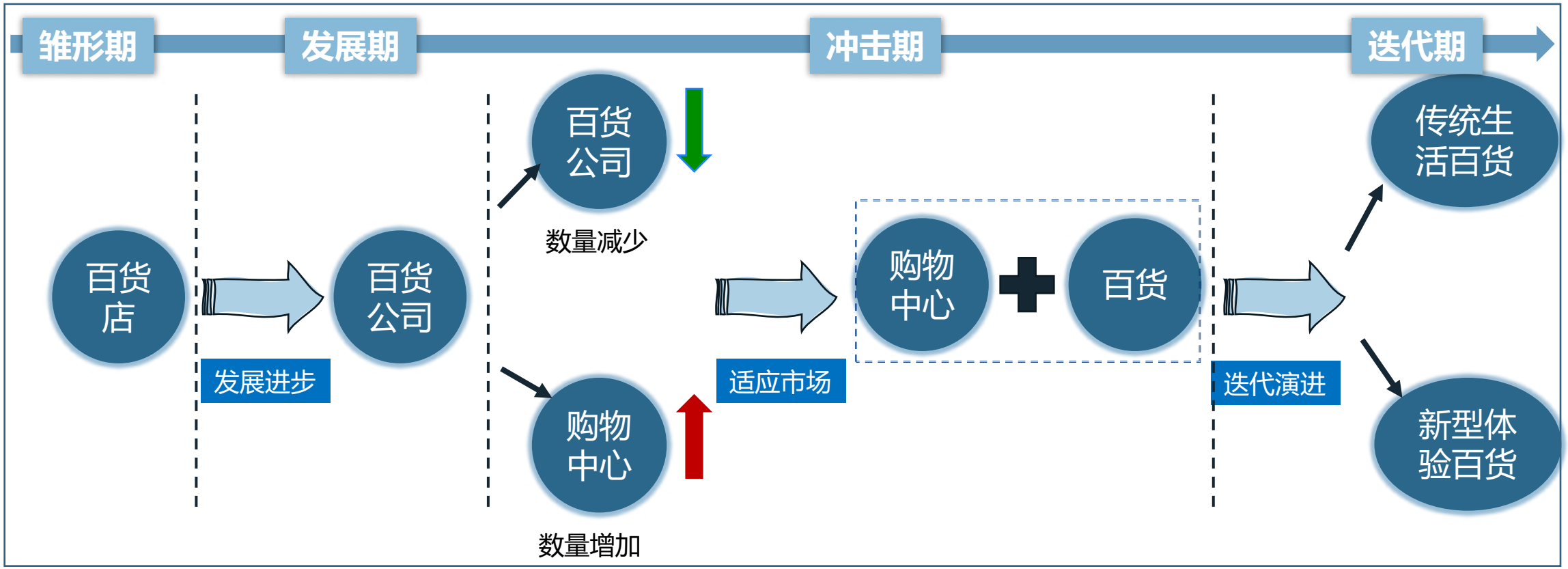
01

百货业态的
全国布局剪影



商业发展路径及阶段特征演绎

百货自诞生以来，由于商业市场的不断变化推进**百货业态不断演进与迭代**。自小型百货发展到大型综合百货后，受到购物中心占有率挤压被迫适应市场形成**“购物中心+百货”**联合体形态；但随着百货的迭代演进，目前百货商业已慢慢发展成为**传统生活百货**和**新型体验百货**两大类，**前者**重在**生活服务配套**、**后者**重在**体验重奢消费**。

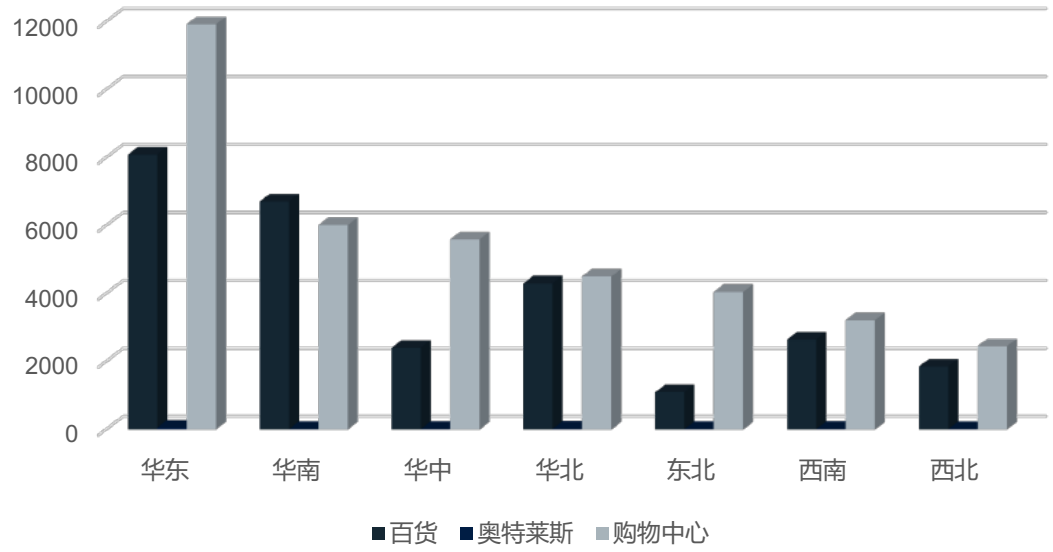


数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。

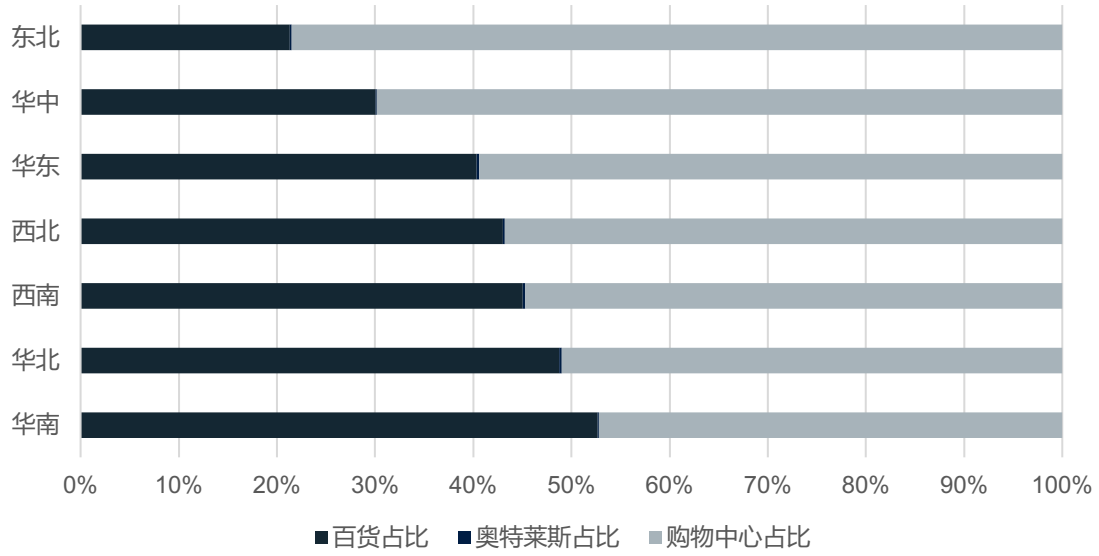
全国七大地区中，华东商业较为发达，领军百货业的迭代更新，购物中心发展迅速，受需求影响，部分向百货业态趋同

全国七大区域中，**华东**地区的**购物中心、百货业态数量皆处于领先水平**，主要得益于上海、苏州、杭州、南京等**一线城市的商业发展较快**；**华南**地区百货占比较高，但目前仍处于**雏形期百货店形态**；**东北与华中地区**的商业总体数量处于中等水平，但购物中心占比较高，处于**商业冲击期阶段**；**华北**地区百货与购物中心**占比相当**，百货目前依然处于发展期阶段；**西南与西北**地区商业**总体体量较小**，购物中心占比略高于百货业态。

七大地区商业数量



七大地区商业占比



注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

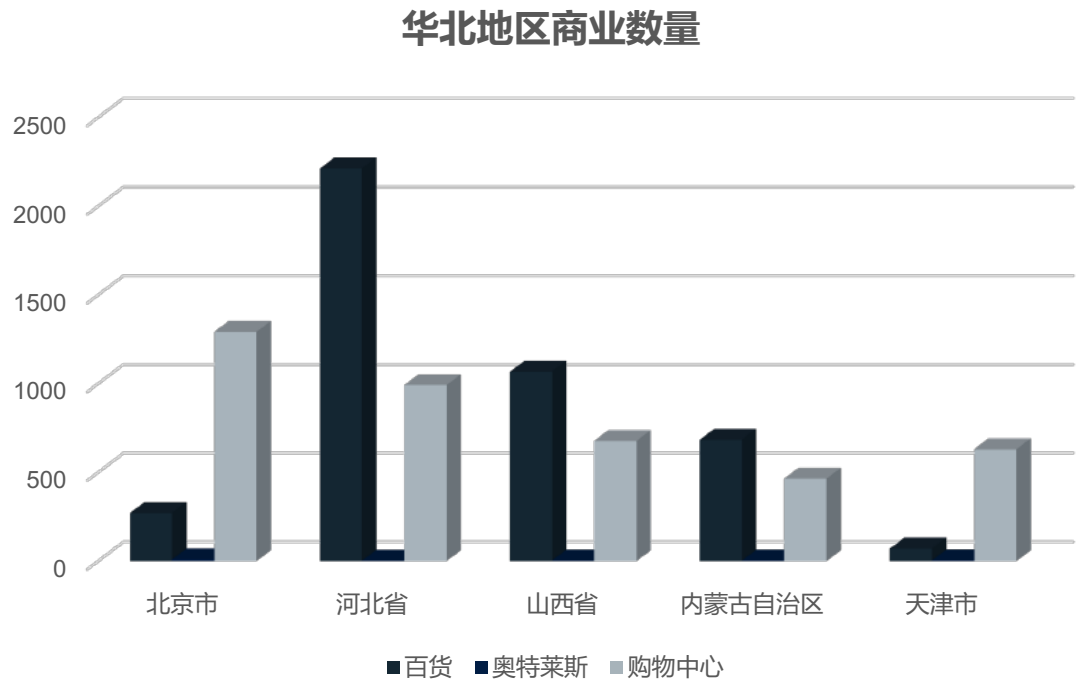
华北地区中北京的购物中心发展迅速，百货处于向体验型转型阶段

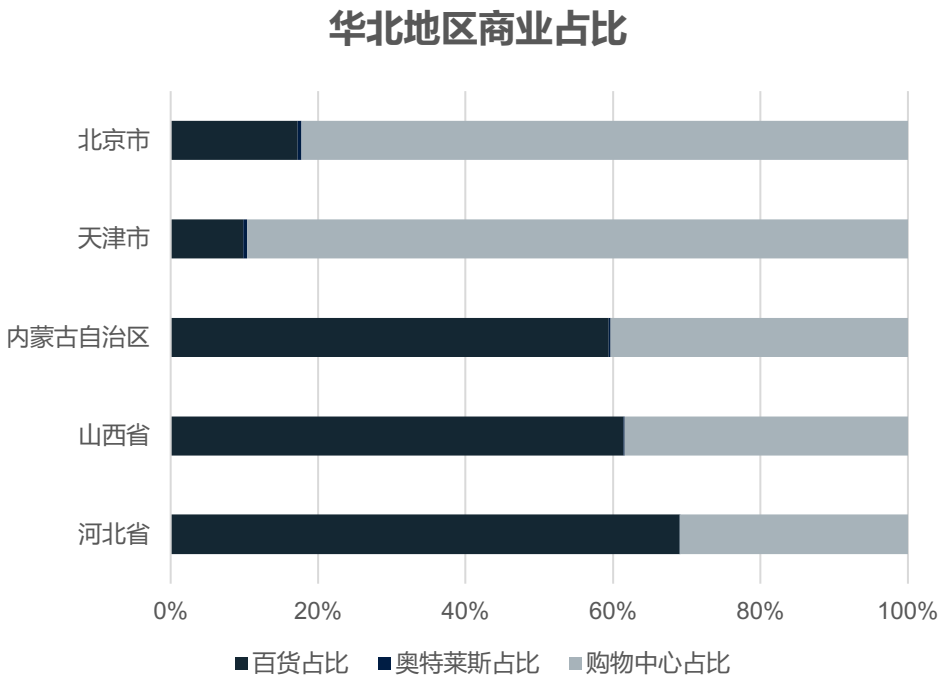
华北地区中，**北京**的**购物中心**的**数量与发展都处于领先地位**，占比达到80%；

