

2020 年第 3 季度

购物中心关注新兴品牌势能榜 TOP50



2020.10.22

6万+商业项目招商信息
8万+连锁品牌商家拓展信息
10万+商业地产精华资料
30万+行业精英同台交流
100万+购物中心品牌门店信息
1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



榜单说明

新兴品牌界定：近三年进驻中国内地购物中心的全业态品牌

测评标准：新兴品牌综合发展势能指数=购物中心关注指数 x0.4+拓展势能指数 x0.3+品牌热搜指数 x0.15+业态发展潜力指数 x0.15

购物中心关注指数：品牌进驻城市等级、购物中心等级、品牌创新表现

拓展势能指数：品牌门店增速、拓展城市等级、拓展规模

品牌热搜指数：赢商大数据浏览热度、社交媒体活跃度、网络热词搜索指数

业态发展潜力指数：品牌所属业态创新热度、业态发展增速

6万+商业项目招商信息
8万+连锁品牌商家拓展信息
10万+商业地产精华资料
30万+行业精英同台交流
100万+购物中心品牌门店信息
1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



WIN DATA
2019年3季度

购物中心关注 新兴品牌势能榜 TOP50

赢商大数据与汉博商业研究院联合发布

01

中国李宁

99.1

02

LELECHA

98.8

03

凑凑

98.5

* A: 购物中心关注指数; B: 拓展势能指数; C: 品牌热度指数; D: 业态发展潜力指数
 品牌综合发展势能指数=购物中心关注指数×0.4+拓展势能指数×0.3+品牌热度指数×0.15+业态发展潜力指数×0.15

排名	品牌名称	细分业态	发展势能指数
04	lululemon	零售	97.9
05	TOM FORD	零售	97.3
06	一条	跨界集合店	97.1
07	7FRESH	零售	96.4
08	必灵星球	儿童亲子	95.6
09	nordic by nature VERO MODA	跨界集合店	95.4
10	多走路	零售	95.4
11	谭鸭血	餐饮	94.9
12	Lenle Kids	儿童亲子	94
13	Power Space	零售	93.7
14	LITTLE B	跨界集合店	93.5
15	头号玩咖	文体娱	92.8
16	LOOK STORE	零售	92.6
17	Keepland	文体娱	92.2
18	茶米茶	餐饮	91.6
19	完美日记	零售	91.3
20	小小动物元	儿童亲子	90.7
21	COFFii&JOY	餐饮	90.4
22	FUNLINK	零售	89.6
23	Aerogia爱阅家	儿童亲子	90.1
24	LeTAO	餐饮	88.9
25	苏宁极物	零售	88.4
26	琉璃鲸	餐饮	88.3
27	EAST WEST BEAUTY	零售	87.5
28	沉漫世界	文体娱	87
29	HEA	零售	86.4
30	taxiway飞行中心	文体娱	85.9
31	STARTER BLACK LABEL	零售	85.7
32	爱贝迪学院	儿童亲子	85.6
33	蔡澜港式点心专门店	餐饮	84.6
34	番小茄小儿推拿	儿童亲子	84.2
35	KARADA身体工场	生活服务	84
36	乾杯烧肉居酒屋	餐饮	84
37	±0正负零	零售	83.4
38	ChaTraMue手标泰茶	餐饮	82.9
39	奈尔宝家庭中心	儿童亲子	83
40	Red Lobster	餐饮	81.8
41	屋虎猫馆	生活服务	81
42	城外驿音乐酒馆	餐饮	80.7
43	津梁生活	零售	80.3
44	小蜜蜂农场	儿童亲子	79.3
45	cutman男士理发	生活服务	79
46	杰的牧场	儿童亲子	78.9
47	丰马in剧场	文体娱	78.8
48	有货mkt	零售	78.3
49	Ratio	餐饮	78
50	War flight无人机体验馆	跨界集合店	77.4

赢商大数据 研究中心

数据来源: 赢商大数据
更多信息(已入驻购物中心、开店数量、客群价、2019年最新拓展计划等)
网址: www.winsangdata.com 查看

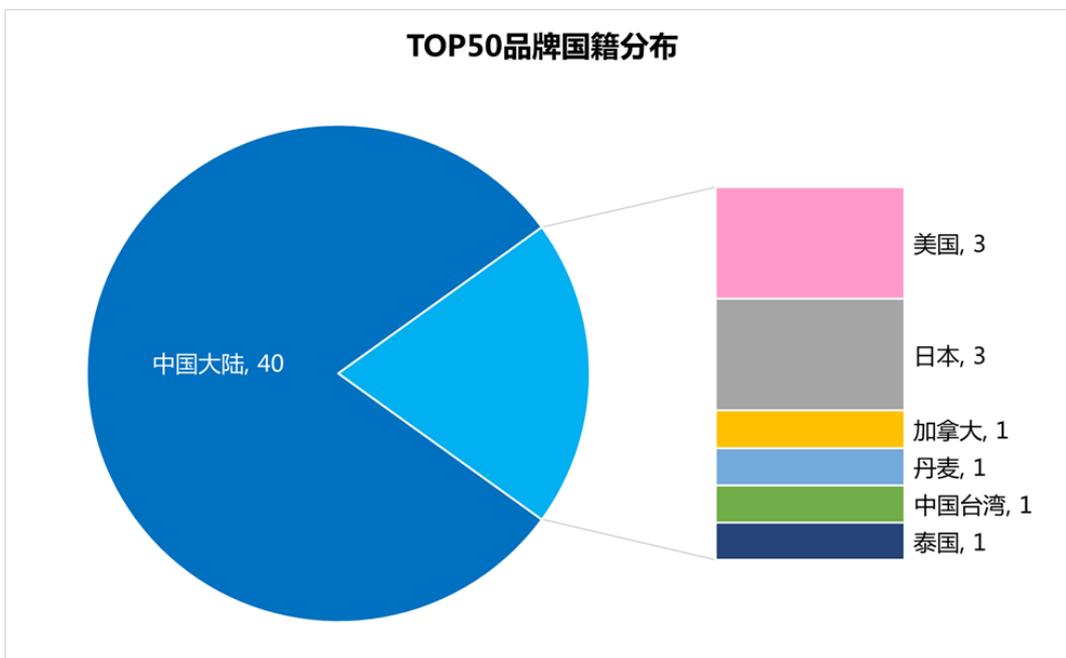
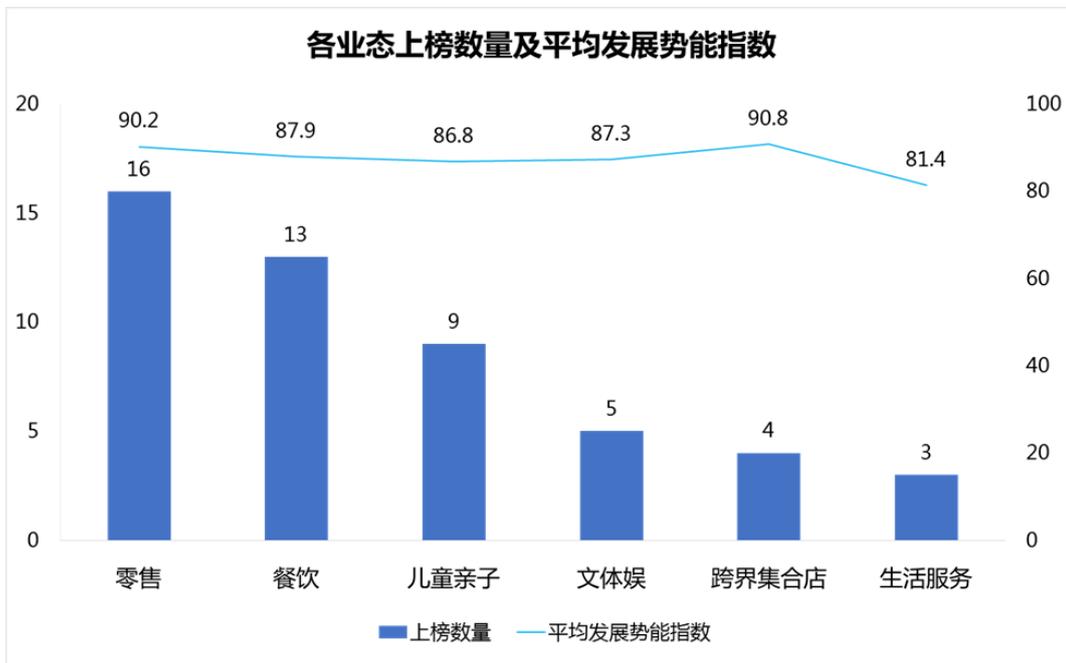
- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展

欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单

TOP50 中，零售、餐饮两大业态分别上榜 16 家、13 家，跨界集合店平均发展势能指数最高；本土新势力强势登场，来自中国大陆的品牌数量创本榜单新高，达 40 个，占比 80%。



- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



上榜品牌简介

【1、中国李宁】

业态类别：运动装 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**100-200 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：中国李宁以“悟道”为主题，坚持国人“自省、自悟、自创”的精神内涵，用运动的视角表达对中国传统文化和现代潮流时尚的理解，在世界秀场上完美演绎了 90 年代复古、现代实用街头主义以及未来运动趋势三大潮流方向，向全世界展现了中国李宁原创态度和时尚影响力。与传统的李宁运动品牌店相比，中国李宁在品牌定位和店面设计上都做出了改变。以上海首店为例，该店从休息椅、模特展示柜台到灯光氛围，均以灰、黑、白冷色调为主，并搭配上青灰石砖墙壁，使店铺兼具复古和科技感。

【2、LELECHA (乐乐茶)】

业态类别：饮品 **合作期限：**5-10 年

开店方式：直营 **需求面积：**180-600 m²

拓展区域：华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：LELECHA 乐乐茶为上海茶田餐饮管理有限公司旗下品牌。把国内一线城市作为战略目标，以精致专业的餐品品质，热情周到的服务，难忘的醇厚味道，为乐乐茶不变的初心。乐乐茶选择了“茶饮+软欧包”的产品组合，打破了传统茶饮店的产品单一局限，实现了多元化的发展。乐乐茶从开业起就在培养顾客“一口软欧包，一口水果茶”的消费习惯，使之成为一种生活方式。作为一个成立一年的茶饮+软欧包组合品牌，LELECHA 乐乐茶在魔都茶饮圈颇有名气，它占据五角场万达广场、中山公园龙之梦、美罗城、上海来福士广场、日月光广场等 8 个热门

6万+商业项目招商信息
8万+连锁品牌商家拓展信息
10万+商业地产精华资料
30万+行业精英同台交流
100万+购物中心品牌门店信息
1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



购物中心的首层核心位置，用醒目的 LOGO 和迅速更新的产品吸引顾客寻味而来。2018 年乐乐茶第一家黑金主题店在上海黄浦区新天地开业。

物业要求 选择繁华的商业中心，人流量比较集中的地方提供上下水和电源供应，具备餐饮功能、消防安全验收合格给排水/排油/排污/烟道：必须具备合格的排烟排污功能和餐饮废水处理

【3、湊湊】

业态类别：其它特色火锅 **合作期限：**6-10 年

开店方式：直营 **需求面积：**400-600 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：湊湊源自台湾，是中国最大的火锅集团之一、港股上市公司呷哺集团倾力打造的全新品牌。2016 年于北京率先推出了“火锅+茶憩”的复合业态餐厅，创造了一个崭新的品类，从红海竞争中找到一条通往蓝海的商业路径。湊湊创造性的使用了场景切分的手法，将火锅与下午茶的用餐场景结合起来。复合业态找到更多盈利空间，正餐火锅+下午茶，突破时间上的局限，堂食+外卖，突破空间上的局限。湊湊致力于为消费者提供一个融合人文与美食的聚会空间。1、聚焦火锅的社交属性，门店设计布局充分满足消费者以聚会为核心的消费场景需求。2、做有文化底蕴的餐饮，在品牌文化、情感层面进行深耕，用文化去诠释火锅这个有几千年历史的餐饮业态。湊湊以高品质的环境、产品、服务及社群运营来聚焦城市的优质动力人群。自面世以来，湊湊深受消费者的喜爱，截止 2017 年底，一年半的时间已经在北京、上海、深圳、武汉、西安，杭州、温州、无锡、苏州等快速扩张，门店 20 家。预计到 2019 年，要开到 100 家，做到 40 亿的销售规模。

物业要求：1、选择繁华的商业中心，人流量比较集中的地方 2、提供上下水和电源供应，具备餐饮功能、消防安全验收合格 3、给排水/排油/排污/烟道：必须具备合格的排烟排污功能和餐饮废水处理

【4、lululemon (露露柠檬)】

<p>6万+商业项目招商信息 8万+连锁品牌商家拓展信息 10万+商业地产精华资料 30万+行业精英同台交流 100万+购物中心品牌门店信息 1000万+精准消费者快速拓展</p>		<p>欢迎添加微信好友 订制数据需求</p> <p>中国最新最全 商业地产数据库</p> <p>关注微信公众号 让招商拓展变得更简单</p>	
--	---	---	---

业态类别：特体装 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**200-350 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：lululemon 以健康生活方式为灵感起源，1998 年在加拿大温哥华创立。由于贴身、舒适而又排气等服装特点，被誉为“加拿大第一专业运动品牌”。lululemon 已在加拿大、美国、澳大利亚、新西兰、欧洲、中东地区及亚洲拥有超过 400 家门店。lululemon 除了漂亮设计和出色功能外，在高科技面料创新和功能性上表现极佳，包括 Luon、Luxtreme、Swift、Rulu、Nulu 等超多系列，专业程度令人咋舌！穿上它运动裸感亲肤、清爽排汗，在灵活运动和有力支撑之间达到了精妙平衡。

物业要求：1、大型房地产企业 shoppingmall；2、地段临近聚客点，人流量大；3、店铺形象好，展示面开阔，层高 3.5 米以上；4、5 万方以上购物商场；5、交通方便，所在位置位于城市中心区，商圈内常驻人口不低于 5 万；6、消防配置符合国家消防安全标准

【5、TOM FORD】

业态类别：美妆护理 **合作期限：**1-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**15-100 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：TOMFORD 则是全方位地从服饰到彩妆到香水，就连眼镜 TF 都有参与呢，每个领域都做到了顶尖做到了极致，这是也因为 TOMFORD 本人聪明，英俊，富有魅力，有着从无过失的完美品味。在 2006 年加入雅诗兰黛集团后，2011 年终于在 CharlotteTilbury 的帮助下推出了 TF 的彩妆产品线！（科普时间到：CharlotteTilbury 可以说是英国目前最知名的彩妆大师哦，经常和 Vogue、Elle 等著名时尚杂志合作，她本人也是 TomFord。MichaelKors、RachelZoe 等世界顶级大牌的御用彩妆造型师。她与许多模特、明星私交甚好。属于美妆界的“网红”）

【6、一条（一条生活馆）】

<ul style="list-style-type: none"> 6万+商业项目招商信息 8万+连锁品牌商家拓展信息 10万+商业地产精华资料 30万+行业精英同台交流 100万+购物中心品牌门店信息 1000万+精准消费者快速拓展 		<p>欢迎添加微信好友 订制数据需求</p> <p>中国最新最全 商业地产数据库</p> <p>关注微信公众号 让招商拓展变得更简单</p>	
--	---	---	---

业态类别：生活方式集合 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**500-1000 m²

拓展区域：华北,华东,华南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：一条生活馆 2014 年从短视频起家，专注生活、潮流和文艺领域，以推崇优质生活方式为主。2016 年，公司开始拓展电商平台。公司旗下电商类产品“一条生活馆”注册用户已经超过 100 万人，单月营收接近 1 亿，平台上包括 1000 多个品牌，数万 SKU，覆盖生活、家居、电子、美妆、服饰、美食、图书等 20 多个领域。一条生活馆的未来是一个相对集中的中产阶级的商城，不是小而美，而是有一定规模的商城。一条致力于打造新中产生活的标配，因此，在选择产品时侧重颜值高，有设计感，品质好，性价比高的日用品。2018 年 9 月，一条线下实体店在上海开业。

物业要求：选址：大型中高端商场，靠近核心商圈，人流量大，目标消费人群多；交通：周围交通便利，靠近居民区或大学区；门面宽 8 米以上，位于商场主动线上；层高：4 米以上。

【7、7FRESH (京东 7FRESH)】

业态类别：精品/生鲜超市 **合作期限：**15-20 年

开店方式：直营 **需求面积：**2000-5000 m²

拓展区域：华北,华东,华南,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：7FRESH，京东旗下生鲜食品超市。可到店尝鲜，也可足不出户 APP 下单，门店 3 公里半径内最快 30 分钟新鲜直达。7Fresh 生鲜超市主要分为 8 大区域，包括新鲜蔬菜区、时令水果区、酒水饮料区、肉禽蛋品区、海鲜水产区、冷冻食品区、烘焙甜点区和餐饮熟食区。7FRESH 生鲜即买即食在 7FRESH 店内，这家面积超过 4000 平方米的店内，陈列着包括水果蔬菜、海鲜河鲜、各种肉类、面包点心、进口食品等各种品类的新鲜商品，其中的一大部分都是进口货。据介绍，店内 20%的商品来自海外直采，而为了保证新鲜和优质，店内几乎每一款产品背后都有一段“艰辛”的选品史：鲜鸡蛋从鸡下蛋到上货架仅需 12 小时；宁夏盐池滩羊有机牧场直供，一只滩羊只出 2 公斤的肋排在 24 小时内必须到店；海鲜蚬子不容许有一粒沙子，否则整单全部免费。选购结束后，包括海鲜、蔬菜等食材都可以现场加工，即买即食。7FRESH 店铺

