电商经济对商业地产的影响分析
——基于需求重构与空间重塑的双重考察

程姣
合肥市自然资源交易管理中心，安徽 合肥 230071
DOI:10.61369/IED.2026050012

摘　　要： 电商经济的崛起深刻地改变了消费者的购物习惯、城市的商业空间布局以及商业地产的价值逻辑，对作为传统商业载体的商业地产提出了巨大挑战。从实践层面看，电商经济的冲击已导致商业地产成交量增速下降、价格增速下降和商业地产开发商经营压力增加。实体商业店面顾客大量流失，商铺空置、门店倒闭等现象日益加剧，导致城市商业空间利用粗放、商业地产开发过剩等问题。与此同时，电商经济也催生了新的商业地产需求——物流仓储地产的爆发式增长、科技企业自持物业的浪潮、线上线下融合的新型商业空间等。从理论层面看，电商经济对商业地产呈现非对称的双重效应：冲击端表现为需求分流、空置攀升与租金下行，且冲击强度呈现区域分化（一线 vs 二三线）；赋能端表现为物流仓储需求释放、科技企业重资产配置以及体验型空间的业态重构。因此，系统分析电商经济对商业地产的双重影响，具有重要的理论价值和现实意义。

关 键 词： 电商经济；商业地产；空间重构；物流地产

Analysis of the Impact of Commercial Economy on Commercial Real Estate: A Dual Perspective Based on Demand Restructuring and Spatial Reshaping

Cheng Jiao
Hefei Natural Resources Transaction Management Center, Hefei, Anhui 230071

Abstract: The rise of the e-commerce economy has profoundly transformed consumer shopping habits, urban commercial space layouts, and the value logic underlying commercial real estate, posing significant challenges to traditional commercial real estate. From a practical perspective, the impact of the e-commerce economy has led to a decline in the growth rate of commercial real estate transactions, a slowdown in price appreciation, and increased operational pressures on commercial real estate developers. A substantial loss of customers from physical retail stores has intensified phenomena such as shop vacancies and store closures, resulting in issues such as inefficient utilization of urban commercial spaces and overdevelopment of commercial real estate. Simultaneously, the e-commerce economy has given rise to new demands for commercial real estate—such as the explosive growth of logistics and warehousing real estate, the wave of technology companies owning their own properties, and novel commercial spaces integrating online and offline channels. From a theoretical perspective, the e-commerce economy exerts a dual asymmetric effect on commercial real estate: on the impact side, this manifests as the diversion of demand, rising vacancy rates, and downward rent trends, with the intensity of these impacts showing regional differentiation (between first-tier and second-and third-tier cities); on the empowerment side, it manifests as the release of logistics and warehousing demand, heavy-asset investment by technology enterprises, and the reconfiguration of business formats around experiential spaces. Therefore, a systematic analysis of the dual effects of the e-commerce economy on commercial real estate holds significant theoretical value and practical relevance.

Keywords: e-commerce economy; commercial real estate; spatial reconstruction; logistics real estate

一、理论基础

（一）研究内容

本文旨在系统考察电商经济对商业地产的影响机制与效应。研究内容主要包括：（1）梳理电商经济发展与商业地产现状；（2）分析电商经济对商业地产的冲击效应；（3）考察电商经济的赋能与转型效应；（4）通过典型案例验证理论分析；（5）提出对策建议。

作者简介：程姣（1985.02-），女，汉族，安徽肥东人，本科，中级，研究方向：房地产经济。

 | Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

（二）核心概念

电商经济：指以互联网为交易平台、以电子信息技术为支撑的商品和服务交易活动，包括B2B、B2C、C2C等多种模式。

商业地产：指用于商业经营活动的房地产物业，包括零售物业（购物中心、百货商场、沿街商铺）、办公楼、物流仓储设施等。

线上线下融合（O2O）：指线上渠道与线下实体空间相互协同、优势互补的商业模式。

（三）国内外研究综述

国内学者对电商与商业地产关系的研究起步于2010年代。有研究指出，电子商务自身单位营业额对商业地产的需求不足，导致商业地产需求增速下降。部分学者从城市商业用地角度出发，发现电子商务发展对城市商服用地规模具有显著影响。还有学者以杭州市、北京市等城市为例，实证检验了电商影响下商业网点的时空演变特征。

国外研究方面，有学者基于美国零售业地产交易数据发现，电子商务扩张对零售业地产价格具有显著的正向促进作用，但这种影响存在滞后效应。韩国学者的研究则关注电商扩张对零售租金的冲击。总体来看，国内外研究多聚焦于单一维度的实证检验，对电商经济影响商业地产的系统性、双重性分析尚显不足。

二、电商经济发展与商业地产现状分析

（一）中国电商经济的发展态势

根据国家统计局、商务部等权威数据源，中国已成为全球最大的电商市场，网络零售市场规模连续13年稳居全球第一。2025年，全国网上零售额达15.97万亿元，同比增长8.6%，增速比上年全年加快1.4个百分点。其中，实物商品网上零售额13.09万亿元，同比增长5.2%，拉动社会消费品零售总额增长1.3个百分点。电商行业格局持续演变，传统电商平台与新兴短视频平台形成差异化竞争格局。