天津市处于购物中心**冲击期发展阶段**，占比超过85%，并不断挤压百货的增长空间；

各省市**奥特莱斯的数量皆较少**，不属于城市主要商业形态；

河北省的**百货占比超过华北地区其他省份与城市**，达到70%，但形态属于**发展期阶段**，主要功能是满足日常生活需求。



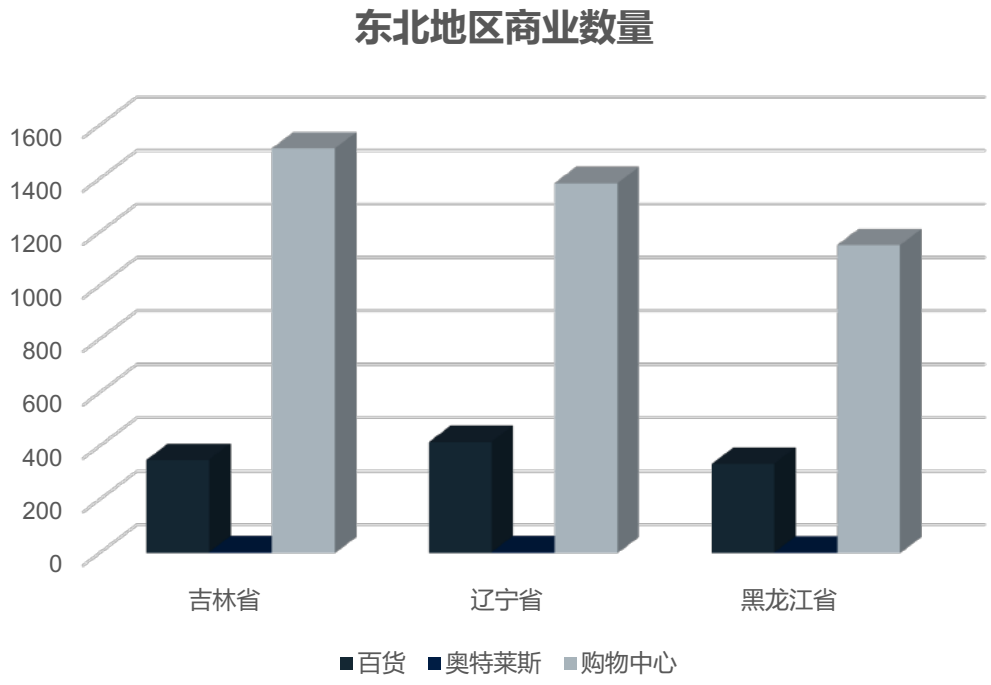


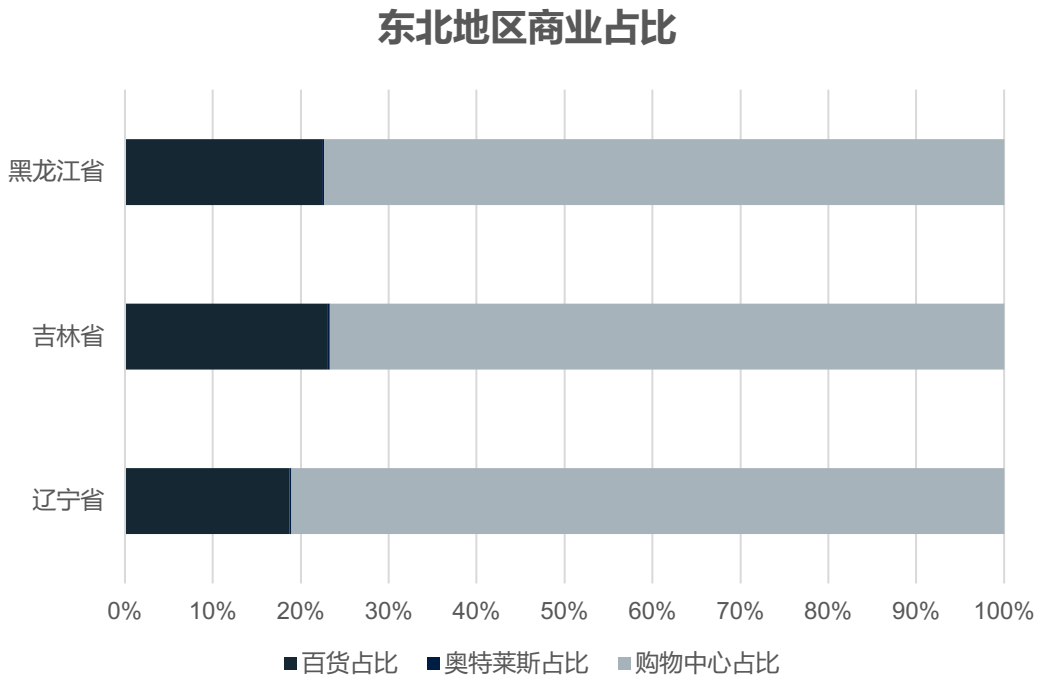
注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

东北地区整体购物中心发展较好，大牌地产商强势入驻，百货有较大的发展空间

东北地区整体呈现出**购物中心占比较高**，平均达到80%，主要原因在于**万达、大悦城**等购物中心的入驻挤压原有的百货业态占比；

百货业态**平均占比20%左右**，目前处于**冲击期阶段**；奥特莱斯**数量整体较少**，非地区主要商业形态。



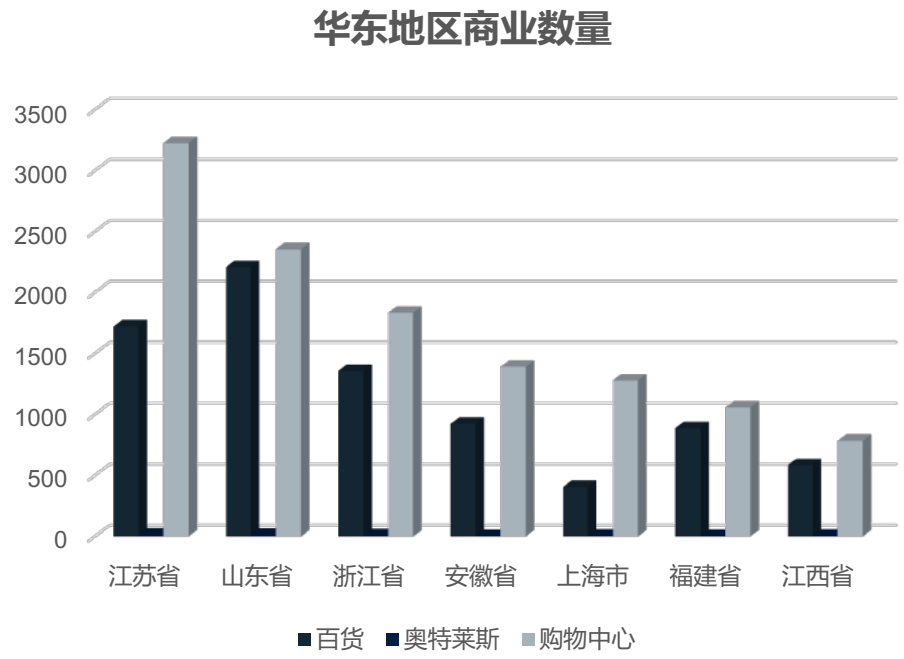


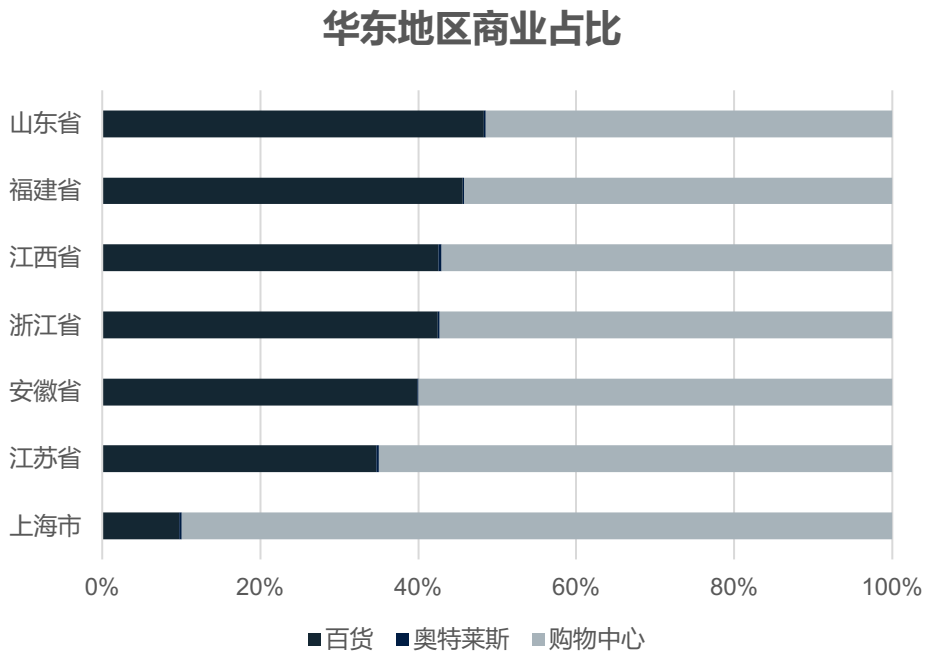
注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

华东地区整体发展较为迅速，购物中心占比均超50%，百货向新型体验模式发展

华东地区**整体商业发展较好**，购物中心占比**均超过50%**；

其中**上海市**商业处于**迭代期发展阶段**，购物中心占比高达90%，已逐渐发展到**新型体验百货模式**，**江苏省**商业项目**数量、体量均领先华东区域其他省市**，主要得益于江苏省**经济规模以及人口规模**较大，为商业发展提供市场与空间。





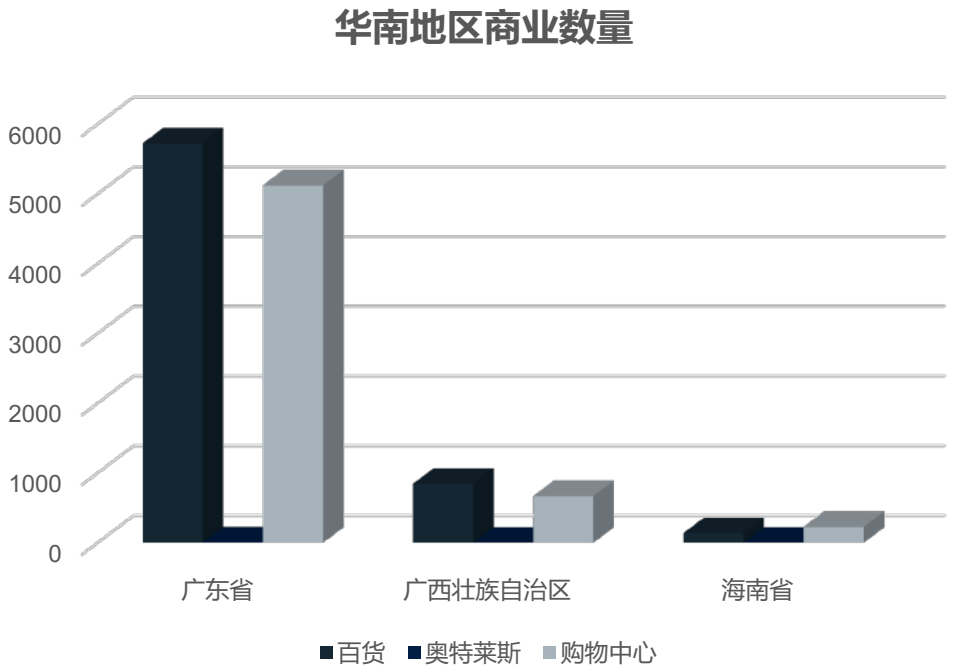
注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

