

Creating Resilience

2021年亞太區零售業 快閃調查

REPORT FIGURES

世邦魏理仕研究部
2021年12月

2021年亞太區 零售業調查

台灣調查結果摘要

景氣復甦之路：
延遲且減弱

42%

表示今年第3季銷售表現不到疫情前同期水準的一半

62%

看好商業活動將於2022年內恢復至疫情前的正常狀態

不動產策略：
擴張腳步加快

65%

計畫於2022年擴大實體店面網絡

52%

有意在市中心或非核心商圈的百貨商場內設立新櫃點

未來零售：
邁向全通路布局

86%

認為與線上通路相比，實體店更能有效地維繫顧客關係

72%

預期未來將有更多線上訂單在實體店內處理及交付

資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

01

景氣復甦之路：
延遲且減弱

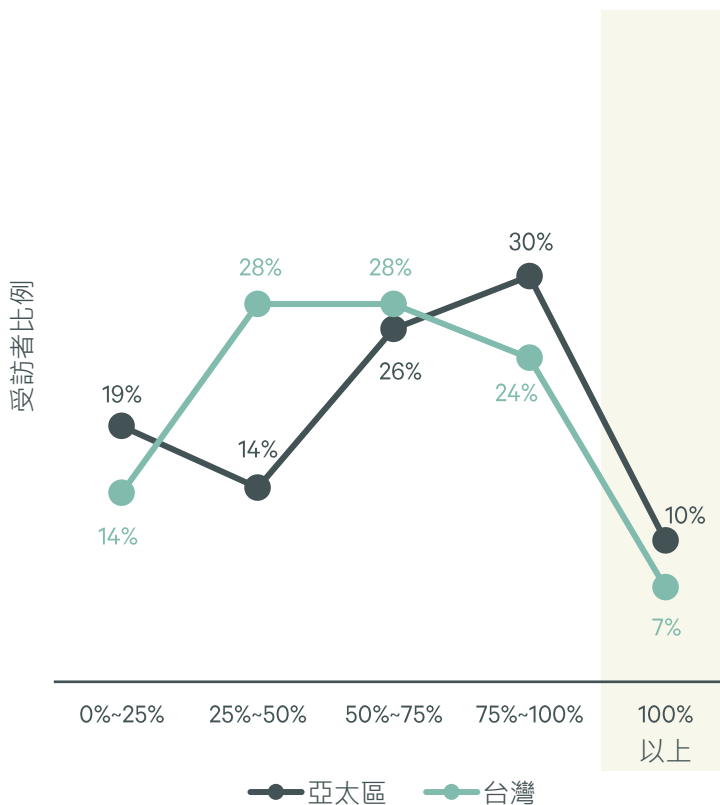
防疫措施導致零售業復甦遲滯

受到今年第二季出現新一波疫情的影響，零售業者銷售狀況由紅翻黑，亞太地區內僅一成受訪者表示銷售表現優於疫情爆發前水準。

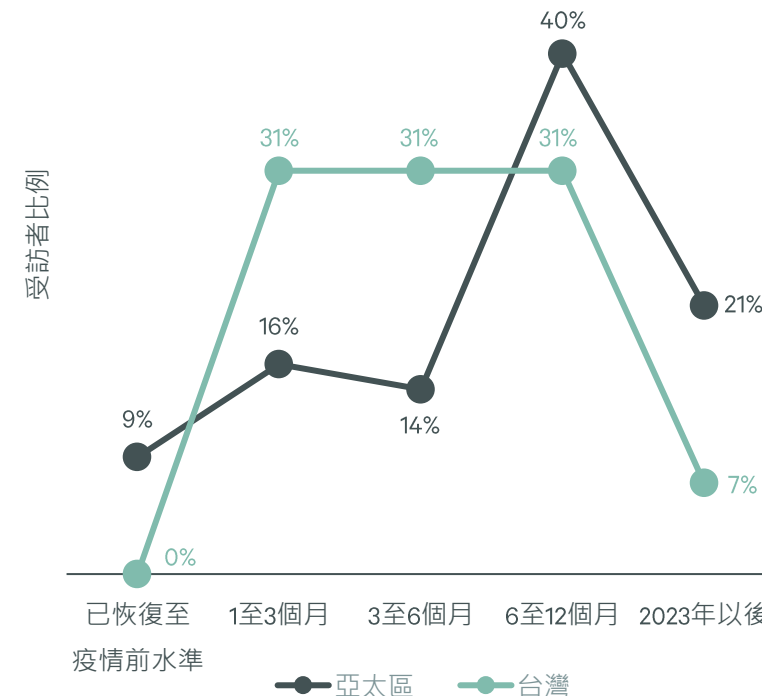
在台灣，今年5月至7月底因應三級警戒而採取的防疫措施對零售業造成巨大衝擊，僅7%的受訪者銷售成績高出疫情前同期水準，若與去年10月世邦魏理仕所作之調查相比，當時有22%的業者表示銷售額超越2019年同期水準，可見得疫情管制措施大幅影響民眾外出消費意願。