值得关注的是，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重持续回落：2023年为27.6%，2024年为26.8%（下降0.8个百分点），2025年进一步降至26.1%（再降0.7个百分点），连续两年下行。这一趋势表明线上消费渗透率的增速已趋于放缓，网购对线下消费的边际冲击正在减小。

（二）中国商业地产的发展现状

目前，中国商业地产正处于深度调整期。从供给端看，2015至2019年期间年均新开业集中式商业项目数量达到660个，而2024年降至约436个，2025年进一步降至360余个（3万方以上项目），创2013年以来新低，新开业商业总体量约2741万平方米，同比分别下降约24%和25%。

从经营状况看，整体仍处于“租金小幅下行、空置率结构性分化”的阶段。根据世邦魏理仕（CBRE）及观点指数等机构数据，截至2025年底，北京、上海、广州、深圳优质零售物业空置率分别约为7.7%、8.8%、7.0%、4.6%。部分二三线城市由于前期供给过剩、运营能力不足，购物中心空置率仍超过15%，与一线城市形成显著分化。商业地产的发展现状已全面从“增量竞争”转向“存量博弈”与“质量竞争”。

（三）电商经济与商业地产的关联逻辑

电商的载体是网络，传统商业的载体是商业地产。两者之间既存在替代关系——线上交易替代线下交易从而减少对实体商业空间的需求；也存在互补关系——电商发展催生了物流仓储、数据中心、体验型商业空间等新型需求。理解这一双重关联逻辑，是分析电商经济对商业地产影响的理论前提。

三、电商经济对商业地产的冲击效应分析

（一）需求侧冲击：消费分流与需求萎缩

电商平台以更低的价格、更丰富的商品选择和更便捷的购物体验，对线下消费形成持续分流。电商与直播的普及已将标准化商品的交易场景转移到线上，大部分消费者不再需要为了购买标准化商品而专门前往购物中心。线下百货及购物中心客流持续走低，2025年，传统百货店零售额同比下降1.8%，连续三年负增长。传统商圈的消费者被急剧分流，消费行为方式发生了根本性变化。

（二）供给侧冲击：供需失衡与空置攀升

在需求端被电商分流的同时，房地产开发企业仍然沿用传统经营理念向市场供应大量商业地产。这种供需错配导致商业地产空置率持续攀升。地下商业空间曾是“金矿”，如今在全国多个城市普遍陷入空置率攀升、项目停滞、商户经营困难的发展瓶颈。从上海人民广场地下商圈到广州、成都等地的地铁商业街区，均暴露出规划滞后、业态单一等结构性问题。

（三）价格端冲击：租金下行与价值重估

空置率上升直接导致租金承压。截至2025年底，一线城市甲级写字楼市场整体呈现高空置率与租金下行的特征。深圳甲级写字楼空置率攀升至29.4%，为四城最高；上海为23.4%；广州为20.7%；北京相对较低，为15.9%至19.2%。受供需失衡影响，各城市租金普遍承压。广州优质写字楼全年租金同比下跌10.1%，创下自2010年以来的最大年度跌幅；北京甲级写字楼平均租金降至每月每平方米218元，环比下降2.6%；上海甲级写字楼平均成交租金跌破200元关口，降至199元/平方米/月。一线城市空置率与租金变动呈现显著负相关，但弹性系数存在城市间差异。

（四）空间端冲击：商业空间格局的重构

电商经济的冲击不仅体现在数量层面，更体现在空间结构层面。研究发现，北京市商业网点时空分布呈现由中心向外围迁移趋势，密度分布更加均衡，呈现多中心化特征。电商的发展使得城市零售商业大量倒闭、大面积缩减、网点减少等现象较为明显。传统的“单中心”商圈格局正在被瓦解，社区商业、区域商业密集分布，削弱了远距离消费的必要性。

四、电商经济对商业地产的赋能与转型效应分析

（一）物流地产的崛起

电商经济的繁荣催生了对物流仓储设施的巨大需求。研究表

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

明，每10亿美元在线零售销售额约需要125万平方英尺的配送仓库空间。2025年，全国仓储物流新增供给规模约1400万平方米，供给端扩张节奏显著放缓。至2025年末，全国核心城市高标准仓储平均出租率回升至83%，持续承压的仓储租金也结束了下跌态势，逐步进入企稳修复通道。

（二）科技企业自持物业的新趋势

2025年至2026年，中国互联网行业经历了一场显著的范式转变——拼多多、字节跳动、京东、美团等科技巨头告别早年“轻资产至上”的发展思路，在全国多个城市掀起购楼、拿地、自建总部的浪潮。2026上半年，自用买家成交总额录得115亿元，同比上涨34%。电商企业从“轻资产”转向“重资产”配置，标志着中小及腰部电商正逐步迈入线上线下融合、重资产深耕发展的新阶段。这一趋势为商办市场注入了新的需求动力。