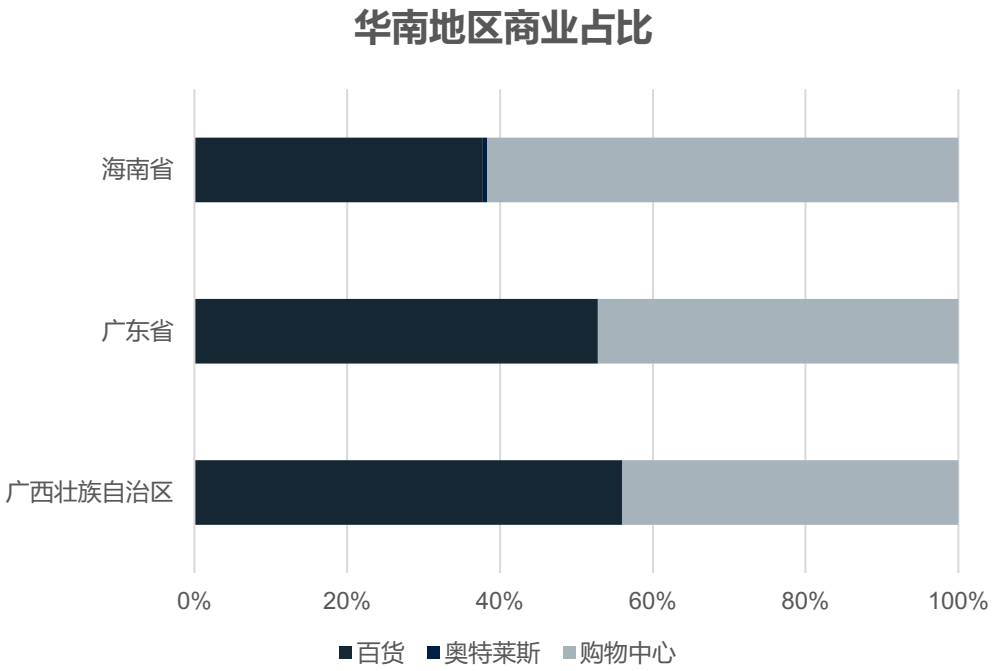
华南地区广东商业体量较大，百货占比高，以雏形期百货店为主要形态

华南地区中，**广东省**是最主要的商业集中地，百货占比**超过50%**，主要处于**雏形期百货店形态**，但同时购物中心也处于发展冲击阶段；

海南省整体商业**数量较少**，但购物中心占比高，达到60%，受政策利好，商业处于**冲击期发展阶段**；

广西整体体量也较小，目前仍然**以百货作为主要的商业形态**。



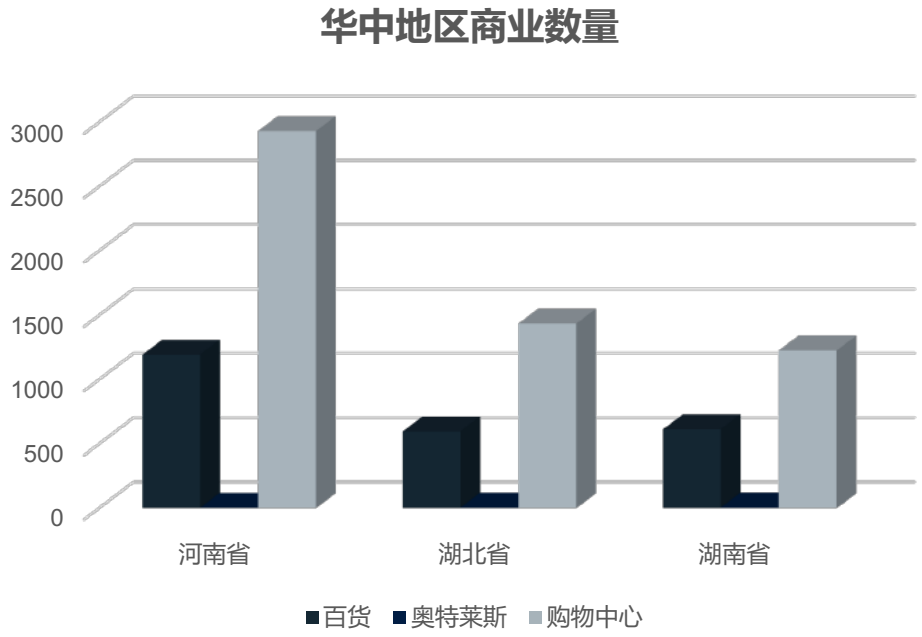


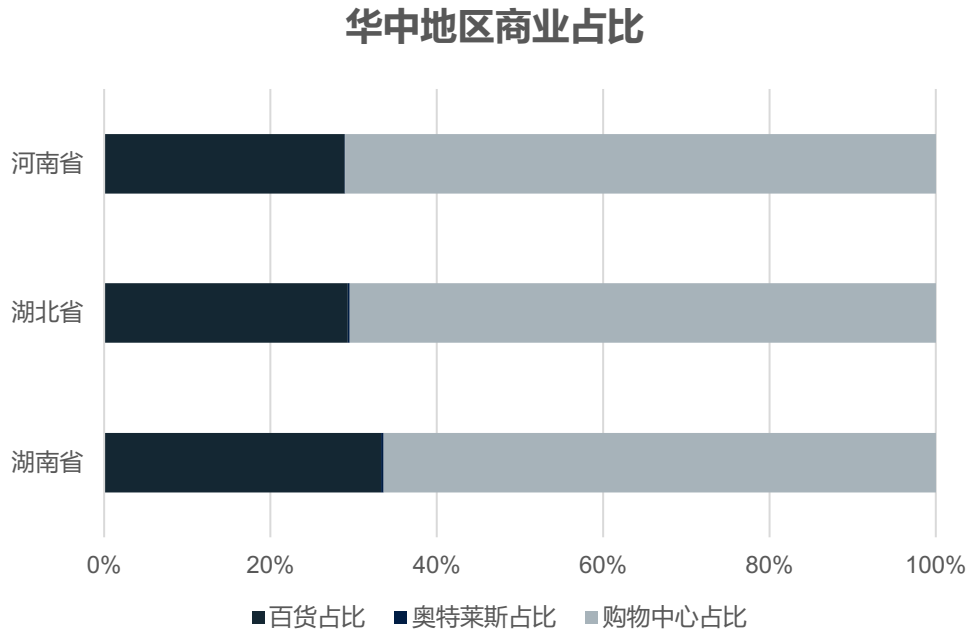
注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

华中地区购物中心发展较好，百货业态处于迭代演进阶段，河南省商业总量领先，品牌开发商占比高

华中地区整体呈现出**购物中心占比较高**的趋势，其中**河南省**的**商业总量最高**，购物中心占比达到70%，源于**万达、凯德、华润等**商业项目的进入，百货业态处于**迭代演进阶段**；

湖北省与湖南省的总体商业体量低于河南省，但购物中心处于**发展冲击期**，成为区域**主要的商业模式**。





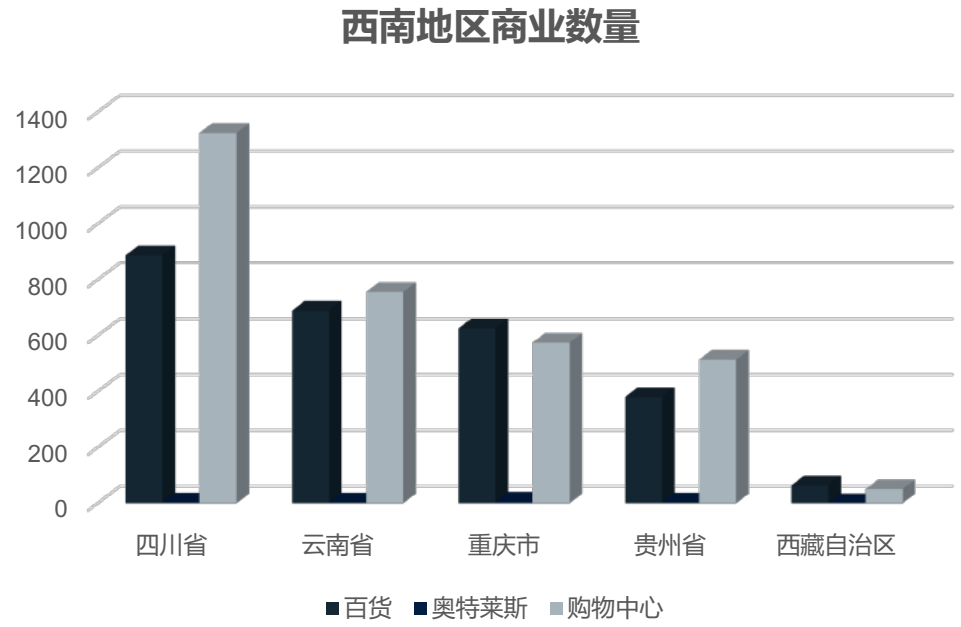
注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

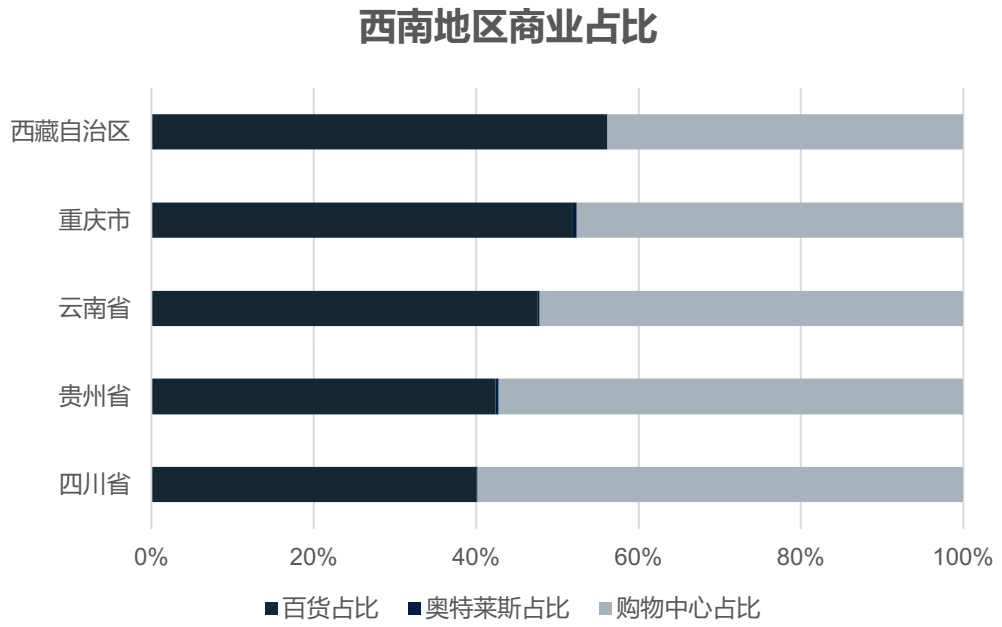
西南地区中四川省购物中心占比高，商业市场发展速度领先，业态演进较快，百货业态大型百货公司为主，处于发展路径的冲击期

西南地区中，**四川省**的商业处于**领先地位**，**商业总量较大**，购物中心占比高达60%；

重庆市商业处于**冲击期阶段**，购物中心发展较快，但**百货依然是主要商业形态**；

云南、贵州的商业体量处于中等水平，购物中心与百货业态比例**基本持平**。

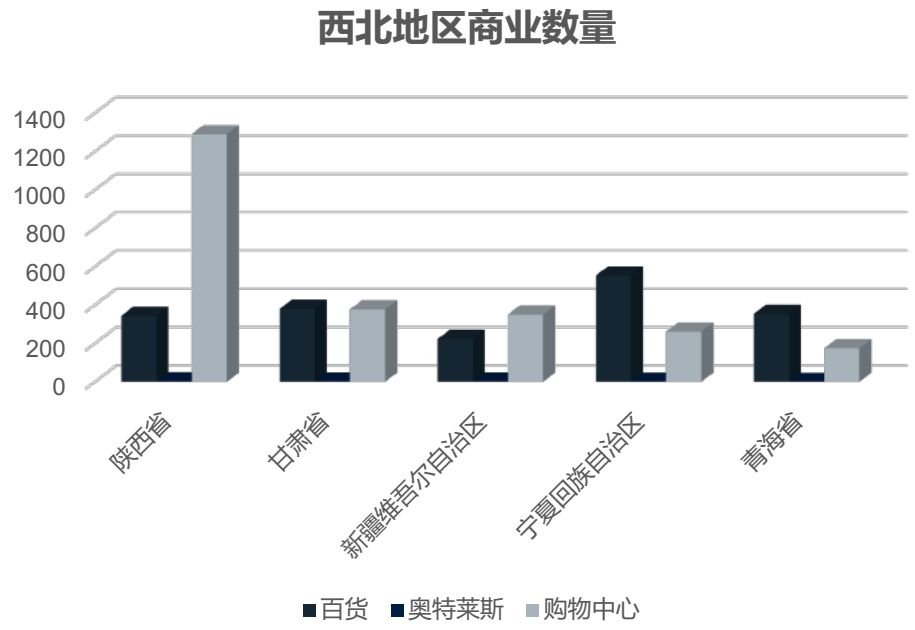


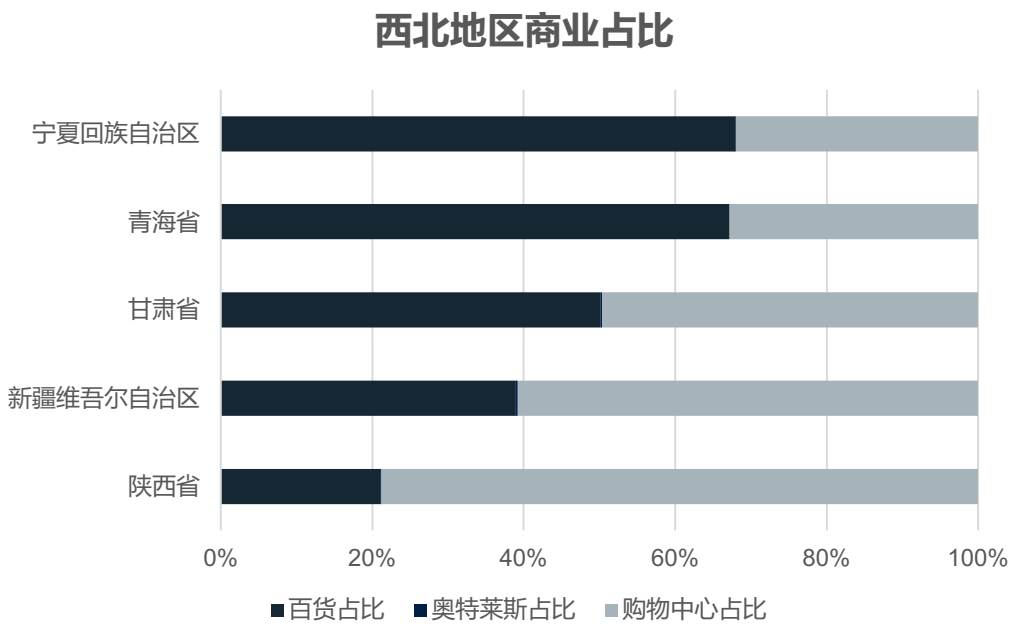


注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

西北地区中陕西省购物中心发展迅速，百货业态仍有较大发展空间

西北地区中**陕西省**的**商业较为发达**，商业总量在西北五省中**处于领先地位**，购物中心占比**接近80%**，**甘肃、新疆、宁夏、青海**的商业数量整体较低，其中青海、宁夏、甘肃的**百货占比超过了50%**，目前处于**百货发展期**，主要满足于日常生活需求。





