

2019-2025年中国购物中心 产业深度调研与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国购物中心产业深度调研与发展前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/C971613NY8.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

按商务部的定义，购物中心是指多种零售店铺、服务设施集中在一个建筑物内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体。这种商业集合体内通常包含数十个甚至数百个服务场所，业态涵盖大型综合超市、专业店、专卖店、饮食店、杂品店以及娱乐健身休闲等。购物中心业态与百货业态的最大区别是，购物中心是由许多独立经营的商家组成，一般不进行统一收银，而百货业态是管理方整体经营卖场并实行统一收银。

购物中心在中国的发展可以追溯到二十世纪80年代末。经济起飞的中国，在社会变革、经济飞速发展的背景下，尤其是大城市商业房地产业的推动下，从沿海大城市开始，兴建一些综合性大型的商业设施；市场竞争加剧，传统零售经营模式受到极大的挑战，为了解脱经营和成本的双重压力，大型零售企业纷纷转变自己的经营模式，通过出租或出售的方式引入一些商户进场经营，开始时自营与招商杂合，后来从经营业绩取优的原则出发慢慢转变为以出租商业设施为主的商业房地产业运营的角色。

目前中国是世界购物中心市场最活跃的地区，2016年全球新建成购物中心1250万平方米，同比增长11.4%。作为最活跃的市场，中国以575万平方米的新建面积再次位居全球之首，几乎占到新建购物中心总面积的一半。中国城市在全球十大在建购物中心面积排名中占据八席。其中上海是新增购物中心最多的城市，北京、重庆、成都、南京、深圳和天津依次进入了前十。

其中，上海排名第一，2016年新建成购物中心面积111.8万平方米；北京排名第二，新建面积80.15万平方米；重庆排名第四，新建面积63.71万平方米；成都排名第五，新建面积53.33万平方米；南京排名第六，新建面积49.9万平方米；深圳排名第七，新建面积48.71万平方米；天津排名第九，新建面积46.65万平方米。

购物中心的疯狂增长也出现一些供给过剩、空置率不断提高的势头，购物中心是目前零售行业最先进的形态，也是互联网时代下新零售的主要载体，但是当下中国一线城市购物中心已经趋于饱和，未来购物中心的发展将主要集中二线城市和经济雄厚的三四线城市。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国购物中心产业深度调研与发展前景研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分

析报告, 投资发展报告, 市场研究报告, 市场分析报告, 行业研究报告, 行业调查报告, 投资咨询报告, 投资情报, 免费报告, 行业咨询, 数据等, 是中国知名的研究报告提供商。 报告目录: 第一章 购物中心行业相关基础概述及研究机构1.1 购物中心的定义及分类1.1.1 购物中心的界定1.1.2 购物中心的分类1.1.3 购物中心的特性1.2 购物中心行业特点分析1.2.1 市场特点分析1.2.2 行业经济特性1.2.3 行业发展周期分析1.2.4 行业进入风险1.2.5 行业成熟度分析1.3 购物中心行业研究机构 第二章 2014-2017年中国购物中心行业市场发展环境分析2.1 中国购物中心行业经济环境分析2.1.1 中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、工业发展形势6、固定资产投资情况7、社会消费品零售总额2.1.2 经济环境对行业的影响分析2.2 中国购物中心行业政策环境分析2.2.1 行业监管环境1、行业主管部门2、行业监管体制2.2.2 行业政策分析1、主要法律法规2、相关发展规划2.2.3 政策环境对行业的影响分析2.3 中国购物中心行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、生态环境分析5、中国城镇化率6、中国互联网用户数量7、中国移动互联网用户数量8、居民的各种消费观念和习惯2.3.2 社会环境对行业的影响分析2.4 中国购物中心行业技术环境分析2.4.1 购物中心技术分析1、物联网技术的发展2、云计算技术的发展3、电子数据交换技术的应用4、可视化技术的应用5、货物跟踪技术的应用2.4.2 购物中心技术发展水平1、中国购物中心行业技术水平所处阶段2、与国外购物中心行业的技术差距2.4.3 行业主要技术发展趋势2.4.4 技术环境对行业的影响 第三章 中国购物中心行业上、下游产业链分析3.1 购物中心行业产业链简介3.1.1 购物中心产业链上游行业分布3.1.2 购物中心产业链中游行业分布3.1.3 购物中心产业链下游行业分布3.2 购物中心产业链上游行业分析3.2.1 购物中心产业上游发展现状3.2.2 购物中心产业上游竞争格局3.3 购物中心产业链中游行业分析3.3.1 购物中心行业中游经营效益3.3.2 购物中心行业中游竞争格局3.3.3 购物中心行业中游发展趋势3.4 购物中心产业链下游行业分析3.4.1 购物中心行业下游需求分析3.4.2 购物中心行业下游运营现状3.4.3 购物中心行业下游发展前景 第四章 国际购物中心行业市场发展分析4.1 2017年国际购物中心行业发展现状4.1.1 国际购物中心行业发展现状

