



在全国已开业的购物中心中，**仅仅 1% 的购物中心利用屋顶空间进行商业经营，19% 的购物中心屋顶被用作停车场和屋顶绿化及太阳能发电，80% 的购物中心屋顶面积处于闲置状态。**

屋顶经济未来大有可为

80% 的购物中心屋顶面积仍处于闲置，意味着屋顶经济在未来仍大有可为。同时，屋顶经济也有着特殊性。根据《报告》，以屋顶经济中最常见的餐饮场所为例，咖啡甜品、西餐日料、酒吧、西式婚宴等轻餐比重高达 76%。一方面，重餐需要铺设排油烟设施，而大面积铺设不仅带来巨大成本，也不利于未来店铺业态调整；另一方面，轻餐租金通常高于重餐，约为后者的两倍，更利于提高整体租金收益。

另外，安全因素相较于传统的室内经济，也面临更多不确定性。今年 8 月初，台风“黑格比”令上海市民记忆犹新。每年夏天，上海难免受到台风影响。这种天气带来的不可控因素，是屋顶经济无法回避的问题。

对此，《报告》也指出，随着国内城市地价高企、寸土寸

上海外滩英迪格酒店 30 楼的 CHAR 酒吧。



金，购物中心对屋顶商业的利用率更高，未来屋顶商业正呈现两大发展趋势。第一，未来屋顶商业将呈现主题化发展趋势。目前，全国已有及在建的拥有屋顶商业的购物中心中，形成复合消费及主题特色的屋顶商业项目超过 20 家。其中，社区购物中心偏好采用亲子欢乐、运动健康主题，以迎合其家庭消费的定位；而大悦城、万象城则独树一帜，并形成屋顶主题产品线，这样既利于快速复制节省成本，又形成具有标志性的独特风格。第二，屋顶商业品牌商正走向产业化发展。屋顶餐饮、儿童乐园、花卉广场等屋顶商业主力店已开始产业化发展，应运而生多个专业屋顶商业品牌商，提供设计建造运营全产业链服务。

无论是产业化还是主题化，其本质都是追求自身的独特性。在屋顶这个给人各种想象空间的地带，生意经也格外讲究差异化。从大型购物中心，到相对小众的独立运营方，商家不断解锁的各类屋顶新玩法，不仅可以激发消费潜力、拉动经济增长，也给人们提供了一个更加多元的消费场景，推动了一种更加理想的生活方式。☑