針對未來商業活動進入全面復甦的階段，約三分之二的亞太區受訪者認為至少仍需半年至一年的時間；相比之下，台灣受訪業者較為樂觀，僅不到一成認為遲至2023年始能見到市場恢復至疫情前正常狀態。

與新冠疫情爆發前同期水準相比，目前貴司的銷售表現如何？



從現在（九月）開始算起，您認為整體商業活動恢復至疫情爆發前水準仍需要多久的時間？



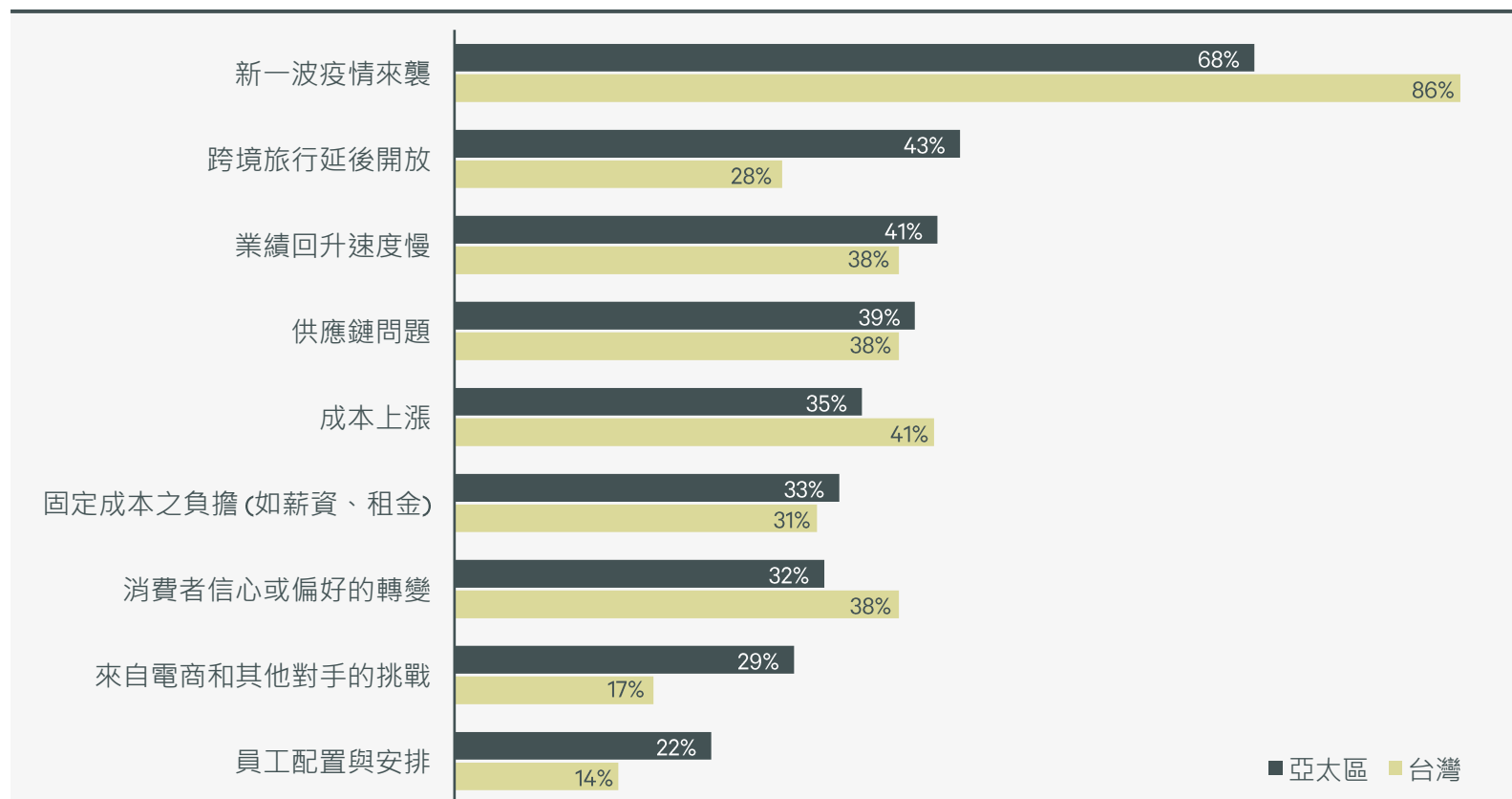
資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

疫情變化仍為業者最大擔憂

亞太區零售業者普遍擔憂疫情再次反彈，將影響明年零售市場表現。此外，由於各地疫情反覆，對供應鏈運作造成的影響亦成為業者關心的問題。

除了需面對貨運延誤等狀況，有四成台灣受訪者對於持續上升的成本感到擔憂。在全球通膨升溫的情勢下，廠商面臨原物料及進口成本上漲的壓力，未來是否有更多業者趁勢調漲價格，將值得關注。

