

世界经济论坛预测，到2030年，将有15亿多亚洲人加入中产阶级，届时亚洲占全球中产阶级的比例将接近66%

新冠疫情的爆发，使得原本就面临消费者需求转型压力的零售地产，受到又一记重击。尽管如此，投资者不应就此放弃零售地产。

Real Capital Analytics数据显示，2020年全球零售地产投资成交额下滑了35%，高于房地产行业整体跌幅(29%)。相对其他物业类型而言，零售业对投资者的重要性在持续减弱。2020年，零售物业成交比重只有14%，低于十年前的24%。

网购带给实体零售业的冲击与挑战早已不是新闻，但由于叠加疫情影响，更显严峻。在所有市场，尤其是那些长期封城的市场，零售消费均已转移至线上。Statista数据显示，电子商务占全球零售销售总额的比例已从2019年的13.6%上升到2020年的18.0%。这些数据使得零售物业的前景趋于灰暗，而一些市场确实不甚乐观，尤其是零售供应过剩的美国和英国——CoStar数据显示，美国在2020年共有12,200家商店关闭。但即使是在全球疫情期间，实体店仍贡献了84%的零售销售总额。

零售业前景并非一片黯淡，明智的投资者将能够捕捉到不少亮点。封城隔离期间，人们可能不太愿意买新衣服，但食品消费从未中断。与日常生活息息相关的超市在疫情期间正常营业，投资成交气氛良好。据第一太平戴维斯数据显示，去年欧洲的超市成交额比五年平均水平高出40%。欧洲的零售仓库和超市(涵盖便利店)占去年房地产成交的比例达到40%。

重塑购物中心

亚太地区的零售物业成交在去年亦有所下降。尽管如此，不断提升的经济水平、持续累积的家庭财富、年轻的人口结构，以及消费者对全渠道零售的快速接纳，都预示着强劲复苏。中国的消费者已经回归购物中心，而中国实际上是全球电商渗透率最高的国家之一，网购近占中国零售销售额的三分之一。

牛津经济研究院数据显示，2010年到2020年间，亚太地区零售销售额的复合年增长率是世界其他地区的两倍以上。预计到2030年，亚太区占全球零售销售总额的比例将接近50%(见图表)。该地区的零售物业供应却相对短缺。以中国为例，人均零售面积只有澳大利亚的一半，且仅以平均每年1%左右的速率增加。

世界经济论坛预测称，到2030年将有15亿多亚洲人口加入中产阶级，届时亚洲占全球中产阶级的比例将接近66%。印度、越南和菲律宾等国家也将有大量人口加入消费主力军。这些国家连同中国一起，将带来数百万热衷于旅游和奢侈品的富裕消费者。

在以中国为代表的亚洲市场，零售房地产已在电商持续渗透下做出一定调整，因而亚洲零售商和零售业主能够比欧美市场同行更快理解并应对全渠道零售。

购物中心在亚洲社会中的地位也不同于欧洲市场：它不仅是一个购物场所，更是对小户型家庭有着重要意义的社区中心。地段也很重要：亚洲的现代零售物业往往与住房项目或大型交通枢纽综合体项目配套开发。

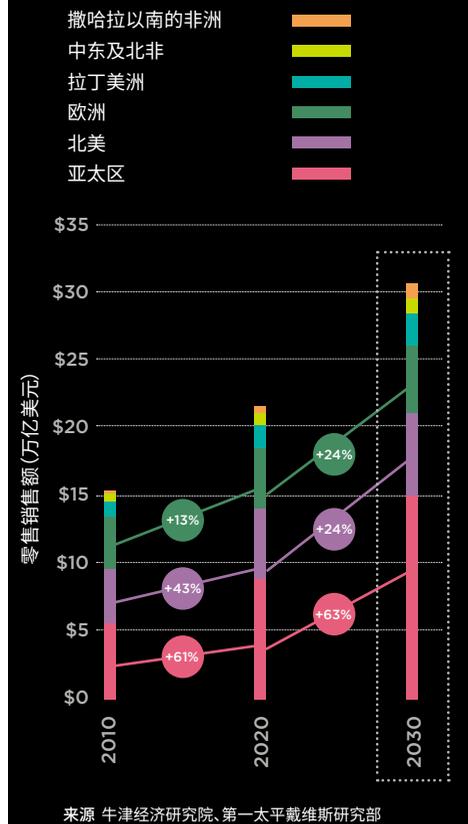
图片: Getty

零售 存量 评估

面对新冠疫情及电子商务的双重夹击，实体店铺该如何演变以夹缝求生？

文 Simon Smith 第一太平戴维斯亚太区研究及咨询顾问部主管

全球零售销售额，按区域



第一太平戴维斯在以“零售重塑”为话题的系列专题报告中，对零售空间的转型策略进行了研究与探讨。第一太平戴维斯英国零售及休闲物业研究部董事Tom Whittington先生认为：“零售空间需要多元化发展，才能生存并走向成功。这不仅意味着增加餐饮或休闲选择，更在于打造一个真正意义上的多用途空间，包括工作空间。解决方案取决于位置和资产类型，并没有统一适用的对策，但可以确定的是，未来购物中心不会只有零售及休闲元素。”

“零售项目业主需要长远规划，并且必须在空间租赁模式上保持灵活性。资产将因此获得韧性，商户入驻率亦可得到提升，空间的使用及体验方式也都将得到优化。跳出零售项目的刻板印象，把购物中心作为生活消费枢纽来看待，收效或许会更好。”