6万+商业项目招商信息
8万+连锁品牌商家拓展信息
10万+商业地产精华资料
30万+行业精英同台交流
100万+购物中心品牌门店信息
1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



周围 3 公里内的顾客，还可以享受到最快半小时送达的免费配送服务。7FRESH 未来铺设 1000 家门店京东方面表示，现在人、货、场的概念正在发生巨大的变化，在未来 3 到 5 年，7FRESH 将在全国铺设超过 1000 家门店，保证消费者随时随地都能购买到安全、优质的生鲜食材和食品。7FRESH 有独到的竞争能力，可以借助于京东生鲜的仓储、配送能力，“开源节流”，降低成本、提高现金流和门店使用率。7FRESH 配备智能购物车 7FRESH 店内有许多“黑科技”，比如店内配备的智能购物车，它的前身是京东 X 事业部倾力打造的无人配送车。下载 7FRESHAPP，扫描车身二维码，这台购物车就完成了绑定，归“主人”使用。使用前，车体会弹出一个装有手环的框，“主人”佩戴上手环，智能购物车便会自动跟随。有趣的是，除了自动跟随，它还可以自行前往购物车专属结算通道等候排队，消费者凭取货码，在半小时内前往服务台结账即可。当消费者不再需要购物车时，它就自动返航回到充电处，等待下一位顾客的召唤。除了智能购物车，7FRESH 店内还专门为部分水果配备了“魔镜”系统，消费者拿起带有二维码标识的水果，“魔镜”便可自动扫描感应，将水果的原产地、甜度、溯源等信息展示在镜面上。

物业要求：1、实用面积：实用面积 2000-4500 m²以上，格局方正、展示面优良；2、提供上下水，2000KW 三相五线；3、层高 3 . 8 米以上；4、楼板荷载 450Kg / m²，局部 800Kg / m²，燃气 130 立方，进货口 3 . 5 米高。

【8、必灵星球】

业态类别：儿童玩具 **合作期限：**1 - 3 年年

开店方式：直营+加盟 **需求面积：**2 - 4 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：必灵星球隶属于杭州必灵网络科技有限公司，总部位于杭州，是自助贩卖的扭蛋机，目标用户是 3-18 岁的小孩，是一款均价 10 元的口袋玩具，销售模式是无人零售，从扫码、取币、投币扭蛋、打开蛋壳为已个流程，主要布局各 SHOPPINGMALL 内的多经点位、儿童乐园和电影院。

物业要求：选址要求：进驻商业综合体

【9、nordic by nature VERO MODA (VERO MODA 生活美学馆) 】

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



业态类别：生活方式集合 **合作期限：**2-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**200-300 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：VEROMODA 于 2015 年 9 月提出“自然之手造北欧之物”的概念，推出 nordicbynatureVEROMODA 生活美学馆。nordicbynatureVEROMODA 以自然之手造北欧之物，把北欧生活理念带入中国。融合了品牌时尚与生活的理念，独具匠心地呈现一种北欧生活的氛围！nordic by nature VERO MODA 在品牌服饰设计上融入了更多北欧气息，并将北欧有机化妆品系列和极简主义家居系列逐步上线，全方位给予顾客视觉冲击及美好购物体验。

物业要求：1、大型房地产企业 shoppingmall；2、地段临近聚客点，人流量大；3、店铺形象好，展示面开阔，层高 3.5 米以上，门头够宽；4、门头 6 米以上，电量 50kw，无需上下水。

其他拓展要求：1、一二线及经济发达城市的高端、中高端购物中心，商业体量 5 万方以上；2、核心或区域商圈，具备商业影响力的商业项目；3、项目周边交通状况良好，地铁直达最佳。

【10、多走路 (DUOZOULU)】

业态类别：鞋类 **合作期限：**3-8 年

开店方式：直营,联营,加盟 **需求面积：**200-300 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：来自深圳本土设计公司月步文化旗下重点品牌——多走路，是新型的科技鞋履品牌。多走路用科技重新定义行走，实现全码陈列，覆盖全客层体验，科技技术、品质保证，构建从设计创新、科技研发、智能制造、场景体验、终端销售及品牌营销为一体的闭环生态商业模式，打造以产品为核心竞争力的品牌体验，不断创造出让消费者惊喜的产品。产品不仅在颠覆传统产业上受到第三代商业综合体和广大消费者的青睐，还揽获了包括德国红点、IF、日本 G-Mark 等顶级国际奖项。新品类，科技革新成就新物种。多走路采用高分子材料技术，23 跟 3um 高弹丝编织成鞋面，经过 3000000 次摩擦压力测试，诞生科技个心新物种。潮流百搭，全场景覆盖，从理念到成型，从设计到面市，让消费者无压力选择，无论从台前幕后，还是 office 到健身房，从 Tesla 到第五大道，布拉格广场到宴会厅,多走路实现全场景覆盖，满足全场景的需求体验。

<ul style="list-style-type: none"> 6万+商业项目招商信息 8万+连锁品牌商家拓展信息 10万+商业地产精华资料 30万+行业精英同台交流 100万+购物中心品牌门店信息 1000万+精准消费者快速拓展 		<p>欢迎添加微信好友 订制数据需求</p> <p>中国最新最全 商业地产数据库</p> <p>关注微信公众号 让招商拓展变得更简单</p>	
--	---	---	---

物业要求：1、商业综合体，购物中心等；2、地段临近聚客点，人流量大；3、门面够宽，层高不小于 3m；4、消防配置符合国家消防安全标准。

其他拓展要求：1、当地一、二类商圈；2、商业活动频繁的闹市区：要求商业活动频繁的闹市区，人流量大；3、交通便利的地区：在上下车人数最多的车站或几个主要站点附近；4、同行聚居区：竞争虽然激烈，但由于同行聚居，顾客可以有更多的机会进行比较和选择，因而很能招揽顾客。

【11、谭鸭血】

业态类别：川式火锅 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营,加盟 **需求面积：**300-500 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：谭家世代皆擅烹饪。谭公幼时偶然食一豆腐鸭血，因久念不忘而习研自成一派，始称--鸭血火锅。谭公于夜市一隅始卖鸭血火锅。食客往来不绝，每日点灯沽卖至三更，仍有人慕名而来。谭公鸭血极尽讲究。擒生猛活鸭一刀入颈，鸭血本味鲜美并清热解毒，老幼妇孺皆爱食之。不久，便无人不知谭鸭血。至民国初期，谭公举家北迁。多年以后返乡重修，经过几代改良与传承，终成今日--谭鸭血老火锅。旧味新汤，人声鼎鼎仍不绝。谭鸭血老火锅，因时代而生；“新鲜、健康、时尚、快速”的品牌与产品属性完全契合当代时尚人群消费理念，发展至今天，谭鸭血老火锅已经成为时尚人群争相追捧、伴随左右的时尚元素，主导消费人群中 80%以上为 90、00 后新生代人群，前景广阔。

物业要求：1、选择繁华的商业中心，人流量比较集中的地方 2、提供上下水和电源供应，具备餐饮功能、消防安全验收合格 3、给排水/排油/排污/烟道：必须具备合格的排烟排污功能和餐饮废水处理

【12、lenle kids】

<p>6万+商业项目招商信息 8万+连锁品牌商家拓展信息 10万+商业地产精华资料 30万+行业精英同台交流 100万+购物中心品牌门店信息 1000万+精准消费者快速拓展</p>		<p>欢迎添加微信好友 订制数据需求</p> <p style="text-align: center;">中国最新最全 商业地产数据库</p> <p style="text-align: center;">关注微信公众号 让招商拓展变得更简单</p>	
--	---	---	---

业态类别：儿童玩具 **合作期限：**3 - 5 年年

开店方式：直营 **需求面积：**80 - 150 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：lenlekids 隶属于浙江凯兰品牌管理有限公司，受众客群主要是 1-12 岁的儿童。

lenlekids 立足于国内各大型 shoppingmall，lenlekids 是孩子们的天堂，是孩子们童心未泯的集散地，主营各式各样的玩具、饰品、电子产品、文具用品等，还设有休息区，供小孩试玩玩具。

物业要求：主要进驻成熟型商场

【13、Power Space (鞋赞)】

业态类别：鞋类 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**100-200 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：PowerSpace 鞋赞是一站式体验的多品生活潮流店，志在重新定义时尚的购物体验，创造一个独特的，休闲和时尚结合的零售业务。商品种类则更为多元化，涵括鞋履、潮袜、德国凉鞋、澳洲清洁品牌、纸音响等。创造一个独特的，休闲和时尚结合的零售业务，一站式体验满足顾客穿搭需求，这是 PowerSpace 鞋赞开店的初衷。PowerSpace 鞋赞的店铺陈列非常特别，尤其是店铺内的鞋赞小站，更是装修上的一大亮点。我们希望大家来到 PowerSpace 购物时有旅游的感觉，而整个店铺就像是一节移动的列车，鞋赞小站就是那个车头，你有任何问题，鞋赞小站都能为你解决。