貴司對於2022年零售市場發展的主要擔憂為何？（可複選）



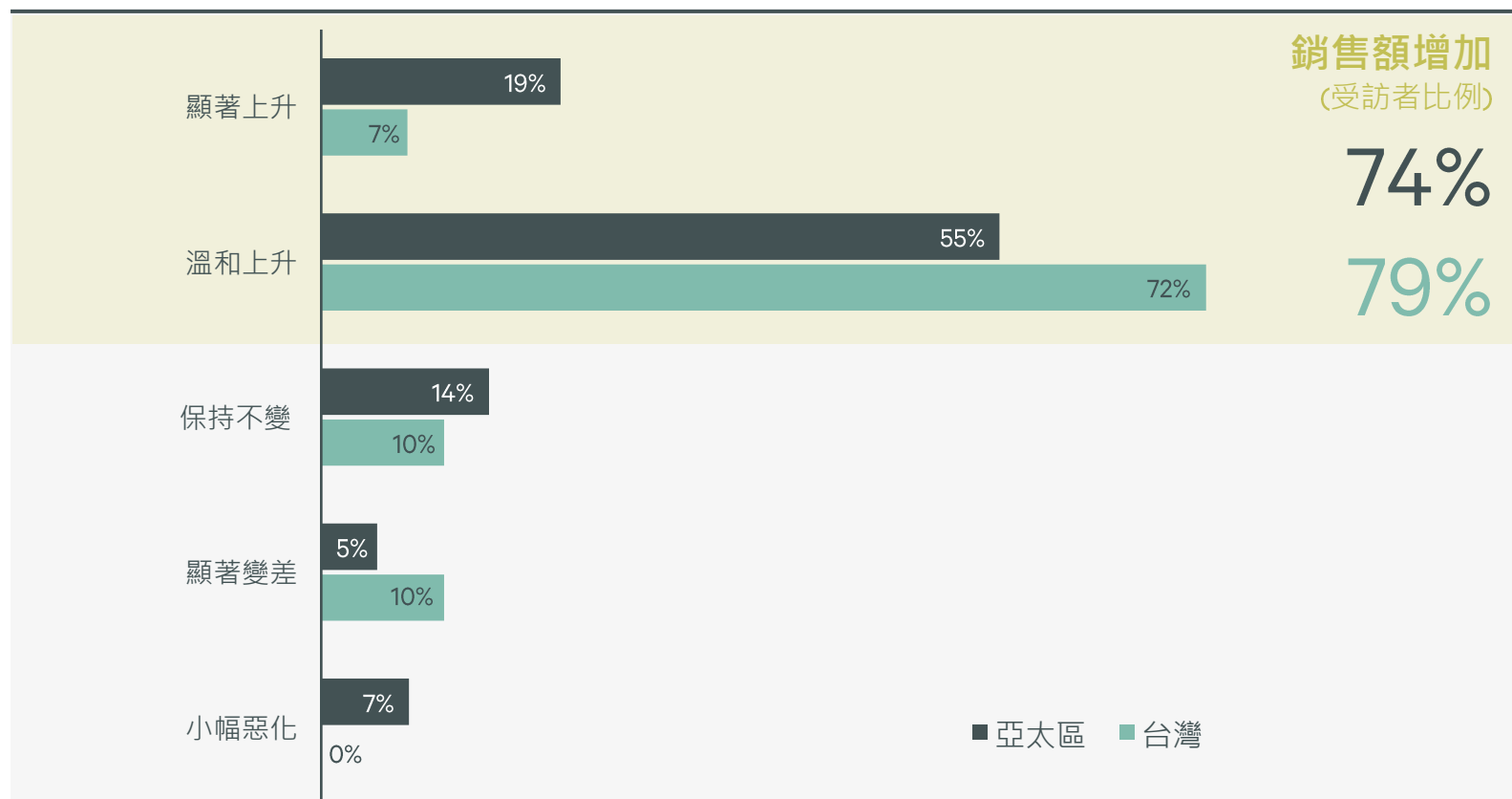
資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

市場樂觀情緒 逐漸增強

隨著台灣疫情自八月後趨於穩定，購物人潮逐漸回流，使得整體零售業營業額於九月重回正成長，而在今年十月振興五倍券發放的助益下，十、十一月份核心零售銷售額年增率達到**8.7%**，終結連續四個月的負成長。本次調查結果亦顯示，近八成台灣受訪業者預期明年營收將優於今年。