注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

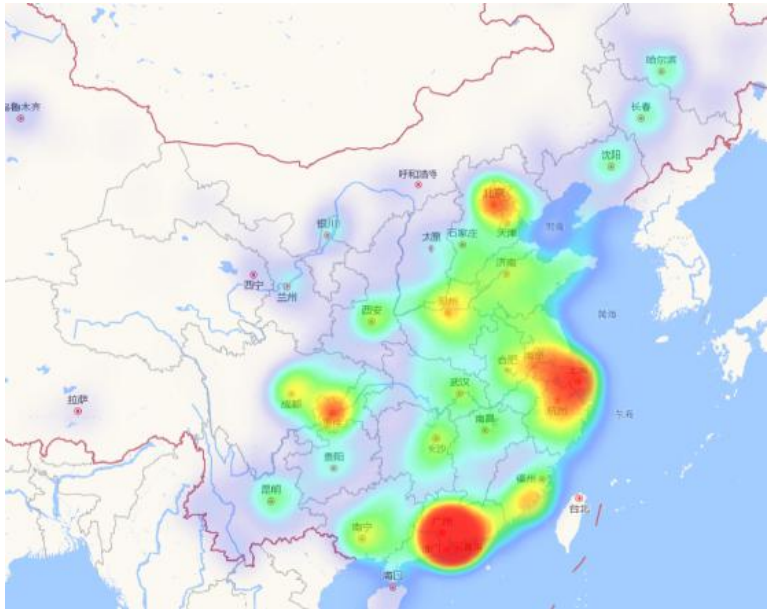
全国商业以江苏、北京、四川、南部沿海等地区作为重点发展区域

从数量上看，全国**奥特莱斯整体数量较少**，且**集中在上海、北京、天津、成都**等一线城市中；**华南地区**百货商业**较为集中**，但部分仍处于百货**发展雏形期阶段**，**上海、江苏、北京、重庆**等发达地区的**百货也较为集中，百货形态有了更多的演进**；**南部沿海地区**的购物中心**较为密集**，主要原因是香港、澳门购物业发达，与**广东地区**的百货商业**形成地区商业格局互补**。

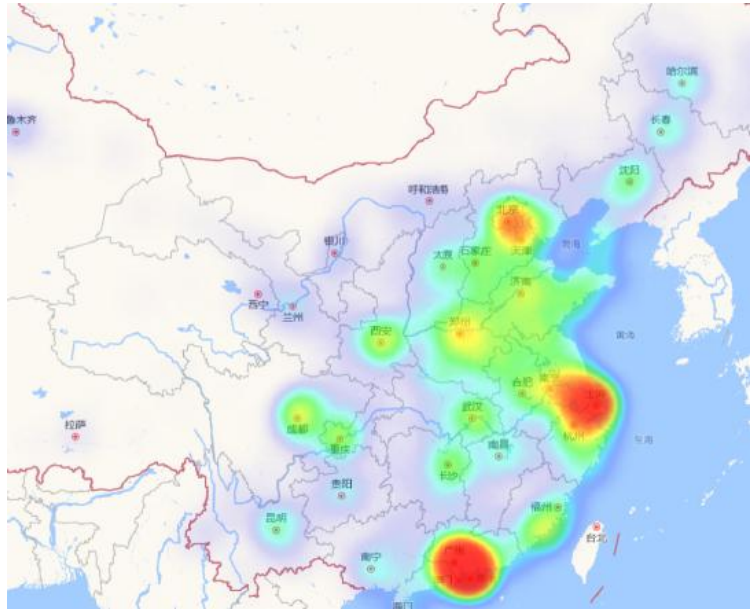
奥特莱斯热力分布图



百货热力分布图



购物中心热力分布图



注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

02

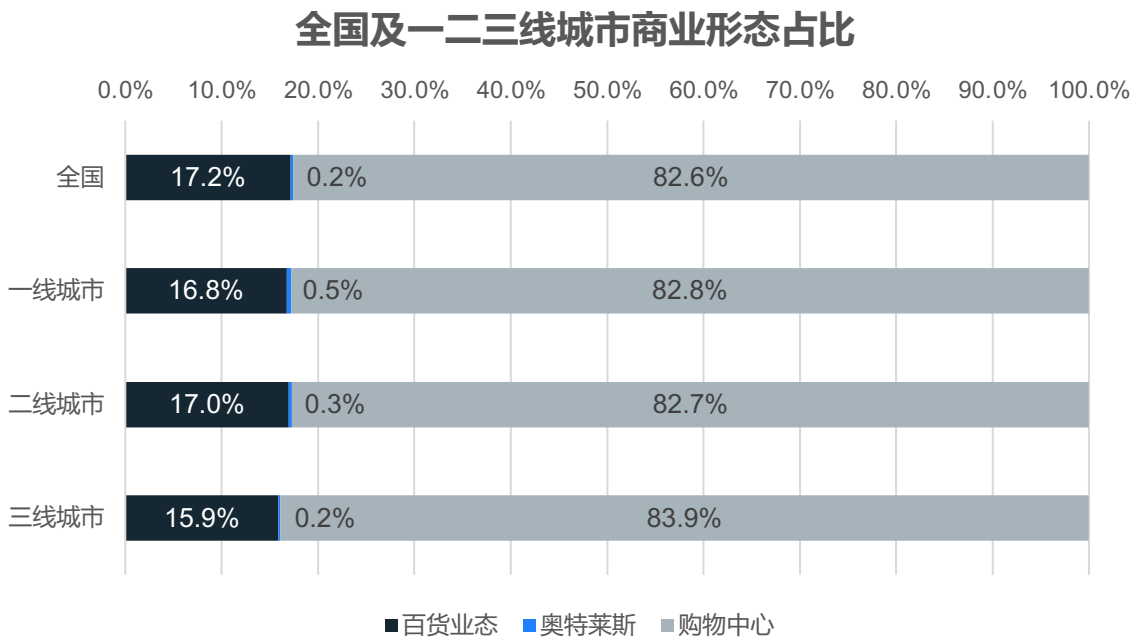
一二三线城市
百货业态的步伐

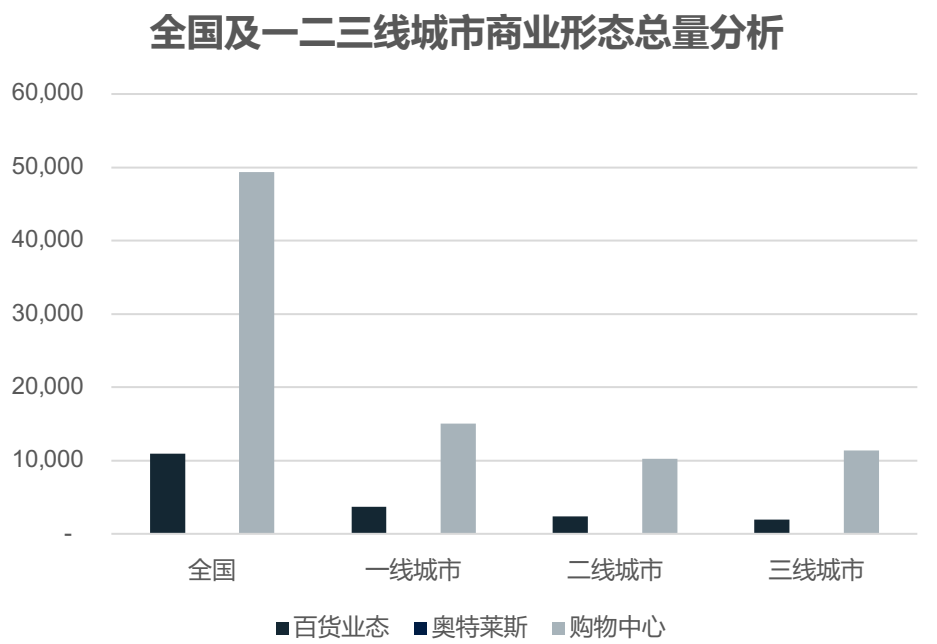


全国商业迭代大格局下，百货业态在购物中心的冲击下不断更新

全国层面目前录得**百货公司、购物中心与奥特莱斯**三种商业形态的占比约为**17.2：82.6:0.2**，市场趋向不断转换中，以**购物中心为主力军**带动整个商业市场向前迈进。

百货形态由于受到新型业态的冲击，处于“**进退”调整状态**中，即**进“升级迭代”退“改造提升”**的状态调整中，逐渐从**一线城市开始回归市场**，也更多关注**体验感**与**消费档次**的提升。





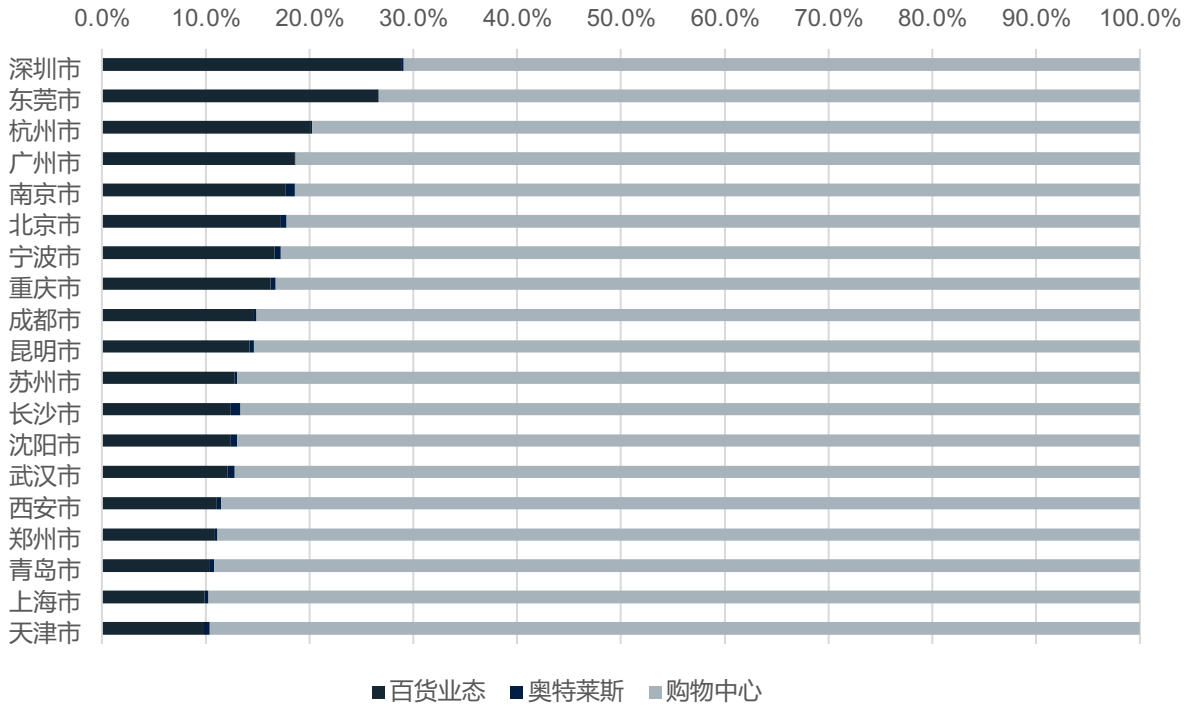
注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比

