

2018-2024年中国大型购物中心行业市场分析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

《2018-2024年中国大型购物中心行业市场分析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/H4775096TR.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

随着我国市场经济体制不断完善，大型购物中心的建设规模越来越大，发展速度快速越快，对大型购物中心的经营管理提出了更高要求，以满足社会发展需求，推动我国经济不断发展。

目前，大型购物中心具有很大的发展潜力，随着社会不断进步和人们生活水平的快速提高，需要对大型购物中心的发展进行全面规划，才能提高管理能效，从而解决实际运营中存在的各种问题，最终促进大型购物中心不断发展。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国大型购物中心行业市场分析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、行业分析专家，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 大型购物中心相关概述 22

第一节 大型购物中心特征分析 22

一、占地面积大 22

二、公用空间大 22

三、停车场大 22

四、建筑规模大 22

五、货物全 23

第二节 大型购物中心 23

一、Shopping Mall的物业管理服务要求 23

二、Shopping Mall的起源与蔓延 27

第三节 大型购物中心与其他业态的区别 29

一、与传统商业街的比较 29

二、与百货公司及量贩店的比较 31

三、对百货公司、量贩店的影响 32

第二章 2016年世界大型购物中心运行状况分析 34

第一节 2016年世界购物中心发展概述 34

一、世界购物中心的兴起及深层原因 34

二、世界购物中心的演变历程 36

三、世界大型购物中心的典型模式解析 41

第二节 2016年世界各地大型购物中心发展走势 44

一、美国式购物中心（大型摩尔购物中心的起源地） 44

二、以法国为代表的欧洲式购物中心（缩小版的美国式购物中心） 45

三、日本式购物中心（特大百货商厦型购物中心） 45

四、香港、新加坡式购物中心 46

五、以菲律宾、泰国为代表的东南亚式连锁摩尔购物中心 46

第三节 2016年世界各国大型购物中心发展态势 46

一、欧洲：购物中心发展势头迅猛 46

二、美国：组合优化 专业管理 48

三、德国：市区的优势 51

四、英国：选准位置 找准客户 52

五、巴西：购物中心发展前景看好 54

六、新加坡：规划科学节约第一 56

七、奥地利维也纳：公众监督 合理竞争 58

第三章 2016年全球十大购物中心运行浅析 61

第一节 华南购物中心 61

第二节 金源时代购物中心 62

第三节 SM Mall of Asia 62

第四节 西爱德蒙顿购物中心 62

第五节 SM Megamall 63

第六节 柏嘉雅时代广场 64

第七节 北京购物中心 65

第八节 正佳广场 65

第九节 SM City North Edsa 65

第十节 普鲁士国王购物中心 65

第四章 2016年中国购物中心产业运行环境解析 67

第一节 2016年中国宏观经济环境分析 67

一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 67

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 68

三、全国居民收入情况（季度更新） 71

四、恩格尔系数（年度更新） 72

五、工业发展形势（季度更新） 73

六、固定资产投资情况（季度更新） 74

七、货币供应量 77

八、社会消费品零售总额 78

九、对外贸易&进出口 80

十、中国物价涨幅 82

第二节 2016年中国购物中心产业政策环境分析 84

一、购物中心开发的经济背景和政策 84

二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费 87

三、中国起草大型购物中心监管规定 87

四、中国物价调控政策 90

五、相关政策法规 91

1、国内缺统一标准 91