2016年全球购物中心项目开发呈现整体放缓趋势, 全年在建购物中心总面积3350万平方米, 同比下降22%。值得一提的是, 中国零售项目开发热度并未减退, 2016年在中国城市占据八席。

其中, 深圳2016年在中国城市面积457.58万平方米, 排名第一; 上海在建面积303.79万平方米, 排名第二; 重庆在建面积238.37万平方米, 排名第三; 成都在建面积215.78万平方米, 排名第四; 武汉在建面积134.46万平方米, 排名第五; 沈阳在建面积114.02万平方米, 排名第八; 北京在建面积105.69万平方米, 排名第九; 天津在建面积102.2万平方米, 排名第十。

中国作为全球第二大消费市场，强大的消费能力是支撑中国建造购物中心最基本的原因。另外，业态多元化的购物中心，越来越受到消费者的青睐，因此近年吸引了大量的资金进入，购物中心也随之越建越多。

纵观全局，一线以及强二线城市的购物中心总体运行良好，但是三四线城市确实存在重复建设，定位不清，经营不良的情况，国家相关部门正在加强对这些城市购物中心的建设引导

4.1.2 国际购物中心行业发展规模4.1.3 国际购物中心主要技术水平4.2 2017年国际购物中心市场总体分析4.2.1 国际购物中心市场特点4.2.2 国际购物中心市场结构4.2.3 国际购物中心市场规模4.3 2017年国际区域购物中心行业研究4.3.1 欧洲4.3.2 美国4.3.3 日韩4.4 2019-2025年国际购物中心行业发展展望4.4.1 国际购物中心行业发展趋势4.4.2 国际购物中心行业规模预测4.4.3 国际购物中心行业发展机会 第五章 2014-2017年中国购物中心行业发展概述5.1 中国购物中心行业发展状况分析5.1.1 中国购物中心行业发展阶段5.1.2 中国购物中心行业发展总体概况5.1.3 中国购物中心行业发展特点分析5.2 2014-2017年购物中心行业发展现状5.2.1 2014-2017年中国购物中心行业发展热点5.2.2 2014-2017年中国购物中心行业发展现状5.2.3 2014-2017年中国购物中心企业发展分析5.3 中国购物中心行业细分市场概况5.3.1 市场细分充分程度5.3.2 细分市场结构分析5.3.3 物业型购物中心5.3.4 百货公司型购物中心5.3.5 连锁型购物中心5.4 中国购物中心行业发展问题及对策建议5.4.1 中国购物中心行业发展制约因素5.4.2 中国购物中心行业存在问题分析5.4.3 中国购物中心行业发展对策建议 第六章 中国购物中心行业运行指标分析及预测6.1 中国购物中心行业企业数量分析6.1.1 2014-2017年中国购物中心行业企业数量情况6.1.2 2014-2017年中国购物中心行业企业竞争结构6.2 2014-2017年中国购物中心行业财务指标总体分析6.2.1 行业盈利能力分析6.2.2 行业偿债能力分析6.2.3 行业营运能力分析6.2.4 行业发展能力分析6.3 中国购物中心行业市场规模分析及预测6.3.1 2014-2017年中国购物中心行业市场规模分析6.3.2 2019-2025年中国购物中心行业市场规模预测6.4 中国购物中心行业市场供需分析及预测6.4.1 中国购物中心行业市场供给分析1、2014-2017年中国购物中心行业供给规模分析2、2019-2025年中国购物中心行业供给规模预测6.4.2 中国购物中心行业市场需求分析1、2014-2017年中国购物中心行业需求规模分析2、2019-2025年中国购物中心行业需求规模预测 第七章 中国互联网+购物中心行业发展现状及前景7.1 互联网给购物中心行业带来的冲击和变革分析7.1.1 互联网时代购物中心行业大环境变化分析7.1.2 互联网给购物中心行业带来的突破机遇分析7.1.3 互联网给购物中心行业带来的挑战分析7.1.4 互联网+购物中心行业融合创新机会分析7.2 中国互联网+购物中心行业市场发展现状分析7.2.1 中国互联网+购物中心行业投资布局分析1、中国互联网+购物中心行业投资切入方式2、中国互联网+购物中心行业投资规模分析3、中国互联网+购物中心行业投资业务布局7.2.2 购物中心行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3 中国互联网+购物中心行业市场规模分析7.2.4 中国互联网+购物中心行业竞争格局分

