



# 企 竞 中 心 每 日 资 讯

## 【参考信息】

2023年商业地产市场表现有望大幅提振.....p2

Sisley于上海开设亚太首家零售+美容+咖啡的品牌旗舰店.....p3

“转角”闻见咖啡香 沪上咖啡嘉年华启动.....p5

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

## 客观    冷静    中性    实证

上海企业竞争力研究中心

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话：021-51313680 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail:info@shecs.org

## 【参考信息】

### 2023 年商业地产市场表现有望大幅提振



防疫措施的全面优化和全国感染率快速过峰成为 2023 年中国经济转折的关键动因，并有望大幅度提振商业地产市场表现。预计 2023 年中国商业地产投资市场全年交易额超 2500 亿元，同比上涨 15%-20%。

展望 2023 年，尽管欧美发达经济体经济走弱将致外需景气度下滑，但伴随防疫政策大幅优化，中国将在内需驱动下再次引领全球经济复苏。预计在经济活动复苏的带动下，疫情期间所累积的超额储蓄有望逐步释放为消费动能，成为支撑中国经济触底反弹的重要力量。

#### 写字楼租赁全年净吸纳量预计达 500 万方

2022 年，国内 18 个主要城市全年写字楼净吸纳量仅录得 234 万平方米，为 2009 年以来最低水平。展望 2023 年，随着企业扩张信心增强，世邦魏理仕预计写字楼租赁需求将于二季度企稳回升，全年有望实现 500 万平方米的净吸纳量。

受益于宏观经济刺激措施的金融、行业政策环境改善的科技互联网和房地产，以及防疫优化和经济复苏利好的下游服务业的写字楼需求有望出现明显提升。其中，金融和科技将继续担当写字楼租赁需求的主引擎。受外资对中国市场长期信心的利好，制造业仍具增长势能。

#### 稀缺性助核心商圈引领租金反弹

在经济活动复苏的带动下，疫情期间所累积的超额储蓄有望逐步释放为消费动能，国内商场已取消核酸证明要求将持续推动线下客流的复苏，并同步推动优质零售物业需求反弹。世邦魏理仕预计，2023 年全国主要城市优质零售物业新增供应将突破 800 万平方米。分区域来看，未来三年仅有 16% 的新项目位于核心商圈，基于可租面积的稀缺性和品牌强劲的扩店意愿，全国 18 个主要城市核心商圈

的租金有望在 2023 年实现 0.9% 的同比增长，一线城市核心商圈将录得更快的增速 1.7%。整体市场方面，购物中心平均租金将于 2024 年企稳回升。

### 高标仓净吸纳量预计超 640 万方

受益于国内消费的周期性反弹及汽车等高端制造业的供应链升级和外包所带来的利好，2023 年国内主要城市高标仓净吸纳量有望超过 640 万平方米，同比增长 30%。

展望 2023 年，网上零售有望恢复常态化增长，直播电商平台对供应链效率和物流配送体验的日益重视推动其成为仓储需求新的增长点。另一方面，产业升级、地缘政治以及疫情冲击令制造企业对供应链升级的需求与日俱增，而由此产生的仓储扩张升级趋势将为国内高标仓需求提供可持续的增长动能。

### 大宗物业投资交易额预计超 2500 亿元

2022 年中国大宗物业投资总交易额累计 2200 亿元，同比下降 22%。随着防疫政策优化“新十条”和一系列提振经济举措接连出台，投资者情绪将明显改善，预计 2023 年中国商业地产投资市场全年交易额超 2500 亿元，同比上涨 15%-20%。

国内防疫措施优化和经济复苏预计将在二季度以后显著提振酒店和商办租赁市场表现，相关资产的资本化率有望呈现“前升后降”的走势。考虑到中国物流仓储市场的结构性增长趋势未改，以及近期新上市和扩募的物流 REIT 定价依然坚挺，世邦魏理仕认为，随着租赁需求的逐步复苏，2023 年国内高标仓资本化率将保持平稳。