【14、LITTLE B (野兽派概念小商店)】

业态类别：生活方式集合 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**100-200 m²

拓展区域：华北,华东,华南,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

<ul style="list-style-type: none"> 6万+商业项目招商信息 8万+连锁品牌商家拓展信息 10万+商业地产精华资料 30万+行业精英同台交流 100万+购物中心品牌门店信息 1000万+精准消费者快速拓展 		<p>欢迎添加微信好友 订制数据需求</p> <p>中国最新最全 商业地产数据库</p> <p>关注微信公众号 让招商拓展变得更简单</p>	
--	---	---	---

品牌简介 :LITTLEB 是野兽派于 2018 年新推出的概念便利店 ,提倡从头到脚、由内而外的精致。

“LittleB” 注重商品的调性与原有客群相统一，强调小众和女性标签。店内售卖的商品大部分由买手从世界各地选购，分食品饮料、家居生活、生活方式、个护香氛、花材共五大品类，选品上大多是本就口碑不错的品牌。涵盖了食品饮料、家居生活、生活方式、个护香氛、花材共五大品类，从日常用品入手，将家居、美妆、艺术、生活融为一体。

物业要求：首选物业：大型购物中心、位置可根据商场规划；楼板载荷：≥350kg/m²；柱网间距：最低柱网间距不低于 8.0m×8.0m；门面宽：4 米以上、视野开阔

【15、头号玩咖】

业态类别：VR 体验馆 **合作期限**：3-5 年

开店方式：直营,加盟 **需求面积**：100-120 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：头号玩咖是空中网集团旗下 VR 连锁品牌，主打 VR 大空间多人实时互动产品，基于自研 IMPS (InfiniteMulti-TargetPositioningSystem) 超大空间多目标定位系统,并配合利用虚拟现实技术所开发的多人交互游戏。玩家利用相应的 VR 设备及交互设备,可以实现在虚拟世界中实现多人对抗互动、社交 VR 娱乐，游戏具有无线漫步，沉浸感强，支持多人联机等特点，是目前最新最具有性价比的 VR 线下娱乐解决方案。头号玩咖在全球已拥有多家线下体验店，预计在 2019 年底扩张至 350 家实体店。游戏场地占地 100 平米左右，游戏模式以 3V3 互动对抗为主，未来将提供占地 1000 平米，最高 15V15 的联网对抗玩法。除了在体验模式和质量上的升级之外，头号玩咖还拥有强大的研发能力，目前在运营游戏包括《致命火力》、《丧尸狂潮》、《剑与魔法》和《恶灵附身》四款游戏，核心玩法覆盖多人对战、多人闯关、RPG 等多个类型。在此基础上，头号玩咖计划在年内将运营游戏数增加到 10 款，保证每 3 个月都能上线新游戏。

【16、look store】

<ul style="list-style-type: none"> 6万+商业项目招商信息 8万+连锁品牌商家拓展信息 10万+商业地产精华资料 30万+行业精英同台交流 100万+购物中心品牌门店信息 1000万+精准消费者快速拓展 		<p>欢迎添加微信好友 订制数据需求</p> <p>中国最新最全 商业地产数据库</p> <p>关注微信公众号 让招商拓展变得更简单</p>	
--	---	---	---

业态类别：女装 **合作期限：**3 - 5 年年

开店方式：直营 **需求面积：**150 - 300 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：LOOK 概念店是 LOOK 时尚电商拥抱新零售的颠覆性创新 精选 ManuAtelier ,ByFar , Strathberry , Shrimps , YuulYie , JoshuaSanders 等全球当红设计师品牌，连接线上线下购物场景，打造设计感+科技感的购物体验空间。LOOK 借新天地时尚地标，推出“天空之镜”主题概念店，用沉浸式的购物体验为消费者带来更多好玩有趣的线下活动，联动线上海量库存，打造全新的一站式体验，成为城中时髦女孩时尚目的地！

物业要求：1、商业综合体，购物中心，商业活动频繁的闹市区，人流量大；2、门面够宽，层高 3 米以上，店铺形象好，展示面开阔；3、消防配置符合国家消防安全标准。

其他拓展要求：1、当地一、二类商圈成熟购物中心；2、商业活动频繁的闹市区：要求商业活动频繁的闹市区，人流量大；3、交通便利的地区：在上下车人数最多的车站或几个主要站点附近；4、同行聚居区：竞争虽然激烈，但由于同行聚居，顾客可以有更多的机会进行比较和选择，因而很能招揽顾客。

【17、Keepland】

业态类别：健身会所 **合作期限：**5-10 年

开店方式：直营 **需求面积：**200-300 m²

拓展区域：华北,华东

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：Keepland 是移动健身社交平台 keep 线下的运动空间。Keepland 提供数十种训练课程，可供不同运动诉求、不同运动级别的 Keeper 选择，并提供最专业的运动服务，包括运动沙龙以及数据实时交互实现的课程数据指导。为满足不同用户的运动需求，Keepland 还致力于拳击、舞蹈、瑜伽等不同品类课程的研发，并注重动态与静态课程的结合以完善第三方课程，引进蹦床、bodybalance、Bodyattack 等，真正帮助用户体验到全品类、更丰富的健身乐趣。

物业要求：200~300 平方米，满足有尺寸不小于 7200mm*12000mm 的独立空间，不需要淋浴间；需提供本层建筑平面图及配套机电、暖通、给排水、消防等图纸；租赁范围建筑物层高：3.0 米以上；建筑楼层承重：必需（300kg/m² 左右）；电：标准总电力容量 P40~60kw；空

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



调：必有空调外机放置处，不低于 200w/平方米制冷量需求；消防系统：一消而过，报审资料齐全；

其他拓展要求：意向拓展楼层:无特殊要求，首选 1F 意向拓展商圈为市级商圈意向拓展商业类型为购物中心，步行街

【18、茶米茶】

业态类别：饮品 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**50-200 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：茶米茶，曾被大家戏称为“被火锅店耽误的奶茶店”，如今以独立店面的形式与大家见面了，从台湾三十年老味道的技艺传承，到茶饮与时俱进的升级，无处不体现着茶米茶精益求精的匠心精神。茶米茶是闽南语“茶叶”的音译，从环境到产品，都旨在给你“高品质”的体验，区别于市面上琳琅满目的茶品牌，茶米茶专注于茶饮的升级，也在制作工艺上有着自己的独到见解。在基底茶的制作上，遵循古老品味的现代做法，在品质要求上更近乎严苛，细火慢熬每一桶基底茶，根据不同茶叶的属性调配不同焖制时间，每一杯茶饮都是新鲜与高品质的体现。门店风格上，茶米茶以古朴的新中式风格为主，风格古典、雅致，桌椅、吧台、置物柜全部采用木质材料，融合混泥土的灰色工业风，以创意茶具、精美艺术品和杂志书籍装饰摆设，颇有宁静、安逸、放松的喝茶气氛，欲传递一种茶的文化价值。

物业要求 选择繁华的商业中心，人流量比较集中的地方提供上下水和电源供应，具备餐饮功能、消防安全验收合格给排水/排油/排污/烟道：必须具备合格的排烟排污功能和餐饮废水处理

【19、完美日记 (Perfect Diary) 】

业态类别：美妆护理 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**50-100 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：完美日记成立于 2016 年，主要研发一系列“易上手、高品质、精设计”的时尚彩妆产品，为新一代年轻中国女性提供快时尚彩妆产品和美丽方案，打造有影响力的 CHINABEAUTYICON.品牌理念：UNLIMITEDBEAUTY,美不设限——倡导年轻一代不被外界标签束缚，而是努力的突破自我，积极地探索人生的更多可能性，遇见更优秀的自己。

【20、小小动物元 (Mr Zoo 小小动物元) 】

业态类别：其它儿童游乐 **合作期限：**5-8 年

开店方式：直营 **需求面积：**300-500 m²

拓展区域：华东

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：MR.ZOO 小小动物元是一家展示、互动、游乐、体验、科普、教育于一体的新型萌宠主题乐园，全馆饲养展示了 150 余种，共计 1000 余只小动物，全馆分为海洋、山洞、雨林、溪流、天空、丛林、农场和体验区八大板块。小小动物元为奇溢自然内部孵化项目，是开进购物中心的动物园，同时也是可以带回家的动物园。小小动物元将面积控制在 500 平米以内，以利于标准化和规模化。500 平米内的空间，包含了 300 种生物（如水族、鸟类、爬行动物、昆虫类、小型哺乳动物、植物类等），以及 80 个互动场景，50+体验课程。