一线城市中深圳百货占比高，上海重奢百货形态较多，需求驱动下，未来百货商业市场发展潜力较大，购物中心管理百货化趋势亦存在

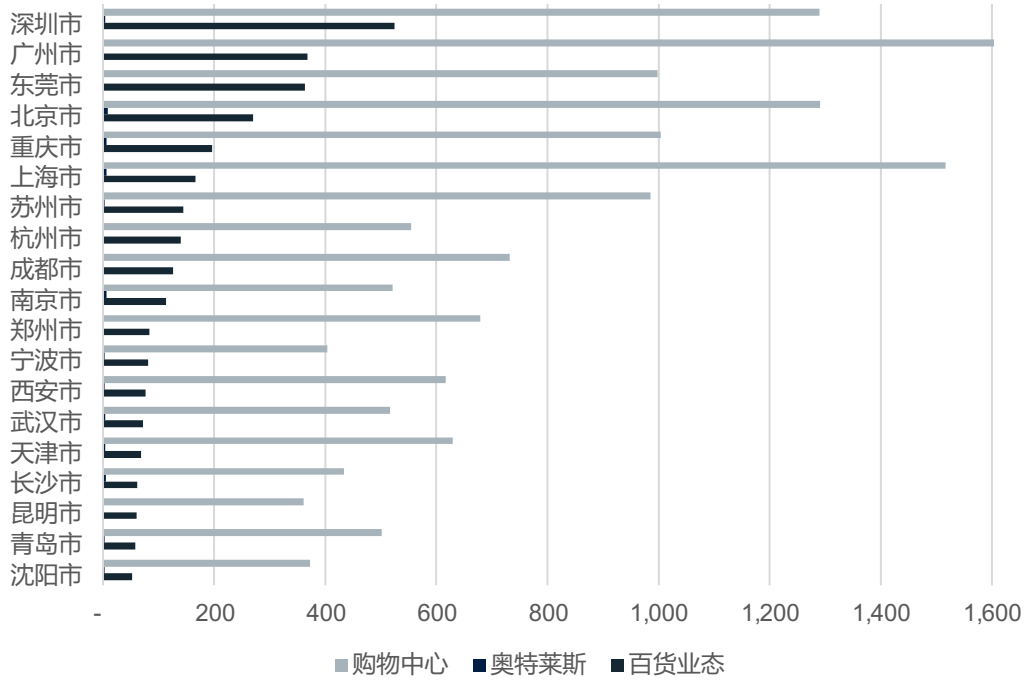
一线城市中购物中心**广州、上海、北京和深圳依次位于前四位**，其中**上海的百货商业最少**，三种业态中仅占比近10%；**深圳购物中心数量居高**的同时**百货**业态占比亦居一线城市**首位**，录得28.9%；

作为一线城市的**天津虽然商业总量不高**，但**百货业态**占比远低于全国平均水平17.2%，录得9.8%，由于其购物中心的业态形式进入迅速，**百货发展缓慢停滞。**

一线城市商业形态占比



一线城市商业形态数量对比分析

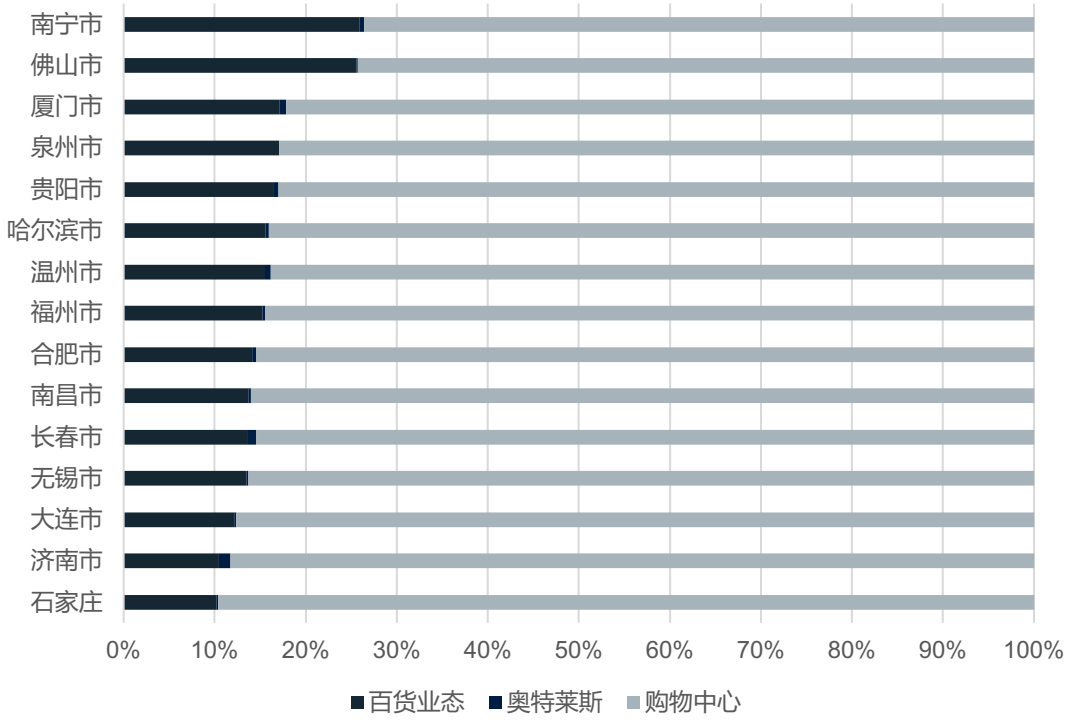


注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比

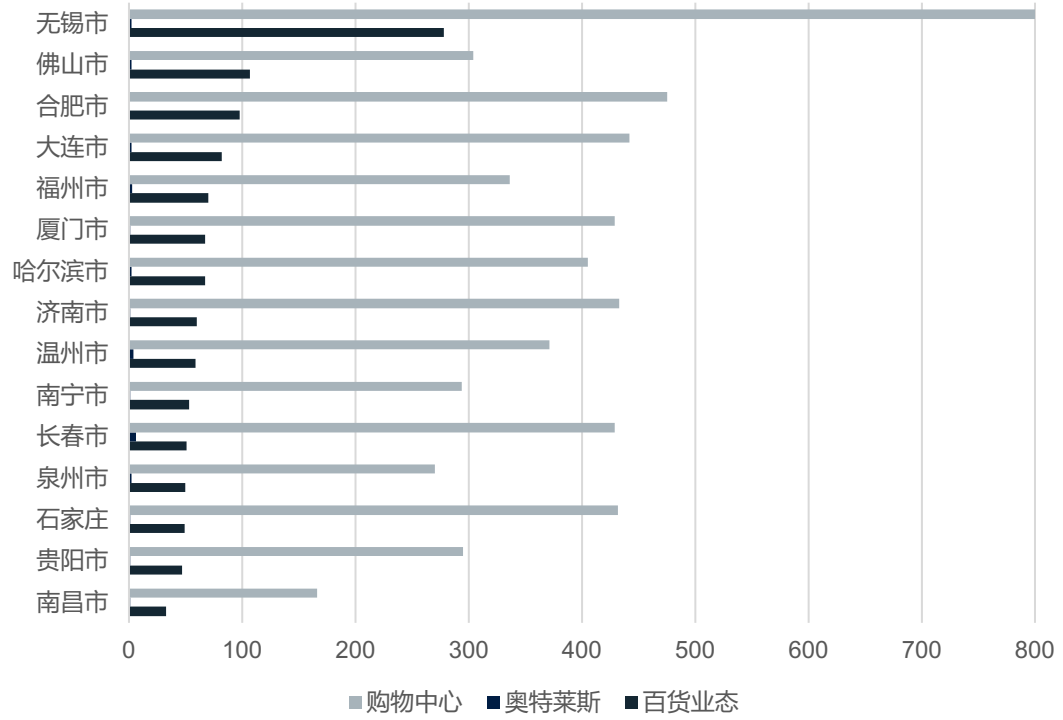
前列二线城市中无锡商业发展较为发达，百货业态迭代发展空间最大

二线城市**南宁市百货业态占比最高**，高达26%，但整体商业总量不高，市场仍处于中前期阶段，**百货业态发展较迟缓**；**无锡市百货数量**、**购物中心数量**均达**二线城市首位**，且商业总量是排位第二的石家庄总量近2倍，市场发展阶段处于中后较发达阶段。

二线城市（前15）商业形态占比



二线城市（前15）商业形态数量对比分析



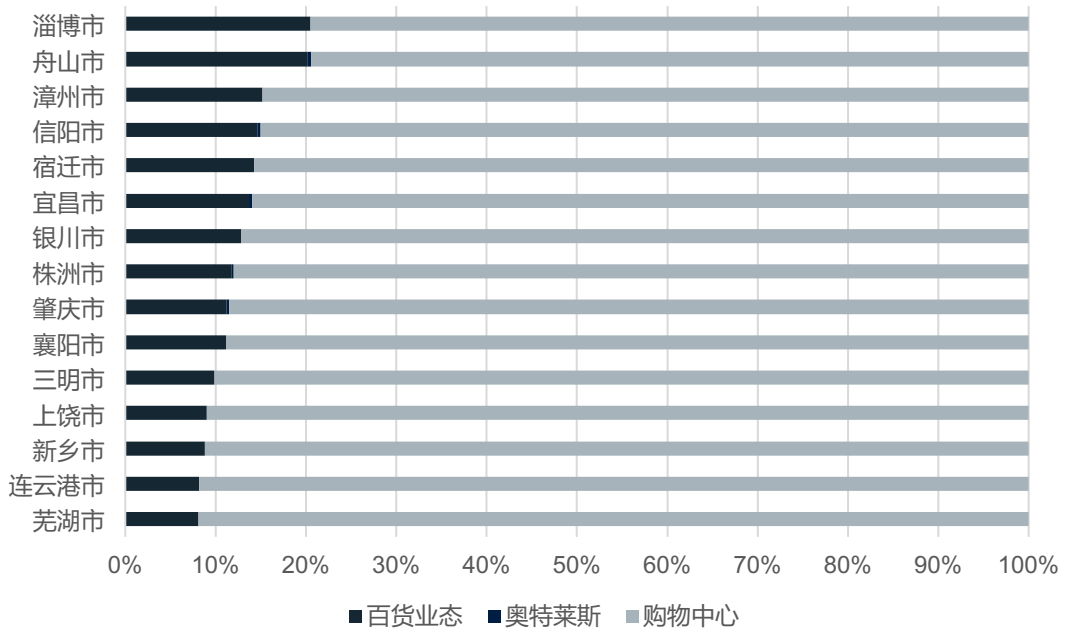
注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比

三线城市百货业态正处在传统百货时期，需求驱动下，亟待向体验式百货业态演进

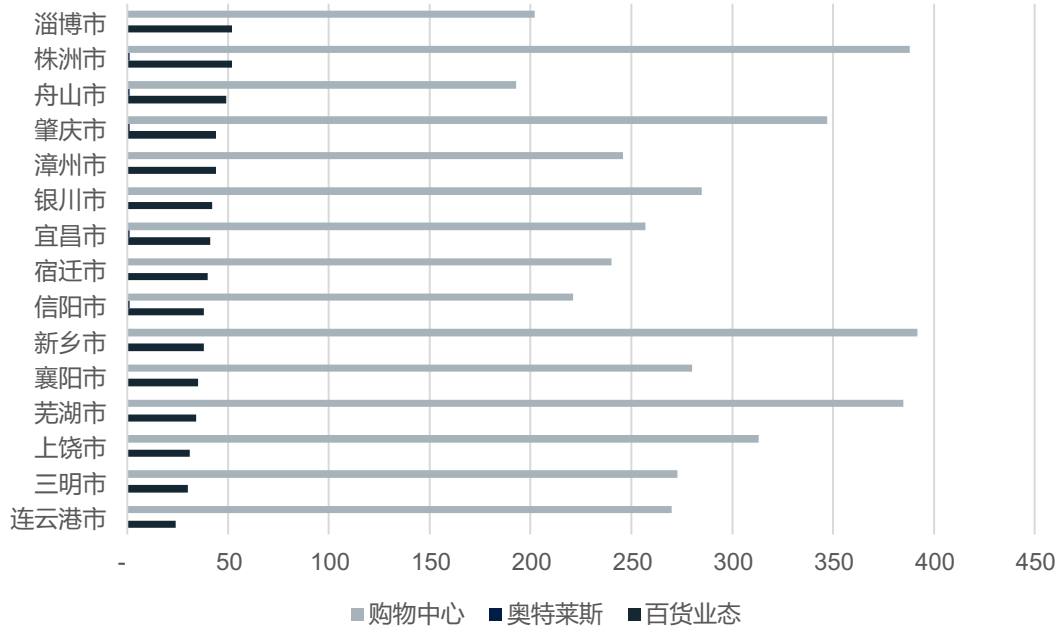
三线商业发达城市中，**以芜湖市**的**商业总量最高**、**百货**业态占比**最低**，仅录得8.1%略低于一线城市最低百货占比9.8%，芜湖未来百货商业，仍有不断演进的空间；