## 【参考信息】

### Sisley 于上海开设亚太首家零售+美容+咖啡的品牌旗舰店



上个月，法国护肤美妆品牌 Sisley 在上海开出亚太地区首家 MAISON SISLEY 「希思黎之家」，近日更带来了中国首家 Sisley 咖啡店。不同于 Sisley 其他精品店，MAISON SISLEY 的定位既是品牌的美容中心，又是精品店。

自 2017 年起，Sisley 推出了一种全新都市生活体验服务，MAISON SISLEY 主要包括贵宾室，护理区，café 以及 boutique，为了让消费者全方位感受品牌精神以及法式艺术生活体验。MAISON SISLEY 坐落于“上海第一名园”张园，作为品牌亚太地区的首家沉浸式体验空间，其以双层独栋小洋楼呈现。

1F 包括了精品购物区、甄选礼赞区以及咖啡店，二楼空间后期将解锁更多功能。精品购物区带来全品类产品系列，包括护肤、美妆及香氛；礼品吧则提供定制化包装等服务。据悉，旗舰店内的每一件家具、灯具、每个陈设细节都是由伯爵夫人精心挑选，甚至护肤台上的艺术吊灯，也是来自 Sisley 创始人的藏品。而 Sisley 中国首家 Café 「秘萃咖啡吧」，采用法式优雅设计风格，内设著名艺术家倪有鱼先生“古籍标本”系列画作。

位于二楼的美容室将于 3 月对外开放，这里将会提供多种不同类型的面部及身体的护理服务，面向各年龄段及各种肌肤类型提供完善的个性化美肌方案。目前，Sisley 在中国内地部分线下门店（例如上海太古汇店、南京德基店、成都太古里店等）也提供有美容护肤服务，包括面部/手部/美体护理及法妆体验，全程使用 Sisley 产品以及不对外销售的精选独特植物精油，品牌会员需提前预约。

作为上海现存规模最大、最完整、种类最多的中后期石库门建筑群，MAISON SISLEY 所在的上海张园位于静安区中心，地段含金量极高。自去年年底对外开放以来，上海张园已引进 20 多家高奢大牌，其中不乏重量级门店，例如 BY FAR 亚洲旗舰店、Louis Vuitton 全球首个旅行家居空间、江诗丹顿中国最大规模沉浸式体验空间、Blue Bottle 内地第三家店、Dior 限时精品店、RE 而意自行车博物馆等。

目前，MAISON SISLEY 已在法国巴黎、德国慕尼黑、布拉格、美国纽约、上海等地设有分店。据了解，品牌未来还将进驻更多城市开店，已计划在马德里和莫斯科落地。2017 年 2 月，全球首家 MAISON SISLEY 落地 Sisley 品牌总部巴黎第八区中心地带，距凯旋门和香榭丽舍大道数步之遥，位于一幢极富装饰艺术风格的文物保护建筑之内。

该旗舰店占地 360 平米，主要划分为精品商店、艺术展览、护肤理疗室及秘密花园咖啡厅四大区域，将美肌体验、客户需求和浓厚的艺术氛围融为一体。据悉，该店平日只有购物区是对外开放，其他区域必须是高端会员或品牌方邀请才能入内。

Sisley 自 1976 年创立以来，最畅销的明星产品便是全能乳液，其产品和服务分布于百货公司，香水店，Spa 中心和美肤中心。除了在自家旗舰店内设置美容室之外，Sisley 还与世界各地的顶级酒店内的 Spa 中心合作，比如巴黎的 Hotel de Crillon、纽约的 The Carlyle、日本的 Hakone Shuishoen 等。

不止 Sisley 会在店内设置美容室，日本护肤品牌 POLA、英国天然美妆品牌 Lush、欧缇丽、HR、La Prairie、娇兰、欧舒丹等多个品牌也同样提供多类型的美容护理服务。早在 2015 年，Lush 便对其伦敦牛津街店进行店铺升级，改造后门店面积近 1000 平米，除了零售区，更增设 Spa 水疗、咖啡区、香水廊、美容讲座等多种体验。之后，品牌又陆续在首尔、东京、香港、等地也开设带有 LUSH SPA 中心的门店。