物业要求：1、独立空调，层高不小于净高 4.2 米，要求增加新风换风量，给排水改造；2、柱网间距：最低柱网间距不低于 8.0m×8.0m；3、消防栓：提供消防栓，供店方使用。

【21、COFFii&JOY】

业态类别：饮品 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**300-400 m²

拓展区域：华北,华东,华南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：COFFii&JOY，是百胜中国在上海开的精品咖啡馆，门店设计以蓝、白为主色调，搭

6万+商业项目招商信息
8万+连锁品牌商家拓展信息
10万+商业地产精华资料
30万+行业精英同台交流
100万+购物中心品牌门店信息
1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



配全透明挑高落地窗、简约时尚的木制桌椅，整体营造出一种简洁品质感。COFFii&JOY 的菜单也十分简洁精简，主要产品线有手冲咖啡、虹吸咖啡、意式咖啡以及氮气/冷萃咖啡和非咖啡饮品，其中非咖啡饮品包括手冲茶、果汁和水、面包糕点，不论是门店设计还是所售餐饮品，COFFii&JOY 都流露着浓浓的北欧风。截止到 2018 年 9 月，首店开业距今不到 3 月时间，已开了 5 家门店。

【22、FUNLINK (乐遇)】

业态类别：家具家居 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**300-500 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：WESTLINK 西遇旗下全新创意美妆家居子品牌，致力打造潮流行业全新一站式体验模式的 FUNLINK 乐遇于 2016 年 7 月 30 日正式亮相西安。FUNLINK 乐遇涉及家居用品、配饰及美妆护理等设计感和性价比兼备的全新产品。如卫浴、厨房、3C 配件、文具、配饰等。FUNLINK 乐遇从现代都市生活中对简单品质的多元需求出发，借助同提出“轻潮” (ProperChic)概念的 WESTLINK 西遇的合作，致力于满足现代都市青年人对品质潮流、多元化综合体验业态市场的需要。

物业要求：楼层首选 1F，邻近精品零售和女装业态，门头展示面不低于 12M，层高不低于 3.5 米

【23、Aerogia 爱阅家 (AEROGIA)】

业态类别：儿童书店 **合作期限：**5-8 年

开店方式： **需求面积：**80-200 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：爱阅家，以助力发展儿童自主学习力为导向，通过设计巧妙、充满创意、手脑并用的

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



交互式创意阅读产品，打破幼儿“读书难”、“选书难”、父母“引导难”的现状。专注为 0~6 岁儿童研发有声玩具童书，从个性化主题培养，到体系化全面提升，覆盖家长培养孩子的各种需求。以分龄分层、自助探索、互动启发等设计，让孩子潜移默化地爱上阅读，启迪思维。让孩子爱上阅读、养成阅读习惯，形成受益终身的自主学习力。爱阅家根植于中国文化，坚持原创，同时又具备了国际化的视野，阅读产品汇聚了欧、亚、美一流创意，产品的制作工艺及安全品质遵循国际标准。爱阅家拥有国际水准的儿童阅读产品研发中心，国内外知名早教专家、一流儿童文学作家和插画师、高品质声优等资源，并与国内顶级教育出版机构携手合作，获得多个奖项。自 2010 年公司成立以来已经拥有 500 多本原创童书的文图音版权，19 项专利，千余项著作权。

物业要求：物业类型：购物中心、步行街；首选购物中心层高 4 米以上，承重 350kg 以上。邻近业态：最好是在儿童业态区附近，邻近儿童游乐区域或者是儿童零售净空高 4.5m 以上，最好 4.5-5.4 米之间，店铺开间要求 10 米，需要上下水。

其他拓展要求：意向开店楼层为 2-4 楼，儿童业态楼层意向拓展商圈为市级商圈、区域商圈意向拓展商业类型为购物中心、步行街

[【24、LeTAO \(乐堂\)】](#)

业态类别：烘焙甜品 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**40-80 m²

拓展区域：华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：LeTAO 于 1998 年在北海道小樽诞生，该品牌生产的甜品长期高居北海道手信榜榜首，跻身“日本必吃甜点冠军”，成为日本人气 No.1 伴手礼。作为日本手信榜榜首、北国必吃甜品品牌，LeTAO 在甜品界的地位不言而喻。LeTAO 发展至今，在日本小樽这座小镇上已经有 5 家门店，每家店主题特色不一，包括 LeTAO 唯一的巧克力专卖店、设有咖啡厅的双层大店等。除此之外，LeTAO 还在日本 16 家机场设有专柜，人气火爆。在海外市场，LeTAO 也是知名度超高的人气甜品品牌，目前已在新加坡、韩国、泰国等地落户了超过 20 家门店。2016 年 10 月，LeTAO 进驻香港，门店落户香港国际金融中心（IFCMALL）。

物业要求：选择繁华的商业中心，及地标性购物中心提供上下水和电源(230KW 总电量)供应，

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



具备餐饮功能、消防安全验收合格给排水/排油/排污/烟道/空调 :必须具备合格的排烟排污功能、空调功能

【25、苏宁极物】

业态类别：潮流数码 **合作期限：**5-8 年

开店方式：直营 **需求面积：**150-300 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：苏宁极物是苏宁智慧零售的战略品牌。它是 3C、生活电器、智能产品、进口家电、极物、百货、美妆海外购、人气饮品店等最具网红、爆款气质的好物聚集地+国内颜值最高的生活馆类门店。苏宁极物通过颜值互动、商品洞察、机械臂取货等智慧零售技术应用，打造业内最领先的交互体验，其会员制零售、产品众测、社交化互动等创新玩法，也体现出这是一家具有互联网运营基因的门店。

物业要求：1、主城区城市级/区域级购物中心 1 楼或负一楼（负一楼需通地铁）；商圈成熟、交通便利。2、店面入口宽度不得低于 7M ,层高不得低于 4 米 3、购物中心开业率不得低于 80%，轻奢、快时尚品牌占比不低于 20%-30%4、周围需有中高端住宅区，常驻人口不低于该城市平均水平 5、有苹果体验店的购物中心优先考虑 6、需要上下水

【26、琉璃鲸】

业态类别：饮品 **合作期限：**3-5 年

开店方式：联营,加盟 **需求面积：**30-100 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：鲸是品牌的超级符号，也是消费者的记忆图腾。“琉璃鲸”从来不止是一份饮品、甜品，它是一种极致的情感载体。”因此，在 VI 上，更加强化超级符号的概念，将品牌识别度最大化。打造出琉璃鲸的品牌差异化，以此区分同行，在众多品牌中跳脱出来，使琉璃鲸在品牌及

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



形象占据优势，吸引消费者关注。琉璃鲸的产品完全是根据现在年轻人的消费需求进行制作的，满足消费者“时尚，健康，营养”的消费需求，抛弃传统奶粉，奶精勾兑的饮品，用鲜奶加健康营养的物料进行制作，对原物料有严格的把控。

【27、东点西点全球购 (East West Beauty) 】

业态类别：美妆护理 **合作期限：**2-5 年
开店方式：直营 **需求面积：**20-100 m²
拓展区域：华东

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：EastWestBeauty/东点西点全球美妆品牌诞生于 2017 年初，主要经营进口热门多品牌美妆产品。目前 EastWestBeauty/东点西点全球美妆品牌店内采用多块触摸电容屏，消费者可直接扫商品条码并触控大屏查看店内商品信息和自助结账，大店配有皮肤检测、护肤顾问等增值服务。线上平台、app、微信公众号会员为线下店引流，完善的后台管理系统和成熟的数据管理经验以及强大的技术、运营、采购、工程团队，保证了店铺稳健的竞争力。

物业要求：中岛面积：20 平方标准店面积：30-60 平方旗舰店面积：100-150 平方

其他拓展要求：全国地级以上城市

【28、沉浸世界】

业态类别：VR 体验馆 **合作期限：**3-5 年
开店方式：直营,加盟 **需求面积：**130-180 m²
拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：“沉浸世界” VR 影厅是一个长 12 米、宽 8 米、高 4 米的占地面积 96 平方米的标准厅，每次可以支持 8 人同时体验，单次体验时长在 20 分钟左右。为了打造极致的沉浸体验，“沉浸世界”引入了多项仿真技术，模拟人类的视觉、听觉、触觉和嗅觉。在这之中，最核心的就是包括背包电脑和 VR 头显组成的 VR 套装，以及可以覆盖整个影厅的大空间位置追踪和动作

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



捕捉系统。除了大空间动捕系统，“沉浸世界”还安装了7.2.4声道全景声系统，最大限度的还原真实的声效；同时还装有气候模拟系统，可以模拟自然界的风、雨、冷暖；体验者还配备了交互手柄和力反馈手套，不仅帮助观众与虚拟世界进行交互，还可以通过力反馈模拟真实的触觉感受。