此外，注入新乡、株洲等商业总量居前的城市，逐渐从**传统百货向体验式百货迭代**将成为未来三线头部商业城市的发展方向。

三线城市（部分）商业形态占比



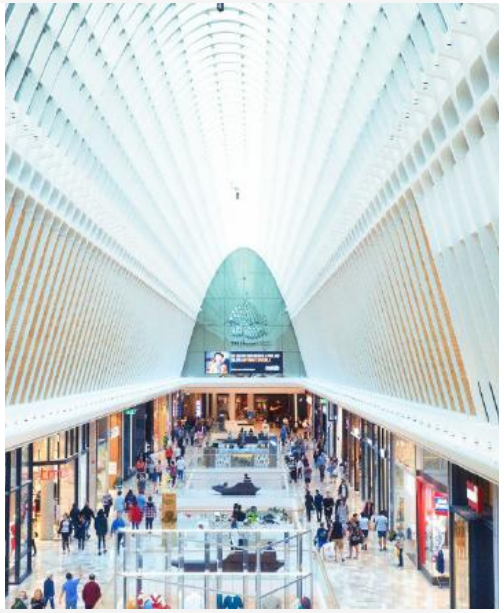
三线城市（部分）商业形态数量对比分析



注：数据来源：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比

03

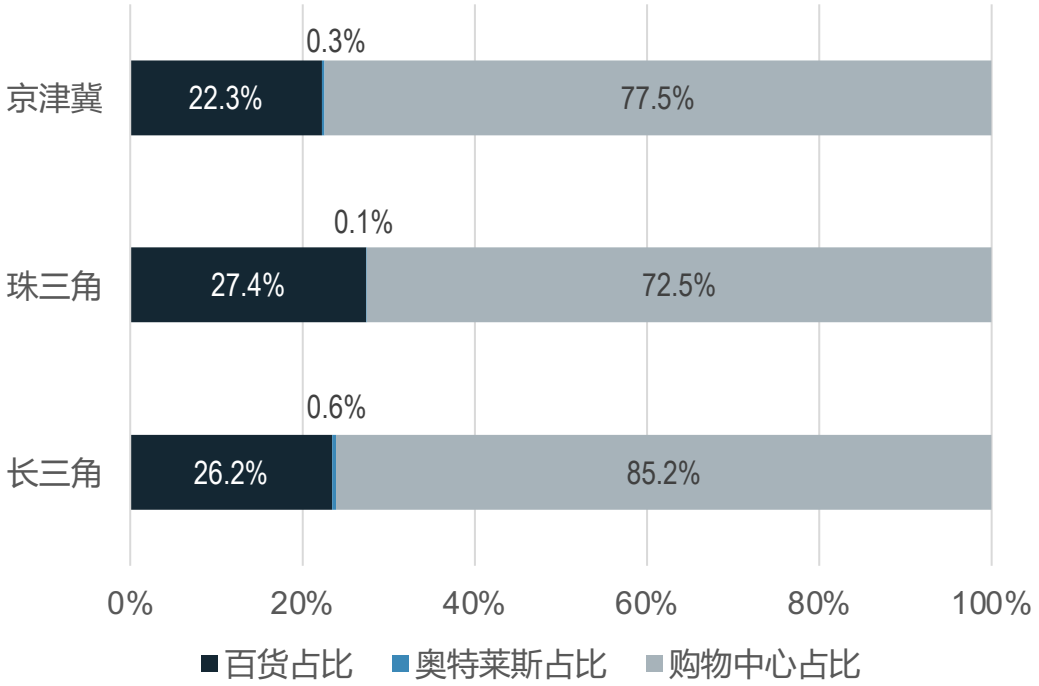
城市群视角下的
百货形态发展格局



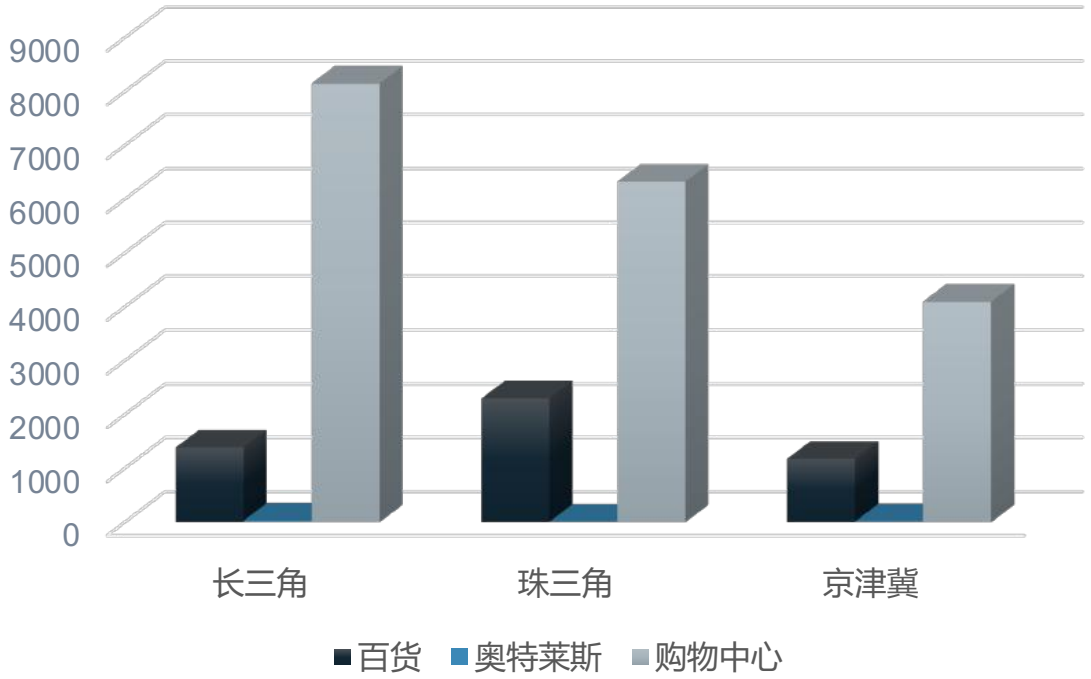
长三角商业发展领先，珠三角百货形态较多，衍变升级梯度层次多，整体仍有较大投资空间

从城市群的角度看，**长三角的商业总数量超过珠三角及京津冀地区**，购物中心占比也处在较高水平，**商业发展处在领先地位**；**珠三角**的百货占比高于其他两大城市群，主要原因在于其多数**百货为传统生活百货**；从商业类型上看，**奥特莱斯占比在所有城市群中都处在极低水平**，非城市的主要商业构成。

城市群商业形态占比



城市群不商业形态数量对比分析

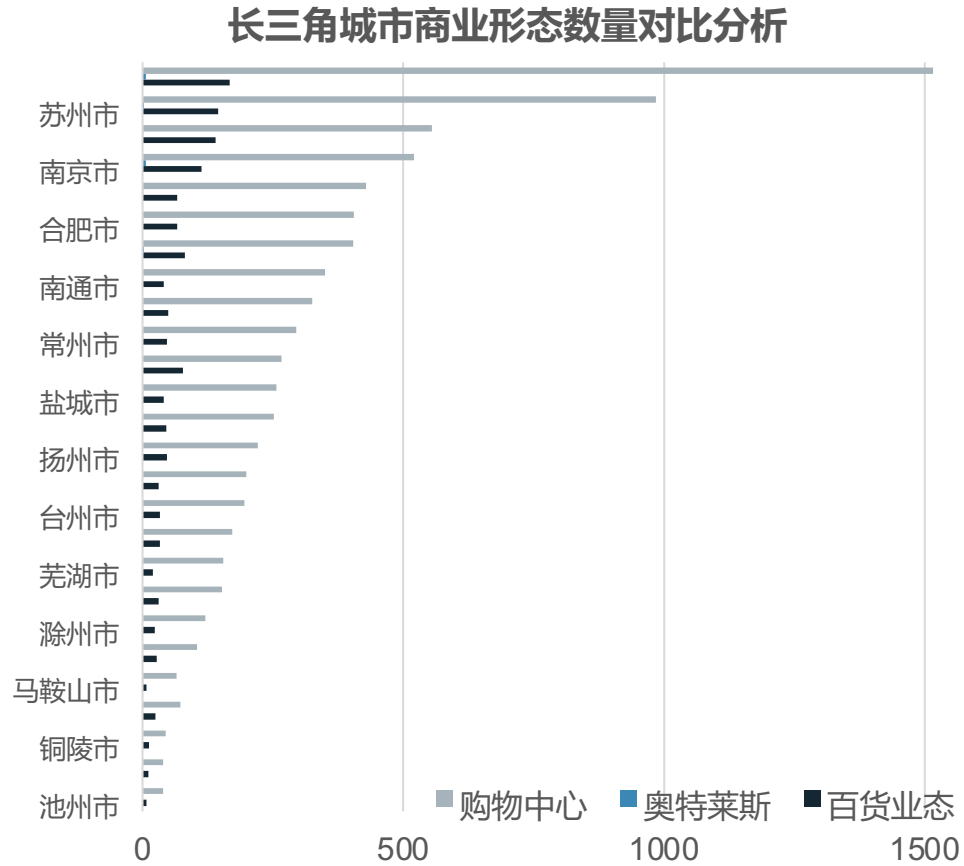


注：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

上海领军长三角，百货和购物中心优势互鉴共同发展

上海作为长三角的经济发展中心，商业氛围最为浓厚，百货占比低，且**已逐步向新型体验式百货发展，而购物中心也趋于精细化百货化的运营管理模式，两者优势互鉴**；**其他省会城市**及发达城市紧随其后，商业总数量高百货占比低，**城市商业发展进入成熟期**。