亞太區受訪者也表達了同樣的樂觀情緒，究其原因主要係廠商相信疫情終將得到控制，以及日常生活將重新步上軌道。

貴司認為 2022 年的銷售業績與 2021 年相比為如何？



資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

02

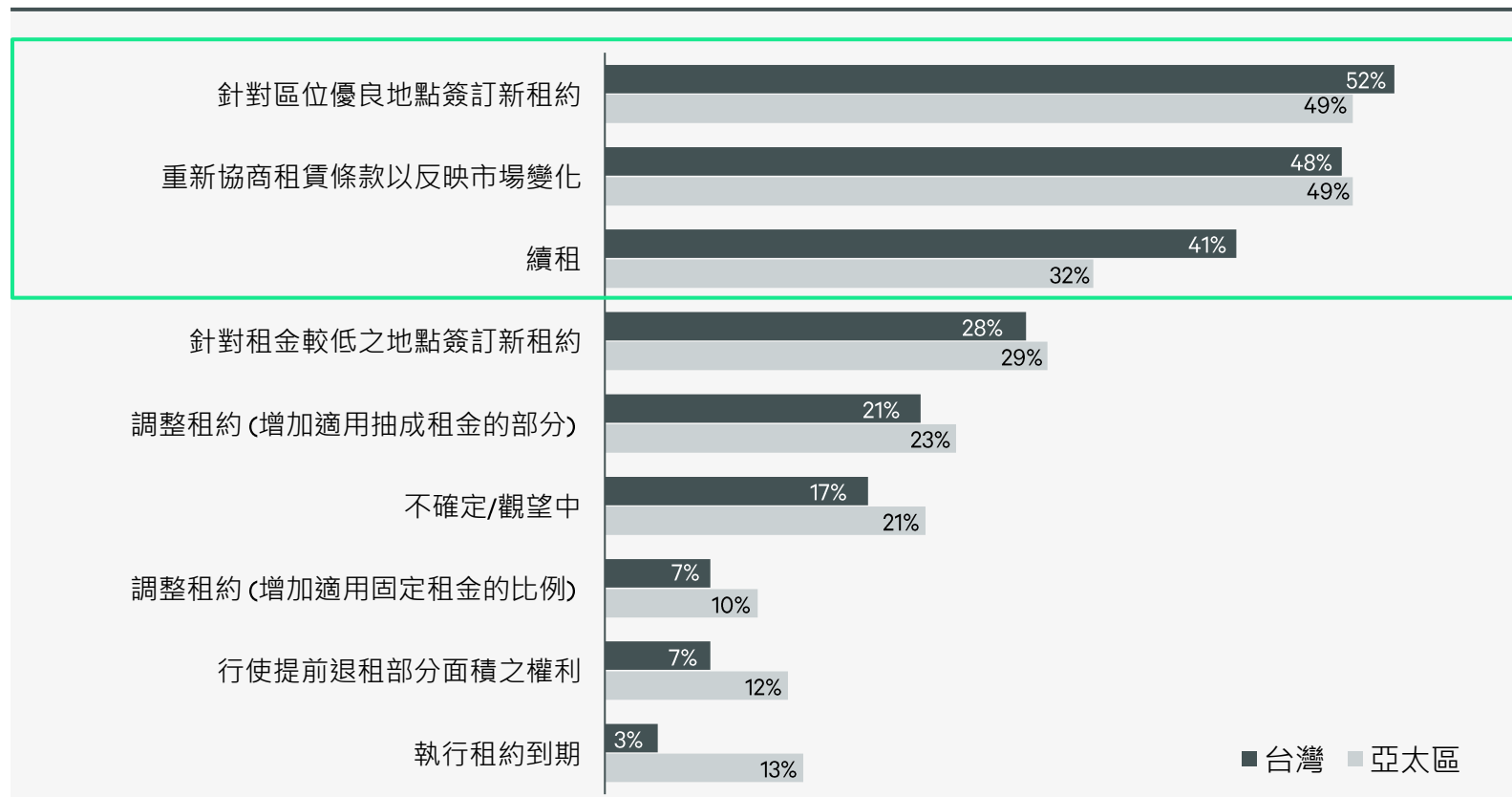
不動產策略：
擴張腳步加快

零售業者更重視具成本效益之方案

對於2022年計畫採取的租賃策略，約五成台灣受訪業者表示將就現行租約條款與房東進行協商，以期能反映市場狀態。此外，不少受訪者有意在地點佳或租金低的商圈開設新店，以追求較高的成本效益，而計畫續約人數亦佔41%，顯示零售業者對於明年的租賃計畫抱持較正面、樂觀的態度。

表示可能提前縮減租賃面積或在現有租約到期後不續約的台灣受訪者分別僅佔一成多，可見大多數廠商認為最壞的時機已過，明年租賃策略將較為積極。

貴司的不動產租賃計畫在2022年將有何變化？（可複選）



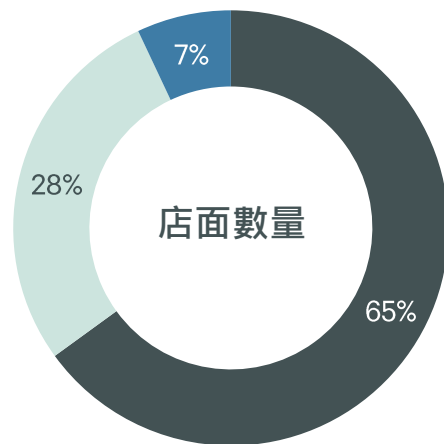
資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

實體店面數量 將增加，惟面 積大小不變

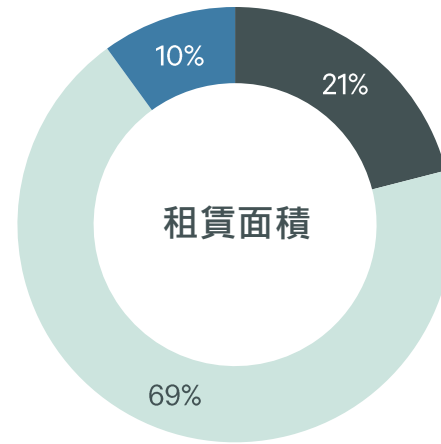
有鑑於零售業者的擴張需求逐漸回升，世邦魏理仕預期2022年零售市場租賃活動將增溫，建議零售業者應加快決策速度，在整體市場仍有利於承租方時，取得較優惠的條件或進駐更好的地點。