【29、HEA】

业态类别：服饰集合店 **合作期限：**3-5年

开店方式：直营 **需求面积：**80-120 m²

拓展区域：华南,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：HEA的创作意在和大家一齐来探索研究一下这种奇妙的生活状态。身处于有着悠远历史文化的古镇佛山，品牌理念以本地特有的“舞狮”元素为蓝本，加以划时代的融合创新，推出一系列原创潮品，以展示时下年轻人在外来文化冲击下，不忘根本，坚持不懈寻求发展的决心。

物业要求：1、商业综合体，购物中心，商业活动频繁的闹市区，人流量大；2、层高：3米以上；3、店面广告：店面广告符合企业广告标准；能够吸引顾客眼球；4、消防配置符合国家消防安全标准。

其他拓展要求：1、当地一、二类商圈成熟购物中心；2、商业活动频繁的闹市区：要求商业活动频繁的闹市区，人流量大；3、交通便利的地区：在上下车人数最多的车站或几个主要站点附近；4、同行聚居区：竞争虽然激烈，但由于同行聚居，顾客可以有更多的机会进行比较和选择，因而很能招揽顾客。

【30、taxiway飞行中心】

业态类别：其它娱乐休闲类 **合作期限：**3-5年

开店方式：直营 **需求面积：**300-1000 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

6万+商业项目招商信息
8万+连锁品牌商家拓展信息
10万+商业地产精华资料
30万+行业精英同台交流
100万+购物中心品牌门店信息
1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



品牌简介：TaxiWay 飞行中心是上海第一家采用波音公司授权 737NG 模拟舱，驾驶操作杆与真实飞机无异。并引入由原航空公司飞行员组成的优质教员团队，为学员提供优质专业的飞行指导，让更多爱好者体验到飞行的乐趣。Taxiway 飞行中心致力于提供完全仿真、安全的大型飞机飞行模拟体验，设置有完备的飞行课程，所使用的飞行模拟器拥有波音授权，FTD5 级。

【31、STARTER BLACK LABEL】

业态类别：服饰集合店 **合作期限：**3 - 5 年年

开店方式：直营 **需求面积：**80 - 150 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：STARTER 在发展的过程中逐渐融合了音乐，潮流以及街头文化，深受无数知名品牌的喜爱，继与 SUPREME、ABATHINGAPE、KITH、UNDEFEATED 等热门潮流品牌联乘企划之后，于 2011 年正式增设了高端街头潮流支线 STARTERBLACKLABEL。STARTERBLACKLABEL 为热爱潮流文化的年轻消费者提供将美式街头文化与运动基因有机融合的潮流单品，并以先锋、创新的品牌主张满足新一代年轻消费群体的精神需求，推动潮流的发展。

物业要求：1、商业综合体，购物中心，商业活动频繁的闹市区，人流量大；2、门面够宽，层高 3 米以上，店铺形象好，展示面开阔；3、消防配置符合国家消防安全标准。

其他拓展要求：1、当地一、二类商圈成熟购物中心；2、商业活动频繁的闹市区：要求商业活动频繁的闹市区，人流量大；3、交通便利的地区：在上下车人数最多的车站或几个主要站点附近；4、同行聚居区：竞争虽然激烈，但由于同行聚居，顾客可以有更多的机会进行比较和选择，因而很能招揽顾客。

【32、爱贝迪学院（爱贝迪 STEM）】

业态类别：其它儿童教育 **合作期限：**5-10 年

开店方式：加盟,直营 **需求面积：**300-500 m²

拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

6万+商业项目招商信息
8万+连锁品牌商家拓展信息
10万+商业地产精华资料
30万+行业精英同台交流
100万+购物中心品牌门店信息
1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



品牌简介：爱贝迪学院是爱贝国际教育集团旗下专注于 4-12 岁 STEM+课程的高端教育品牌；集教学、研发和推广于一体。爱贝迪的名字启发自爱迪生，正如爱迪生经过千百次的实验最终点亮了世界一样；爱贝迪学院持之以恒、追求卓越，以“帮助孩子成为推动世界进步的齿轮”为愿景；一切从孩子出发，激发孩子们的天赋和潜能，培养科技理工意识和创造能力，帮助孩子成为 21 世纪技能的创新人才！

【33、蔡澜港式点心专门店】

业态类别：茶餐厅 **合作期限：**3-5 年
开店方式：直营 **需求面积：**150-250 m²
拓展区域：华北,华东,华南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：点心是粤港两地最悠久的饮食文化，美食家蔡澜先生一直怀着传承点心文化的初衷，想要打造一个既保有匠心、又具备创造力的港式点心品牌，将传统点心文化年轻化，让吃点心成为年轻人喜爱的生活方式。数十款点心由掌柜全程研发监制，并在一百多款产品中精心选出三十几款。从原产地甄选优质食材，遵循正宗制法下大胆创新。由拥有米其林餐厅经验的师傅带领团队，在透明开放厨房中现场手工制作。餐厅整体是明亮简约的现代风格，以原木色和天然材质为主装饰空间，营造一种自然淳朴的空间氛围。

物业要求：1、选择繁华的商业中心，人流量比较集中的地方 2、提供上下水和电源供应，具备餐饮功能、消防安全验收合格 3、给排水/排油/排污/烟道：必须具备合格的排烟排污功能和餐饮废水处理

【34、番小茄小儿推拿】

业态类别：儿童医疗健康 **合作期限：**3 - 5 年年
开店方式：直营,联营 **需求面积：**120 - 180 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：番小茄是数据化运营的小儿推拿机构，将线下运营与线上儿童健康系统相结合，为宝

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



宝提供高品质的健康服务。番小茄的目标是让更多的学龄前儿童过上低药生活,我们的心愿是让宝宝吃得好,睡的香,增强宝宝抵抗力,致力于传统中医小儿推拿手法,解决 0~12 岁孩子感冒、发烧、积食、不爱吃饭等常见问题,给孩子更健康、更绿色的健康呵护。

【35、KARADA 身体工场】

业态类别：美容 spa **合作期限：**3 - 5 年年

开店方式：直营 **需求面积：**100 - 200 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：对于人类的骨骼，每一个人都有不同的状况。KARADA 身体工场抱着“比昨天更好的今天”，不断改善技术、提高技术水平。作为 KARADA 身体工场的创始人，小牧社长至今仍会在周末到门店像每一位普通的整体师那样亲自服务客人。KARADA 身体工场的每一位整体师都会在施术前询问客人日常生活习惯和不适的身体部位来判断出现不适的原因,在充分了解客人的身体平衡状况后,基于 A.P.平衡整体技术,整体师会结合客人身体平衡情况量身打造相对应的施术方式,所以客人感受到效果显著。

【36、乾杯烧肉居酒屋】

业态类别：日式料理 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**200-400 m²

拓展区域：华北,华东,华南,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：乾杯烧肉居酒屋成立于 1999 年,独特的热闹气氛及八点乾杯、亲亲五花肉等特色活动,很快成为了台湾最火烧肉店。2016 年乾杯烧肉居酒屋落户上海新天地,为大家带来了新鲜冷藏澳洲谷饲牛肉搭配自制泡菜和日本越光米,口口都是满满的幸福感。2016 年 11 月,乾杯烧肉居酒屋强势入驻上海新天地。这是继外滩老乾杯之后,乾杯集团第二家进入上海的旗下品牌。乾杯创立于 1999 年,在台湾已有多家分店,主要针对 25~35 岁左右的年轻人,从食材和定位上与老乾杯做了区分。作为烧肉店,肉自然是主打,乾杯牛肉的美味秘密就是始终坚持三个原则,

<ul style="list-style-type: none"> 6万+商业项目招商信息 8万+连锁品牌商家拓展信息 10万+商业地产精华资料 30万+行业精英同台交流 100万+购物中心品牌门店信息 1000万+精准消费者快速拓展 		<p>欢迎添加微信好友 订制数据需求</p> <p>中国最新最全 商业地产数据库</p> <p>关注微信公众号 让招商拓展变得更简单</p>	
--	---	---	---