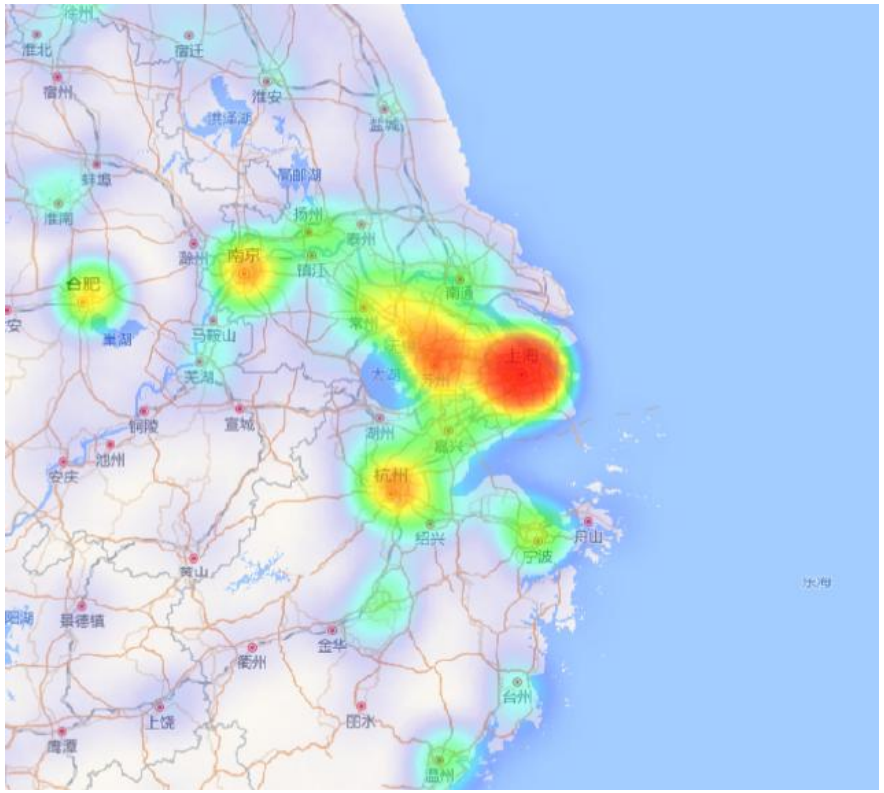


注：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

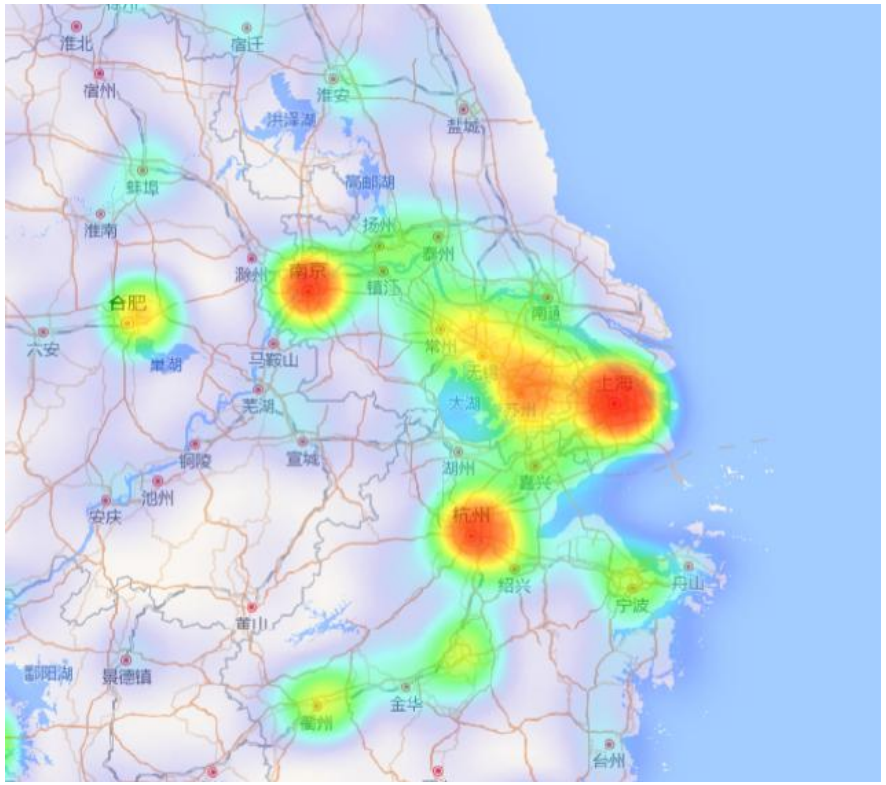
本土特色品牌百货在南京及杭州发展强劲，转型升级态势向好

长三角头部城市的购物中心及百货热度均较高；其中**南京及杭州**的百货热度明显高于购物中心，在于**本土特色品牌百货进驻时间早且发展势头好**，如南京中央商场、南京新百、杭州银泰百货等；**上海**的购物中心热度则高于百货，**传统百货虽在转型，但购物中心也在快速升级更新**。

长三角购物中心数量热力图



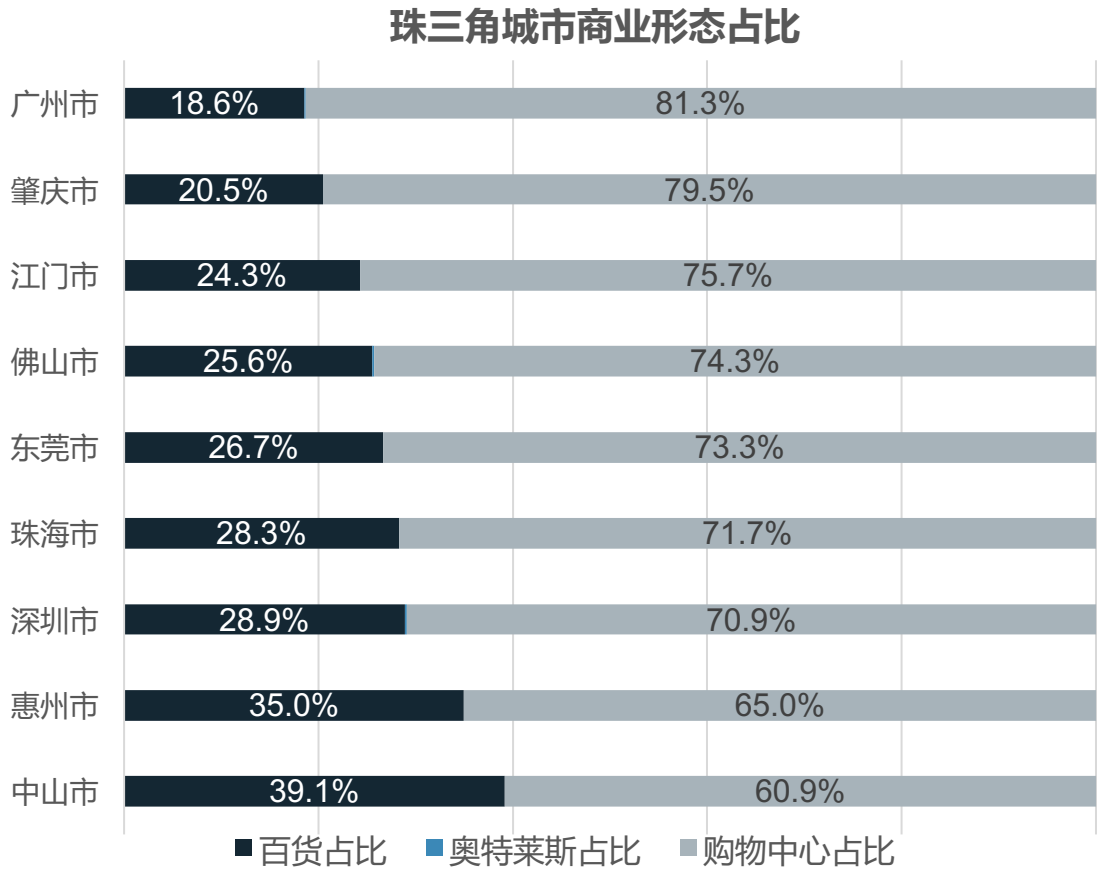
长三角百货数量热力图

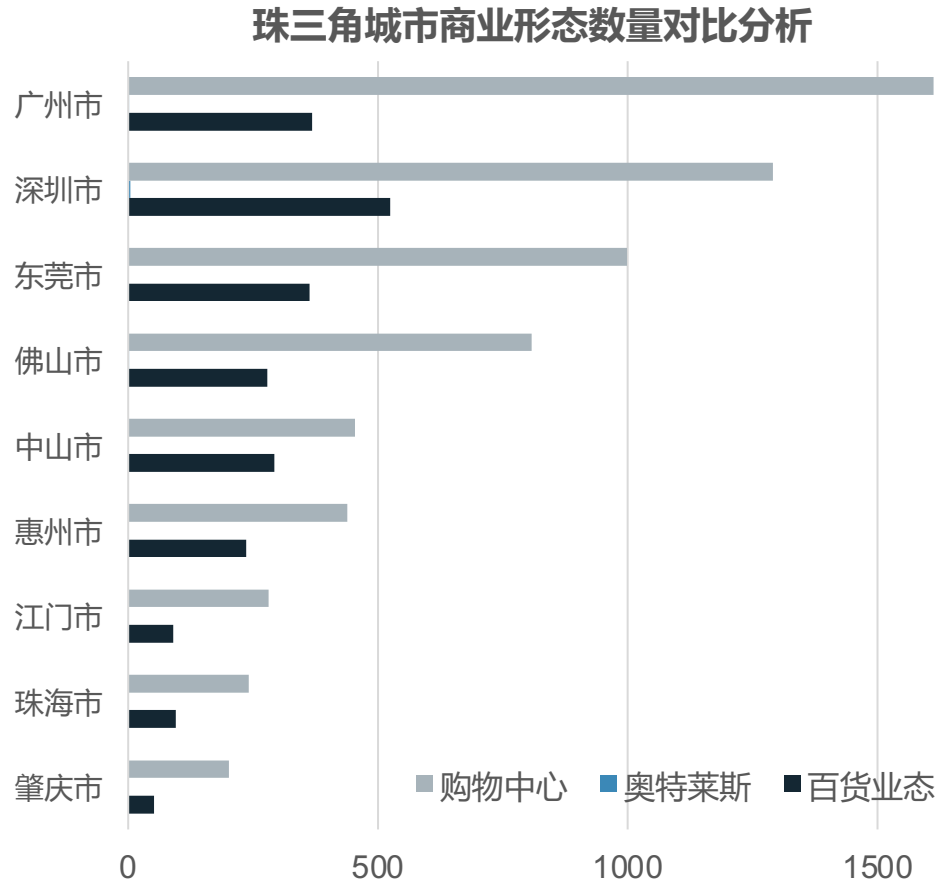


注：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

珠三角城市与港澳商业布局互补，跨境购物习惯拉升本地百货占比

珠三角城市中，以广州和佛山为主**广州都市圈**，及深圳、东莞及惠州为主的**深圳都市圈商业数量高，发展快**；**中山市及珠海**地理位置靠近购物业发达的澳门，本地客群有**跨境购物的习惯**，**本地百货则作为基本生活消费的补充，占比较高。**



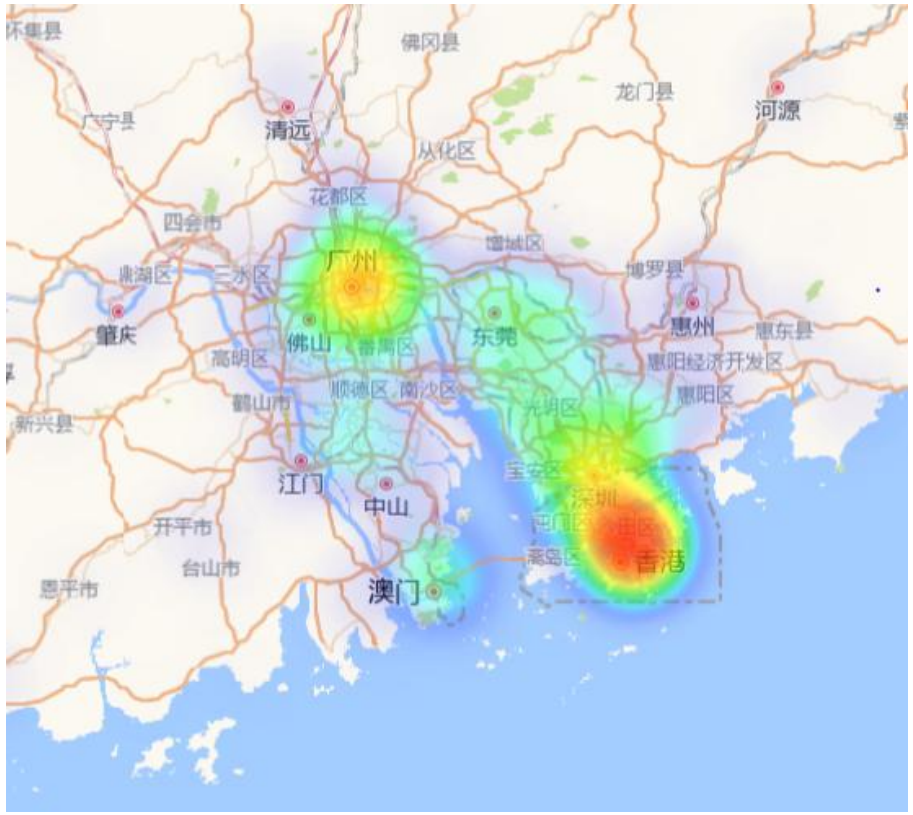


注：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

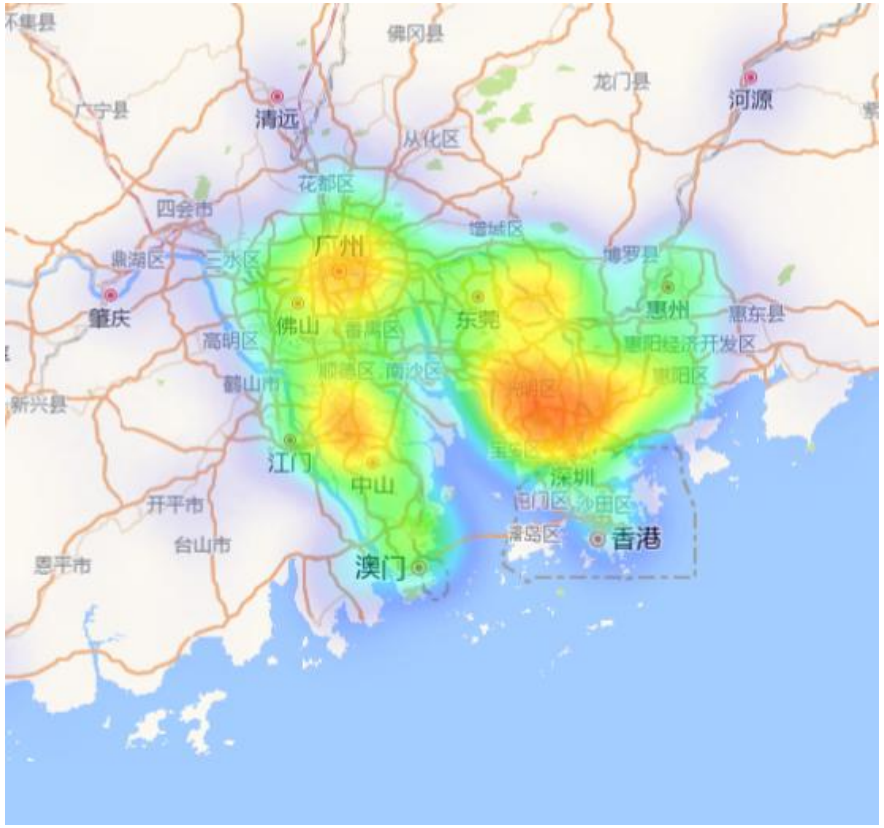
广州本地消费粘性高，主要以生活需求为主，百货业态发展空间大

珠三角**购物中心**热力明显**集中在香港地区**，而**百货作为互补型消费**，在相近的深圳都市圈热度高；**广州**与港澳有一定距离，本地消费粘性高，且本身**在珠三角城市群中商业最为发达**，购物中心与百货的热力均较高。