析1、中国互联网+购物中心行业参与者结构2、中国互联网+购物中心行业竞争者类型3、中国互联网+购物中心行业市场占有率7.3 中国互联网+购物中心行业市场发展前景分析7.3.1 中国互联网+购物中心行业市场增长动力分析7.3.2 中国互联网+购物中心行业市场发展瓶颈剖析7.3.3 中国互联网+购物中心行业市场发展趋势分析 第八章 购物中心影响租金的因素及业态配比与模式分析8.1 影响大型购物商场租金主要因素8.1.1 区位因素8.1.2 品牌因素8.1.3 主力商户因素8.2 购物中心业态总体分析8.2.1 购物中心业态分类8.2.2 购物中心业态销售额结构8.2.3 购物中心业态利润结构8.2.4 购物中心业态创新趋势8.3 购物中心业态配比分析8.3.1 零售业态分析8.3.2 餐饮业业态分析8.3.3 娱乐休闲业态分析8.3.4 服务业态分析 第九章 中国购物中心行业市场竞争格局分析9.1 中国购物中心行业竞争格局分析9.1.1 购物中心行业区域分布格局9.1.2 购物中心行业企业规模格局9.1.3 购物中心行业企业性质格局9.2 中国购物中心行业竞争五力分析9.2.1 购物中心行业上游议价能力9.2.2 购物中心行业下游议价能力9.2.3 购物中心行业新进入者威胁9.2.4 购物中心行业替代产品威胁9.2.5 购物中心行业现有企业竞争9.3 中国购物中心行业竞争SWOT分析9.3.1 购物中心行业优势分析（S）9.3.2 购物中心行业劣势分析（W）9.3.3 购物中心行业机会分析（O）9.3.4 购物中心行业威胁分析（T）9.4 中国购物中心行业投资兼并重组整合分析9.4.1 投资兼并重组现状9.4.2 投资兼并重组案例9.5 中国购物中心行业竞争策略建议分析 第十章 中国购物中心行业领先企业竞争力分析10.1 大连万达商业地产股份有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业发展战略分析10.2 华润置地有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业经营情况分析10.2.3 企业发展战略分析10.3 上海世茂股份有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业发展战略分析10.4 武汉南国置业股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业发展战略分析10.5 文峰大世界连锁发展股份有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业发展战略分析10.6 金融街控股股份有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业发展战略分析10.7 广州富力地产股份有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业经营情况分析10.7.3 企业发展战略分析10.8 银座集团股份有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业经营情况分析10.8.3 企业发展战略分析10.9 中百控股集团股份有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业经营情况分析10.9.3 企业发展战略分析10.10 深圳天虹商场股份有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业经营情况分析10.10.3 企业发展战略分析 第十一章 2019-2025年中国购物中心行业发展趋势与投资机会研究11.1 2019-2025年中国购物中心行业市场发展潜力分析11.1.1 中国购物中心行业市场空间分析11.1.2 中国购物中心行业竞争格局变化11.1.3 中国购物中心行业互联网+前景11.2 2019-2025年中国购物中心行业发展趋势分析11.2.1 中国购物中心行业品牌格局趋势11.2.2 中国购物中心行业渠道分布趋势11.2.3 中国购物中心行业市场趋势分析11.3 2019-2025年中国购物中心行业投资机会与建议11.3.1 中国购物中

心行业投资前景展望11.3.2 中国购物中心行业投资机会分析11.3.3 中国购物中心行业投资建议分析 第十二章 2019-2025年中国购物中心行业投资分析与风险规避12.1 中国购物中心行业关键成功要素分析12.2 中国购物中心行业投资壁垒分析12.3 中国购物中心行业投资风险与规避12.3.1 宏观经济风险与规避12.3.2 行业政策风险与规避12.3.3 上游市场风险与规避12.3.4 市场竞争风险与规避12.3.5 技术风险分析与规避12.3.6 下游需求风险与规避12.4 中国购物中心行业融资渠道与策略12.4.1 购物中心行业融资渠道分析1、银行抵押或信用贷款2、股权融资3、融资租赁4、政府补助5、民间借贷12.4.2 购物中心行业融资策略分析 第十三章 2019-2025年中国购物中心行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外购物中心行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外购物中心行业成长情况调查13.1.2 经营模式借鉴13.1.3 国外投资新趋势动向13.2 中国购物中心行业商业模式探讨13.2.1 行业主要商业模式13.2.2 “统一开发+分割销售+返租经营”模式分析13.2.3 租售结合模式分析13.3 中国购物中心行业投资发展战略规划13.3.1 战略优势分析13.3.2 战略机遇分析13.3.3 战略规划目标13.3.4 战略措施分析13.4 最优投资路径设计13.4.1 投资对象13.4.2 投资模式13.4.3 预期财务状况分析13.4.4 风险资本退出方式 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 图表目录 图表：购物中心行业特点 图表：购物中心行业生命周期 图表：购物中心行业产业链分析 图表：中国GDP增长情况 图表：中国CPI增长情况 图表：中国人口数量及其构成 图表：中国工业增加值及其增长速度 图表：中国城镇居民可支配收入情况 图表：2014-2017年我国商业营业用房完成投资额及同比增速 图表：基于回环度的动线构成规律 图表：购物中心内部动线设计原则 图表：我国不同商业地产开发商对购物中心运营策略的选择略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/C971613NY8.html>