使用澳洲产地直送的谷物培育牛肉、全程冷藏物流和使用熟成排酸牛肉。来自 Jack' sCreek 的高品质牛肉已经连续 2 年获得牛排比赛世界冠军！门口超大冷藏柜摆放着冷藏熟成牛肉，新鲜感扑面而来。店内最具人气的单品——盐葱牛舌还吸引了不少老乾杯的客人慕名而来。此外，厚切牛舌、牛五花后腹肉和去骨牛小排也深受客人们喜爱。乾杯经理徐有仪先生介绍说：“乾杯想要成为烧肉的传教士，让客人体验到烧肉的乐趣，所以乾杯会教客人怎么去烤肉，让客人知道怎么烤才最好吃。”除了牛肉之外，酒也是乾杯的一大特色，高性价比的酒水吸引了不少客人。店内提供朝日啤酒、嗨棒、沙瓦等居酒屋必备酒水。徐经理自豪地说：“在台湾，每四杯朝日啤酒就有一杯是乾杯卖出去的。”不仅如此，针对上海消费者，乾杯还特地推出了 1.28 升的巨无霸啤酒，充分满足男性客人的饮酒需求。在女性客人中，店内的紫苏梅角瓶嗨棒和乾杯风角瓶嗨棒最具人气，这也是乾杯的独创产品。想要创立一边享用美味的肉，一边开心地畅饮啤酒的店，因此将店名取为「乾杯」。乾杯相当注重人与人之间的互动，不论是客人、厨师、厂商还是员工，对我来说，都是人生中不可或缺的夥伴，因为乾杯是属于大家的！在此，我想向身为乾杯的粉丝与所有创造出乾杯的人说一声谢谢。乾杯居酒屋想要提供给客人的，绝对不只烧肉跟啤酒，一定还要有「感动」。吃到色香味俱全的美食，感受「活著真好」的感动；跟重要的人一起度过最美好的时光，感受「有彼此真好」的感动；一群不认识的人，刚好在同一個空間裡用餐，感受「缘份真奇妙」的感动。

【37、正负零 (±0)】

业态类别：家电厨卫 **合作期限：**年
开店方式：直营 **需求面积：**m²
拓展区域：华南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：±0 是日本新兴的设计品牌成立于 2003 年，由日本设计师深泽直人(NaotoFukasawa)担任设计总监，其品牌哲学是“以消费者为导向，将消费者需求摆在第一位。透过产品，希望能丰富每个人的生活，在日常生活中加点趣味”。±0 主打家用电器/杂货品牌，吸尘器、咖啡机、垃圾桶、计算器、香薰灯、钟表等一切居家用品。±0 设计理念：意味着没有加也没有减，表示必要性和自给自足；是一种你从未看到，但有点宾至如归的感觉；是一个非常普通但有非常迷人

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



的形状；是一个你最初的时候知道和想要的时刻。±0 于 2019 年 6 月在中国内地开首店，进驻广州 K11、深圳深业上城项目。

【38、ChaTraMue 手标泰茶】

业态类别：饮品 **合作期限：**2 - 3 年年

开店方式：直营 **需求面积：**15 - 40 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：ChaTraMue 手标泰茶以泰国风味饮品为主打，是一家以新鲜茶叶为主的连锁机构，坚持采用泰国进口的 Chatramue 茶为原料，搭配新鲜的原材料制作，现调现饮美味饮品。每一杯泰茶都是采用现熬煮的蔗糖制作而成，天然健康无污染，喝出来的是绿色健康。制作泰茶的水则是经过科学设备净化过的水，保证茶饮和冰块的品质，消费者可以放心饮用。玫瑰茶是 ChaTraMue 手标泰茶家的网红系列，受到了来自世界各地吃货的好评。

物业要求：1、选择繁华的商业中心，人流量比较集中的地方 2、提供上下水和电源供应，具备餐饮功能、消防安全验收合格 3、给排水/排油/排污/烟道：必须具备合格的排烟排污功能和餐饮废水处理

【39、奈尔宝家庭中心 (Neobio) 】

业态类别：儿童游乐园 **合作期限：**5-10 年

开店方式：直营 **需求面积：**4000-8000 m²

拓展区域：华东,华南,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：奈尔宝家庭中心是专为 0-14 岁儿童提供国际化体验式高端亲子玩乐的平台，源自美国先进的玩乐教育理念，集大型游乐、专业图书阅读、儿童主题活动、亲子餐厅为一体，致力于打造一站式家庭成长空间。奈尔宝拥有颜值超高的梦幻雨屋亲子餐厅，菜品是奈尔宝自主研发的，健康有机绿色，妈妈级用心食材，都是由上海世博会墨西哥馆餐厅副主厨、五星级酒店主厨 Thomas 全手工打造！今年内，公司计划在一、二线城市形成 40-50 家门店规模，构建覆盖全

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



国的线下家庭娱乐中心网络。此外，奈尔宝的产品矩阵也将以“线下家庭中心”为主干，逐步拓展到早教、儿童科学博物馆、以及基于数据化和平台化的原创亲子“游乐+”IP 打造等。

物业要求：1、地段：地段能尽量在商业繁华城市副中心的地方，首选核心商圈，附近最好有学校（幼儿园、小学、初中）2、周边：周边社区成熟，有一定经济实力3、交通：步行15分钟内可以到达4、业态：大型综合型商场，涵盖大卖场，餐饮，购物或者其他休闲类的业态5、层高：在5米到9米之间(具体项目要具体谈)

【40、Red Lobster】

业态类别：西式正餐 **合作期限：**3-5年
开店方式：直营 **需求面积：**150-300 m²
拓展区域：华北,华东

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：RedLobster 成立于 1968 年，是一家以海鲜为主的美国休闲餐饮连锁店，总部位于佛罗里达州奥兰多市。RedLobster 以高品质、价格亲民著称，特色虾类产品种类繁多，从第一家店成立开始就被称作为“海鲜爱好者的海港”。自 20 世纪 80 年代开始，RedLobster 进行了大规模的迅速扩张。从加拿大开始，到马来西亚、沙特阿拉伯、波多黎各、墨西哥、巴西、厄瓜多尔、日本等地，至今已有 700 多家分店，在全球的影响力不输国人熟知的 TacoBell 和 TheCheesecakeFactory。

【41、屋虎猫馆】

业态类别：其它生活服务 **合作期限：**3 - 5 年年
开店方式：直营 **需求面积：**80 - 150 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：拥有可爱又有保障的猫咪当然是首要原因。在猫咪市场鱼龙混杂，贩卖“后院猫”“星期猫”的黑心商贩摸进市场的当下，屋虎通过 500 家庭注册猫舍的的过滤和筛选，最终有 50 家签约长期合作的注册猫舍，并且屋虎有自有的繁殖基地。优质稳定的猫源使得屋虎极具竞争力，

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



屋虎仅售纯种精品猫咪及高端宠粮，屋虎承诺是中国唯一的猫馆无优选猫保障 100 天，解决现在买猫受骗，养猫乏术的难题。屋虎背后还有宠物医疗专家团队豆柴产品的支持，使得猫咪+产品+洗护+售后的多维度猫咪“4S”模式逐渐形成品牌优势。

【42、城外驿音乐酒馆】

业态类别：湘菜 **合作期限：**3-5 年
开店方式：直营 **需求面积：**300-600 m²
拓展区域：东北,华北,华东,华南,华中,西北,西南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：城外驿是合纵文化集团旗下全新的音乐酒馆品牌。在音乐酒馆的成功商业模式基础上，将“餐、酒、音乐、茶”的独特基因进一步融合，打造超 15 小时的一站式娱乐休闲空间。香辣酣畅的湘菜、酒文化及江湖文化的融合，更具新意。从空间设计到主题派对，跨界艺术、时尚活动的融合，保留文艺、质朴气质的同时，更多了些逍遥气度。将传统民谣与现代流行音乐进行结合，并增添各种特色表演，呈现出多元化的融合艺术表演。在这儿音乐是一种声音，一种态度，一种让人感受到最随性、洒脱的生活方式。

物业要求：1、外立门面：宽 12 米以上，高 3 米以上，面向热闹街区方向全落地玻璃门，无视觉遮挡，有效果良好广告位可用；2、室内层高：梁下高度 3.8 米以上，柱距 6 米以上（最好大厅区域无柱子）；3、水电配置：供水管径 8CM 以上 1-2 根，主排水管直径不小于 φ 160，可供电量不小于 250—300KVA；4、排污设施：排水、排烟、化粪池、污井等设施均完善；

【43、PureH2B 津梁生活】

业态类别：美妆护理 **合作期限：**3 - 5 年年
开店方式：直营 **需求面积：**150 - 300 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：PureH2B 津梁生活，以数字化的体验和服务为核心，为消费者提供全球天然健美好物。销售品类涵盖护肤、美容仪器、高端洗护、健康食品、智能健康 3C、运动配件、营养保健、

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



个人健康护理、健康茶饮等，全方位覆盖健康美丽生活场景。PureH2B 津梁生活严格把关每件产品，汇聚全球甄选的健康美丽好物，特设美、香、护、食、健、居、动、饮 8 大产品专区，全面覆盖健康美丽生活场景，助力每一个人轻松开启健康美丽生活。PureH2B 津梁生活强调天然、科技、健美，致力打造零售新生态，助推消费和生活的双重升级，引领消费者健康美丽的生活方式。从线上到线下，PureH2B 津梁生活致力于打造全方位的数字化服务和体验，一直在探索便捷而舒适的购物方式。消费者可通过扫码一键选购，无需排队便捷自动买单。店内设置智能货柜，以简单明了的图文及视频等强画面感的形式，为消费者推荐合适的产品及活动信息。美丽梦工厂、健康 ATM、体型检测三大专业检测平台，通过全面检测与分析，为消费者定制专属的健康美丽方案。PureH2B 津梁生活不仅是一个健康美丽的生活平台，更倡导的是一种全新的健康美丽生活方式。