珠三角购物中心数量热力图



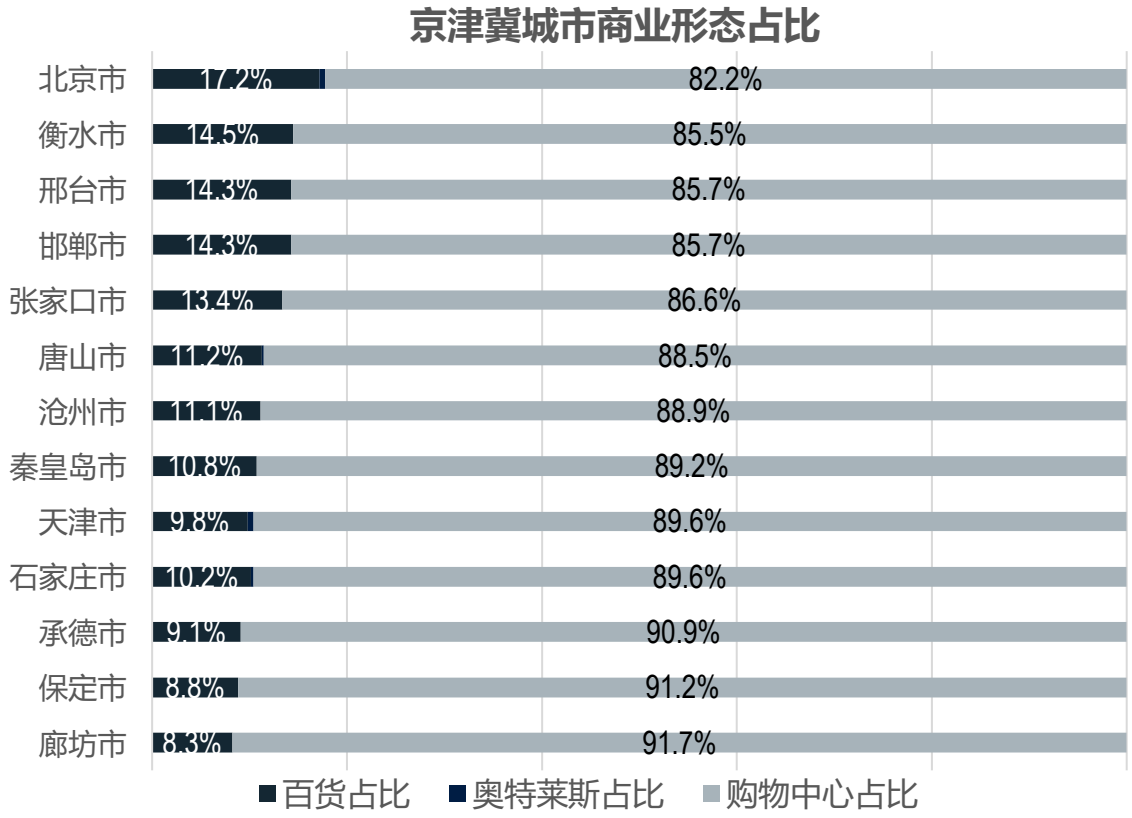
珠三角百货数量热力图

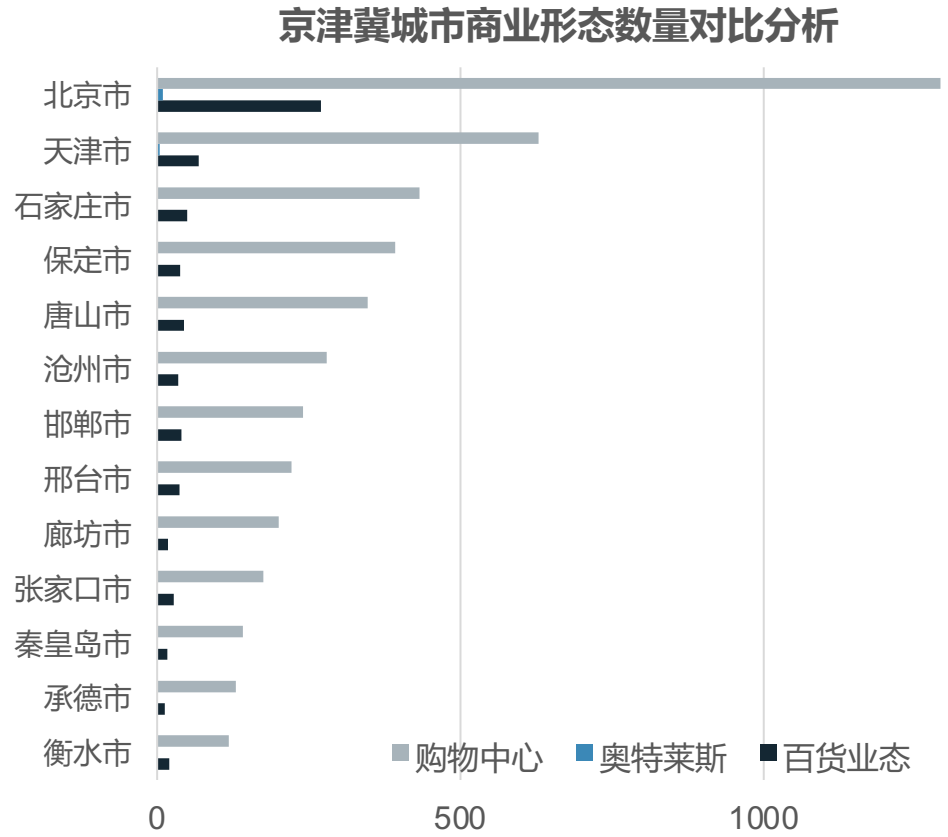


注：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

京津冀主要城市百货发展进化较为缓慢，购物中心发展相对迅速

京津冀城市群中，**北京的购物中心和百货在数量上处在领先地位**，但百货占比高达17.2%在一线城市中处在高位，**老牌百货**如王府井百货、新华百货等**正在进行转型升级**；**天津及石家庄**紧随其后，商业数量高，但百货占比较低，在于**百货在发展冲击期数量减少，发展缓慢**，而**购物中心进入迅速发展期**。



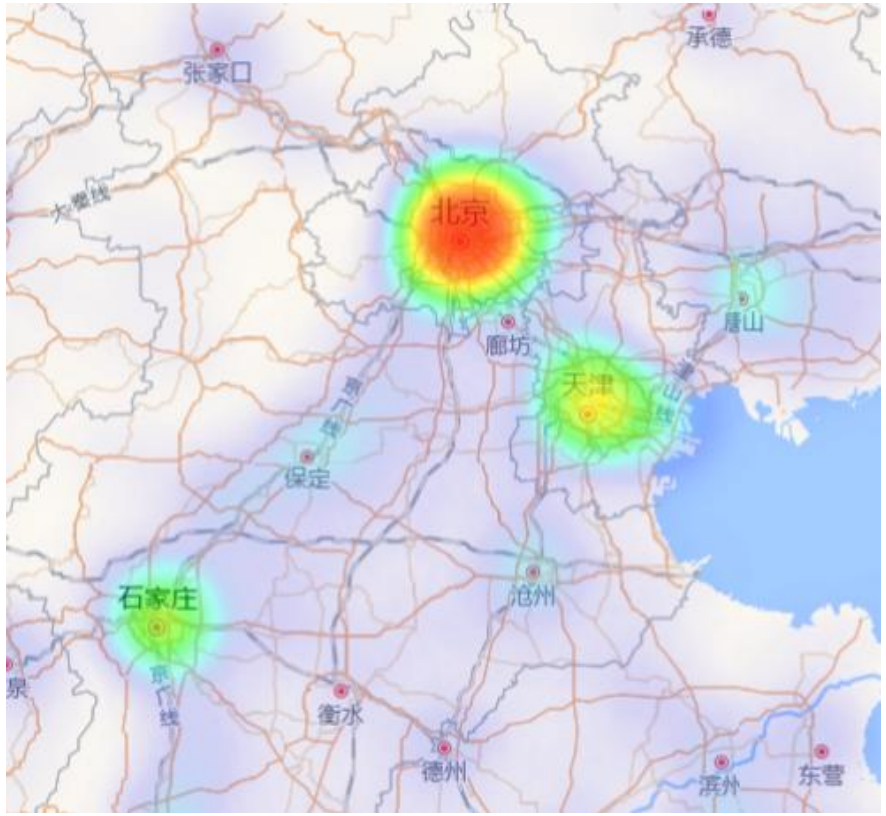


注：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

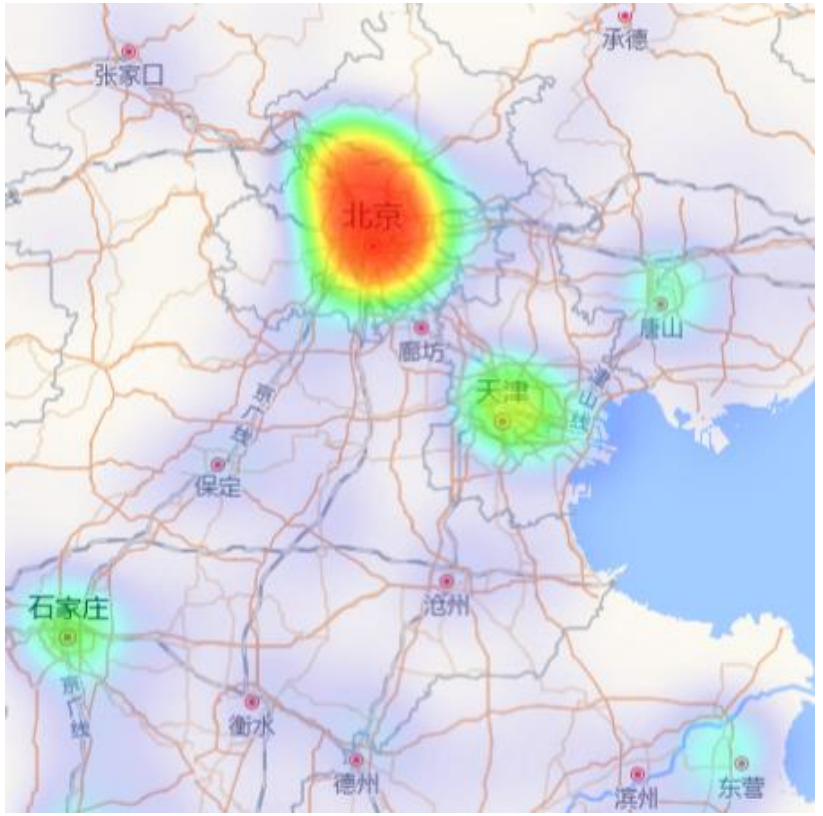
转型升级期的北京老牌百货数量高，商业发展快，体验重奢百货占比更高

京津冀购物中心及百货数量热力相似，**北京**作为京津冀中商业发展最成熟的城市，热力高；其中**百货多分布分散，而购物中心多集中在核心区**；此外天津、石家庄作为京津冀的代表城市，商业发展迅速，辐射周边区域。

珠三角购物中心数量热力图



珠三角百货数量热力图



注：WIFIPIX数据平台，采集时间2019年12月。本报告的样本量为商业项目的数量，商业占比均为商业项目的数量占比。

北京无限向溯科技有限公司

- 无限向溯（WIFIPIX），全称北京无限向溯科技有限公司，创立于2013年，专注于移动端用户消费行为及场景信息的数据挖掘，是业内领先的线下场景与消费行为数据洞察企业。由京东，TalkingData等业内知名机构投资，背靠腾讯京东全平台能力，致力于构建数据化的企业智能决策体系和企业效果运营体系，用领先的「数据及应用科技」为客户创造全新价值， 公司业务现已覆盖以商业地产、家居零售、广告营销、文化旅游、教育等为代表的十多个主要行业。公司总部位于北京，并在天津、上海和深圳设立有本地化服务团队，及时响应不同区域内企业客户的业务需求。

如欲了解详情，请访问公司网址:www.wifipix.com

或关注微信公众号：



Thanks

上海战略顾问部

负责人：王丽娜

联系电话：18621931389

北京无限向溯科技有限公司