其中，2019 年开业的 Lush 东京新宿店是品牌亚洲最大旗舰店，共有 4 层楼，店内设有泡泡球区、

鲜花店、美妆区、香水图书馆、唱片区、水疗区等，不同楼层呈现截然不同的感官体验。欧舒丹也同样在全球度假胜地也拥有多家水疗中心，位于巴厘岛的 Mango Tree Spa by L'Occitane 水疗中心，位于绿树环绕的乌布。水疗中心提供六个专属的按摩室，顾客可以体验水疗的同时感受景色、鸟鸣、水声、沙声的独特体验。

在这个体验经济时代，越来越多的护肤美妆品牌通过在门店中加入美容 SPA、Cafe、餐厅等业态来拓宽更多的可能性，在提升品牌竞争力的同时也能增强顾客粘性。

消费者会厌倦一成不变的品牌和零售环境，像 Maison Sisley 这样的旗舰店开在寸土寸金的上海张园，除了能更好的传递品牌的核心价值，为本土消费者及海外游客提供更完整的消费体验，其付费的美容体验更能为品牌吸引到更多具备高消费能力的客群，对提升门店销售业绩也有一定的帮助。

## 【参考信息】

### “转角”闻见咖啡香 沪上咖啡嘉年华启动



21 日，联名咖啡杯手绘图案的全球征集活动 001 号作品在上海诞生。一杯咖啡，一只“呼朋引伴”的手诠释了上海市美术家协会主席郑辛遥对“一起咖啡吧”的理解。同日，由中央广播电视台总台上海总站、总台 CGTN、总台视听新媒体中心(央视频)联合主办的“一起咖啡吧”沪上咖啡嘉年华活动官宣发布会在上海市徐家汇书院举办。

“一起咖啡吧”沪上咖啡嘉年华活动将从 2023 年 2 月一直持续到 6 月，陆续推出一系列“咖啡+”融媒体活动和新媒体产品。活动将在总台旗舰新媒体客户端央视频搭建专题页，邀请广大网友共同推选年度咖啡荣誉榜单；沪上咖啡嘉年华活动期间还将开展户外音乐会、露营派对、绿色骑行、产业论坛、节日主题活动等一系列“咖啡+”融媒体活动；活动将还创制国际传播系列短视频产品《魔都咖



友记》，依托总台 CGTN 的海外传播渠道优势，在全球多平台发起多语种线上活动，多维度观察中国咖啡产业在全球化时代的深刻变革与发展活力，以及一颗咖啡豆背后开放创新的国际经济新格局。

目前，上海拥有咖啡店 7800 余家，是全球咖啡店数量最多的城市，咖啡作为海派文化的载体，已经成为沪上百姓的一种生活方式，培育了千亿级规模的消费产业，让上海成为名副其实的“世界咖啡之都”。透过咖啡，也可以看到上海强劲的“消费力”。

与此同时，上海的“原创力”也可以在咖啡中得以体现。在上海的咖啡馆中，有 55.88% 的咖啡馆为精品咖啡或独立咖啡馆。目前，中国咖啡产业已经在世界上占有一席之地，产量排名位居全球第 13 位，尤其是云南咖啡，占到全国产量的 98% 以上，远销欧洲、东南亚、美洲、中东等地，也在国际经贸往来中扮演着重要的角色。

活动上，还发起联名咖啡杯手绘图案的全球征集，上海市美术家协会主席郑辛遥担任征集活动发起人，并创作 001 号作品。

值得注意的是，2023 年第三届上海咖啡文化周的主题“活力上海 梦想齐啡”也在会上隆重发布。“一起咖啡吧”沪上咖啡嘉年华活动将与 2023 年第三届上海咖啡文化周深度融合，共同打造立足上海、放眼世界的活动品牌 IP。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