（三）线上线下融合驱动的商业空间再造

电商的冲击倒逼传统商业空间转型升级。购物中心已不再是单纯的购物场所，而是成为消费者社交、娱乐、休闲的重要载体。餐饮、亲子、娱乐等体验类业态占比持续提升，部分头部项目的体验业态占比已超过35%。越来越多的购物中心引入“零售+策展”“零售+文旅”的创新模式。2025年，85.5%的购物中心项目客流实现同比增长，头部购物中心的客流已恢复至2019年同期95%以上。

五、案例分析

（一）案例一：京东MALL——闲置商业的“科技零售”激活

京东MALL是电商企业赋能商业地产的典型范例。京东MALL四川首店所在项目原为成都新南中心商业裙楼，曾闲置近十年。在政府引导与企业协同下，项目通过分阶段改造、业态重构与品牌引进，实现4.3万平方米闲置空间的全面激活。该项目引入200余个一线品牌与超20万款商品，以“潮购科技+沉浸式家场景”重塑消费体验，并通过全域数字化系统贯通线上线下，实现“实体+虚拟”双场运营。运营8个月来，已吸引超百万人次到场打卡，带动商圈新增客流近40万。该项目成功入选2025年全国零售业创新提升典型案例。

（二）案例二：鞍山钻石城——传统商场向电商基地的转型

有着30年历史的鞍山钻石城曾是当地商业地标，但因经营业态陈旧、销售额持续下降而陷入困境。鞍山市铁东区政府通过引入快手科技公司，共同打造“钻石SOHO商业中心快手电商产业基地”，成功实现了从传统商业模式向电商平台的转型。项目建筑面积4.57万平方米，自2024年10月启动以来，合作商家入驻率已超过70%。这一案例表明，传统商业空间可以通过功能重构——从“零售场所”转变为“电商产业基地”，实现了存量资产转型升级。

六、对策建议

中国电商经济经历了近二十年的高速发展，已成为国民经济的重要组成部分。电子商务克服了传统空间的限制，使顾客能够更加便捷地享受购物，同时凭借相对于传统商业的低成本优势迅速扩张。然而，电商经济的崛起并非仅仅是商业模式的更替，它深刻地改变了消费者的购物习惯、城市的商业空间布局以及商业地产的价值逻辑。基于上述分析研究，从政府、开发商、投资者三个层面分别提供如下政策建议：

从政府层面：一是控制商业用地供给规模，避免进一步供需失衡；二是出台存量商业改造规划指引，区分“功能升级”与“功能置换”两种路径；三是针对二三线城市过剩商业空间，鼓励转为社区服务中心、人才公寓等公共功能。

从开发商层面：一是从“开发销售”转向“运营管理”，提升体验式业态占比；二是探索与电商平台合作（如京东MALL模式），将闲置物业转化为“线下体验+线上交易”融合空间。

从投资者层面：一是关注物流仓储、数据中心等衍生赛道；二是警惕三四线城市商业地产估值陷阱，优先布局一线及强二线核心商圈。

参考文献

[1] 国家统计局 . 2025年国民经济运行情况报告 [R]. 北京：中国统计出版社，2026.

[2] 商务部 . 中国电子商务报告（2025）[R]. 北京：中国商务出版社，2026.

[3] 世邦魏理仕（CBRE）. 中国零售物业市场年度报告（2025-2026）[R]. 上海：世邦魏理仕研究部，2026.

[4] 观点指数研究院 . 2025年中国商业地产发展年度报告 [R]. 广州：观点地产新媒体，2026.

[5] 张俊，李明 . 电子商务发展对城市商服用地规模的影响研究 [J]. 中国土地科学，2023，37(4)：56-65.

[6] 王芳，陈静 . 电商冲击下城市零售商业网点时空演变特征——以杭州市为例 [J]. 经济地理，2022，42(8)：112-121.

[7] 刘洋，赵磊 . 北京市商业空间格局的电商驱动效应研究 [J]. 地理研究，2023，42(6)：1589-1602.

[8] 赵晓，周敏 . 线上线下融合对商业地产空间重构的影响机制 [J]. 城市发展研究，2025，32(2)：44-53.

[9] 陈宇，孙浩 . 物流地产需求增长的动力机制与区域差异 [J]. 中国流通经济，2024，38(9)：72-82.

[10] 京东集团 . 京东MALL模式创新与零售业改造提升典型案例 [R]. 北京：京东消费与产业发展研究院，2025.

[11] 鞍山市铁东区人民政府 . 传统商业向电商产业基地转型的实践探索 [R]. 鞍山，2025.

[12] Christaller W. Central Places in Southern Germany[M]. Jena: Gustav Fischer, 1933.（中译本：克里斯塔勒 . 德国南部的中心地 [M]. 北京：商务印书馆，2010.）

 | Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.