物业要求：1、大型房地产企业 shoppingmall；2、地段临近聚客点，人流量大；3、店铺形象好，展示面开阔，层高 3.5 米以上，门头够宽；4、5 万方以上购物商场；5、消防配置符合国家消防安全标准。

【44、小蜜蜂农场】

业态类别：其它儿童游乐 **合作期限：**5 - 10 年年

开店方式：直营 **需求面积：**5500 - 10000 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：2018 年 8 月 1 日，魔都首家沉浸式亲子农场——小蜜蜂屋顶农场正式开园。经过半年多的二期工程扩建，这座集休闲娱乐、生态观光、自然教育于一体，实地空间超过 10000 平米的“天空之城”，已经成为上海亲子游的时尚新地标。为了给小朋友提供一站式的体验，整个室内外乐园被分成 16 个功能区，六大主题。孩子们既可以在四季科普回廊中观看漂亮的花朵，运用自然材料开展微景观 DIY、植物印染、花艺等手工活动；也可以去自然工坊，和其他小朋友一起骑马、喂小动物、磨制豆浆、做植物绘本；儿童区是孩子们的最爱，小蜜蜂树屋滑梯、蹦床、秋千等项目。

【45、cutman 男士理发】

<p>6万+商业项目招商信息 8万+连锁品牌商家拓展信息 10万+商业地产精华资料 30万+行业精英同台交流 100万+购物中心品牌门店信息 1000万+精准消费者快速拓展</p>		<p>欢迎添加微信好友 订制数据需求</p> <p>中国最新最全 商业地产数据库</p> <p>关注微信公众号 让招商拓展变得更简单</p>	
--	---	---	---

业态类别：美发造型 **合作期限：**3 - 5 年年

开店方式：直营 **需求面积：**100 - 200 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：cutman 男士理发致力于注重“个人形象”和“服务体验”的高要求客户提供人性化服务流程、独立电视、咖啡饮品、国内外顶级的理发器、消毒水、胡须水.....并且根据客户的反馈，我们在不断的优化我们的服务流程和体验。价格透明，没有现金交易，没有无隐形消费；约定时间直接到店理发，无需排队等待，极大地减少客户的时间成本。

【46、杰的牧场】

业态类别：儿童运动馆 **合作期限：**5-10 年

开店方式：直营 **需求面积：**500-2000 m²

拓展区域：华东

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：杰的牧场创立于 2015 年，主营青少年马术培训及考级。线下与兰博基尼地产、安岚酒店、威斯汀酒店、光明海湾国家森林公园打造大型马术俱乐部，同时与月星环球港、星光耀广场等众多商业综合体陆续开启合作。杰的牧场通过骑乘培养孩子“勇敢与自信心”，热爱动物、亲近自然、体验自由驾驭的乐趣，为孩子打开一扇通向国际的大门马术运动带来的不仅仅是骑马的技巧更多的是通过照顾马匹马房管理成为富有爱心信心与责任心的未来领导者。杰的牧场包含：国际专业马术培训，考级国际体系，规范培训，专业考级，马术体验，马术知识沙龙马术知识推广，马厩参观，马术体验课。

物业要求：无柱 500-2000 平米带室外面积首选露台，最好有屋顶花园屋顶；马厩：单个马厩面积不小于 3 米 X3 米,走廊宽度不低于 2 米。按 10 匹马记，需带顶房房面积 5 米 x15 米,或 8 米 x9 米；马房需配套 10 平米值班室；户外场地：地面平整，场地面积密度不低于 20 米，可以搭建伸缩棚或固定棚，需要打化学锚碇或者膨胀螺丝用于固定伸缩棚。电力供应：1、380V/220V 三相五线动力主电源；2、供电容量 200KW；3、出租人须将总供电电缆拉到承租人指定位置，并安装可使用的配电箱在承租人要求的店铺指定位置，电源须安装独立电表(峰谷表)，并由双方确认原始读数。其他：楼层设有货运垂直电梯，直入楼顶，应提供店铺适当的卸货(码匹)平台及进货通道，需具各马匹进入经营场地的通道宽度（宽不小于 2 米）；在店铺施工期需提供管径

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



不小于 1 寸的供水管和不小于 40KW 的临时用电；每平方 40KG 承重(至少不低于国家标准 350KG 每平方)。

【47、丰马 in 剧场】

业态类别：剧场剧院 **合作期限：**10 - 15 年年

开店方式：直营 **需求面积：**1500 - 2500 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：丰马 in 剧场将采用全新剧院运营理念，以全功能剧场为核心，打造全国首家 24 小时艺术剧场，培养新艺术，新教育，新社群的全新剧场生态。为了增强活力，剧场将引入不同的艺术形态，丰富多彩的演出节目，以及剧院演后沙龙区 afterparty 概念使其运营更为饱满，活力更强。丰马 in 剧场拥有 400 座的观众席及标准舞台，同时利用场外空间设置一个 Mini 舞台和可变的观众席区域，可容纳 80-120 人，供一些小型演出及小型活动，也为商场顾客创造了与艺术亲近的机会。而遇到一些大型演出和活动，小舞台与大舞台进行联动，使得整场活动更立体和丰满。

【48、有货 mkt】

业态类别：跨界体验店 **合作期限：**3 - 5 年年

开店方式：直营 **需求面积：**700 - 1000 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：有货 MKT 是 YOHO! 的第三家线下体验店。MKT 不但是 Market 的缩写，同时也是有货一直秉持的理念，“Makeyoucool, KicktherulesandTakeitaway”，追逐潮流，打破规则，让不羁的态度和放荡的灵魂在有货 MKT 喧闹。有货 MKT 店铺规划为零售、体验、轻食和快闪区四大部分。拥有 50+ 国际潮流品牌、多达 5000 件潮流尖货。将生活方式和潮流态度、时尚服饰货物结合在一起；引入“春丽吃饭公司”；体验区域内设置定制服务、线下二手市场等多个项目，让“好动”的潮流爱好者们能够在店内获得更多互动感受；快闪区域则会引入众多资源方的跨界合作，集合绿植、咖啡、艺术、阅读等多种生活方式业态，用常换常新来俘获年轻人心，

- 6万+商业项目招商信息
- 8万+连锁品牌商家拓展信息
- 10万+商业地产精华资料
- 30万+行业精英同台交流
- 100万+购物中心品牌门店信息
- 1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

**中国最新最全
商业地产数据库**

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单



打造潮流生活社区。

物业要求：1、店铺层高要求：净高不小于 3.6m；2、提供上下水和电源（230KW 总电量）供应；3、门店展面不低于 8 米，进深不低于 10 米；4、消防安全验收合格。

其他拓展要求：1、大中型城市，人口密度大 2、有充分的时尚元素，消费群体大 3、大中型商业综合体、购物中心、商业街，客流量大 4、交通易达性：项目周边交通状况良好，地铁直达最佳。

[【49、Ratio \(比率\)】](#)

业态类别：饮品 **合作期限：**3-5 年

开店方式：直营 **需求面积：**100-300 m²

拓展区域：华北,华东,华南

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：比率 ratio 是一个定制化咖啡鸡尾酒连锁品牌，以白天销售咖啡、晚上销售调酒的模式，根据成分、调理时间、温度等变量因素，通过自动化技术为用户打造属于自己的饮品，用户可直接见到原料和生产过程，已在上海开设 2 家店铺。

[【50、War flight 无人机体验馆】](#)

业态类别：跨界体验店 **合作期限：**3 - 5 年年

开店方式：直营 **需求面积：**200 - 300 m²

已进驻购物中心、拓展联系方式、详细拓展区域：请扫页面底部二维码索取

品牌简介：Warflight 无人机体验馆是广州毅众创展运营管理有限公司旗下品牌。从瓦砖泥地到现在的 WARFLIGHT 无人机竞速体验馆到现在的 WARFLIGHTCLUB，目前上架了港式餐饮，鸡尾酒啤酒红酒洋酒应有尽有，可谓是有得吃又有得玩，只为你带来其趣不凡的体验。

6万+商业项目招商信息
8万+连锁品牌商家拓展信息
10万+商业地产精华资料
30万+行业精英同台交流
100万+购物中心品牌门店信息
1000万+精准消费者快速拓展



欢迎添加微信好友
订制数据需求

中国最新最全
商业地产数据库

关注微信公众号
让招商拓展变得更简单