貴司在2022年針對實體店面布局有何規劃？

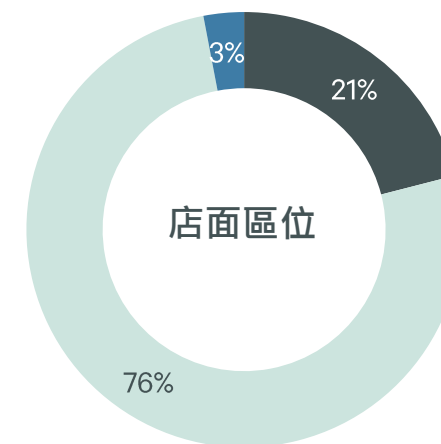
■ 維持不變 ■ 增加或升級 ■ 減少或降級



65%的台灣受訪者計畫擴大實體店面網絡，僅少數業者可能將減少店面數量，包括運動休閒品牌及餐飲業者。



近七成台灣受訪者表示將維持店面面積不變，另有兩成預計將擴大租賃面積，其中以流行服飾業者最為積極。



五成的亞太區受訪者希望將店面遷至更好的地點，相較之下台灣業者較為保守，有76%的受訪者表示將維持現有區位。約兩成台灣受訪者有意升級店面區位，以餐飲及服飾業者的意願較高。

* 此處顯示為台灣調查結果

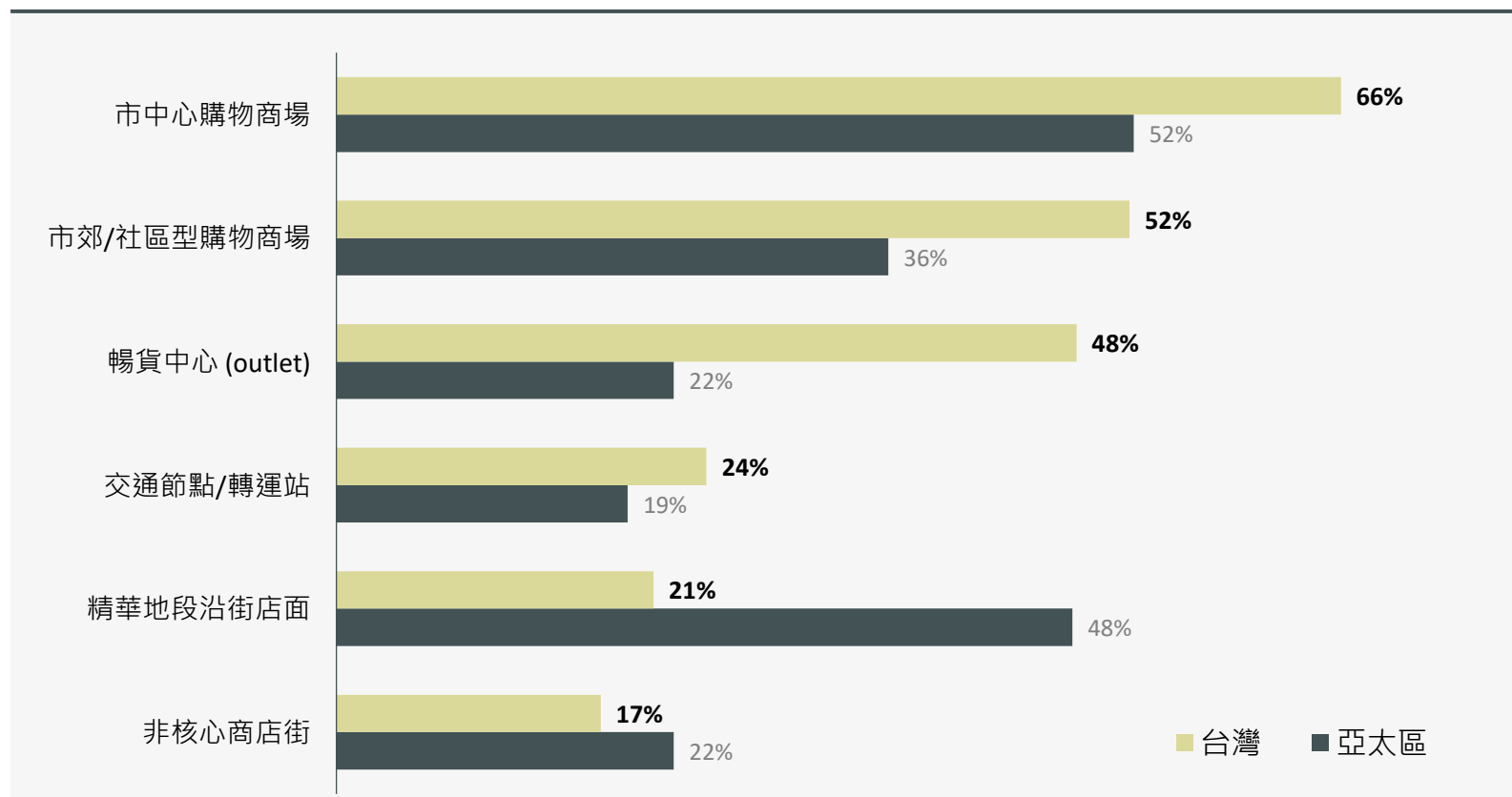
資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

核心商圈內百貨商場最受業者青睞

本次調查結果顯示，商場類型的零售業物業深獲廠商青睞，無論其地點位在市中心或次級商圈，皆有半數以上的台灣受訪者表示計畫於未來一年內在商場內設立新櫃點。此外，由於近年來北部大型OUTLET成功匯集人潮，營業額持續成長，亦成為許多零售商看好的展店地點。

與商場租金多以抽成為主的特性相比，承租沿街店面通常須支付固定租金，業者在疫情期間是否遭受收入損失並不影響其支付金額；世邦魏理仕預期未來數季沿街店面租賃需求將維持疲軟。

貴司預計2022年在哪個地點開設新的實體店？（可複選）



資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

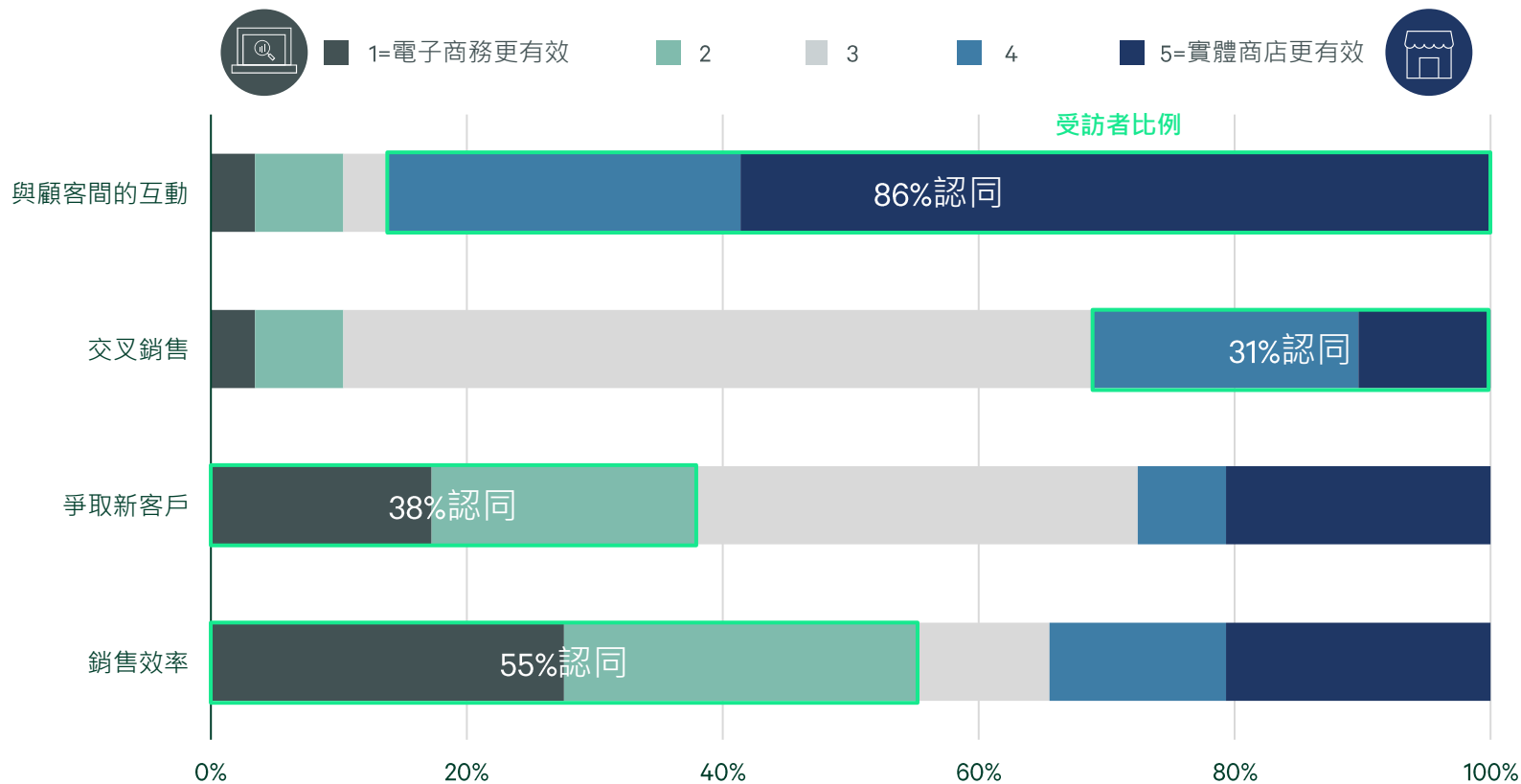
03

未來零售：
邁向全通路布局

實體店仍將是零售 商銷售策略重心

儘管新冠疫情促使電商滲透率持續攀升，實體店面仍將是未來零售業者訂定銷售策略的核心基礎之一。台灣受訪者普遍認為線下商店能有效維繫顧客關係，另外有三成受訪業者表示實體店面更有助於交叉銷售，提升品牌銷售業績。有鑑於此，部分零售業者已逐步擴大店內的商品展示及試用區，以提供良好的顧客體驗。

在穩定的情況下，請評價實體店面和電子商務在以下各方面的表現（從1到5評分）



* 此處顯示為台灣調查結果

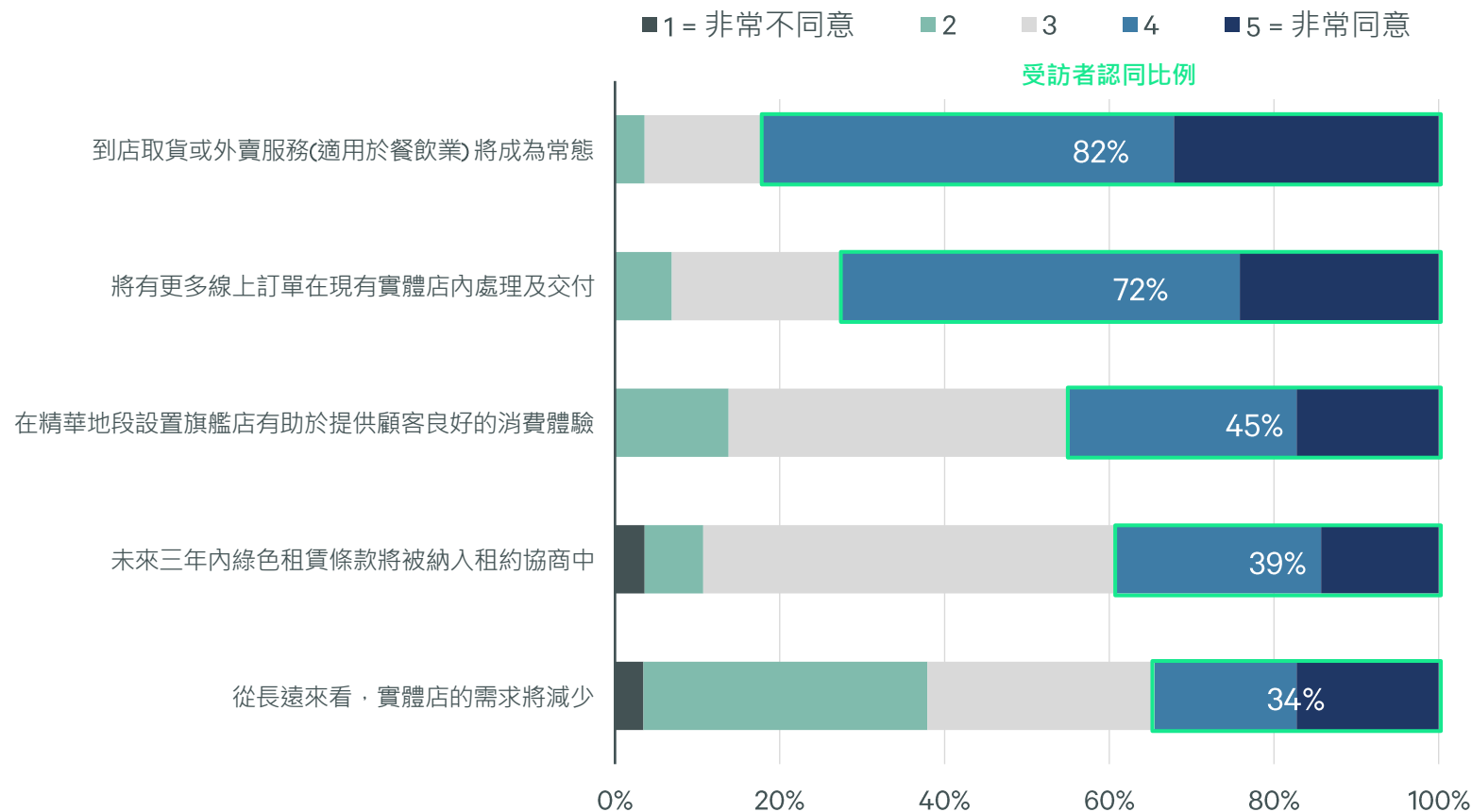
資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

未來實體店面扮演的角色將出現轉變

未來零售店面將是強化顧客消費體驗的主要場域，到店取貨及協助處理線上訂單將是實體店所具備的功能之一。

針對未來實體店面的長期需求是否減少，受訪業者的看法並不一致：**34%**的受訪者預期需求將下降，另有**37%**的業者不認同此一觀點。

針對下列關於未來零售空間的描述，您的認同程度為何？（從1到5評分）



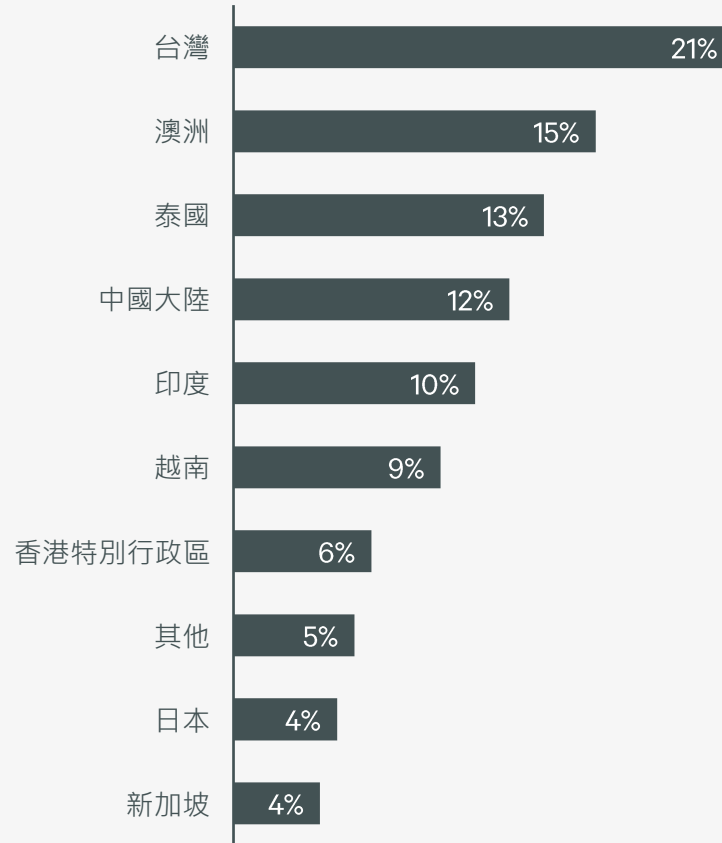
* 此處顯示為台灣調查結果

資料來源：2021年亞太區零售業快閃調查，世邦魏理仕研究部，2021年10月。

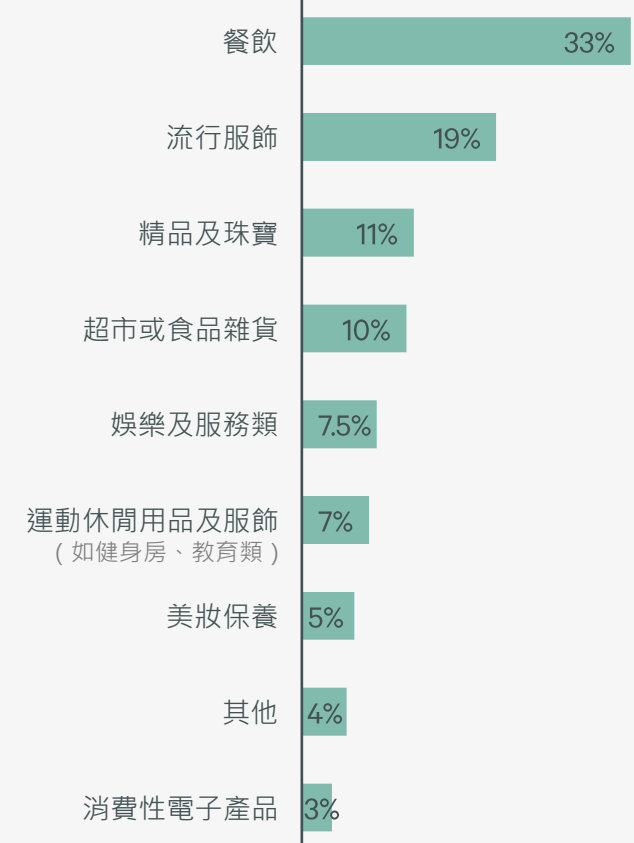
受訪者資料

世邦魏理仕研究部於2021年9月9日至10月15日間針對亞太區內零售業者進行快閃調查，總計回收155份線上問卷。

亞太區受訪者依市場分



亞太區受訪者依業別分



Contacts

世邦魏理仕台灣分公司

李嘉珮
研究部主管
ping.lee@cbre.com

陳頌民
顧問及交易服務部主管
man.chan@cbre.com

涂旻筠
分析師
mindy.tu@cbre.com

亞太區研究部

金緯 博士
全球資本市場投資研究主管
亞太區研究部主管
henry.chin@cbre.com.hk

蔡詠嘉, CFA
亞太區租戶研究主管
亞太區數據智能與管理主管
ada.choi@cbre.com.hk

孔麗詩
董事
liz.hung@cbre.com.hk

文卓盈
分析師
susan.man@cbre.com

亞太區顧問及交易服務部

Manish Kashyap
Global President,
Advisory & Transaction Services
manish.kashyap@cbre.com.sg

Vivek Kaul
Head of A&T – Retail, Asia
vivek.kaul@cbre.com

Matt Haddon
Head of A&T - Retail & Logistics, Pacific
matt.haddon@cbre.com.au