2、商务部发布《纲要》，要控制发展大型购物中心 92

3、商务部将出台规范，新建购物中心将分级严控 92

第三节 2016年中国购物中心产业社会环境分析 93

一、人口环境分析 93

二、教育环境分析 95

三、文化环境分析 95

四、生态环境分析 96

五、中国城镇化率 98

六、居民的各种消费观念和习惯 98

第五章 2016年中国购物中心发展分析 99

第一节 2016年中国购物中心发展概况	99
一、中国购物中心发展的历史阶段剖析	99
二、中国购物中心发展的特点解析	104
三、中国shopping mall发展态势剖析	105
第二节 2016年中国购物中心开发的影响因素	112
一、购物中心与经济发展紧密联系	112
二、消费和生活方式对购物中心的影响	114
三、购物中心开发量与城市化水平的相关性	115
四、中国购物中心区域分布特征	117
第三节 2016年中国区域型购物中心的发展分析	122
一、中国不同类型购物中心的基本概况	122
二、区域型购物中心的定位与特点	123
三、中国区域型购物中心发展潜力广阔	123
四、中国区域型购物中心开发的问题及对策	124
第四节 购物中心消费者心理及行为透析	126
一、消费心理的深入分析	126
二、消费者购买行为分析	131
三、产品制造环节的细节设计	133
四、产品销售环节的细节设计	134
第六章 2016年中国大型购物中心运行新形势分析	138
第一节 我国大型购物中心发展历程	138
一、萌芽阶段	138
二、起步阶段	138
三、发展阶段	139
第二节 2016年中国大型购物中心运行简况	139
一、发展迅速	139
二、实力较强，世界十大购物中心中国占四席	140
三、呈多元化发展格局	142
四、长三角购物中心数量占全国1/4	146
五、外资青睐购物中心	147
第三节 2016年中国大型购物中心发展存在的问题	149

- 一、我国大型购物中心发展速度超越消费能力 149
- 二、大型购物中心存在四大问题倾向 150
- 二、大型购物中心自身发展存在问题 151
- 三、大型购物中心结构性矛盾突出 154
- 四、购物中心发展面临的困境 157

第七章 2016年中国大型购物中心的开发管理探析 159

第一节 大型购物中心开发的主要流程 159

- 一、总体概述 159
- 二、调研与论证 161
- 三、立项与决策 185
- 四、选址与选型 201
- 五、规划与设计 209
- 六、融资与招商 219

第二节 大型购物中心的市场调查要素 228

- 一、调查的范围 228
- 二、调查对象 229
- 三、问卷设计 230
- 四、调查方式 231
- 五、数据处理分析方法 231

第三节 大型购物中心开发的决策基础探析 232

- 一、问题演变的过程 232
- 二、深入剖析大型购物中心开发决策的基础因素 233
- 三、开发商应认真了解消费市场的需求情况 236

第四节 大型购物中心的选址依据 237

- 一、以区位和交通人口状况为依据 237
- 二、以用地经济状况为基准 237
- 三、以用地的物理状况为基准 238

第五节 大型购物中心的规划要点透析 238

- 一、大型购物中心的位置 238
- 二、大型购物中心的规模 239
- 三、大型购物中心的形状 239

- 四、超级市场的位置 240
- 五、停车设备 241
- 六、街廓及道路计划 242
- 七、建筑配置计划 242
- 八、商业空间系统规划 243
- 九、造型、景观设计构想 245
- 第六节 浅析大型购物中心的业态定位 250
 - 一、项目区位 250
 - 二、商圈条件 250
 - 三、项目规模 250
 - 四、市场竞争 251
 - 五、商户沟通 251
 - 六、建筑设计 251
 - 七、业态分布 251
- 第七节 大型购物中心的项目招商分析 252
 - 一、招商流程简述 252
 - 二、项目招商的基础 258
 - 三、招商原则探讨 262
- 第八节 SHOPPING MALL项目开发的可行性探究 264
 - 一、可行性分析的内容 264
 - 二、总体策划设计要点 266
 - 三、营销策划要点 268
 - 四、大型购物中心物业管理 269
- 第九节 2016年中国大型购物中心的开发策略 273
 - 一、开发的基本思路 and 关键控制因素 273
 - 二、定位不应脱离“特色” 274
 - 三、要注重自身价值的创造与提高 275
- 第八章 2016年中国大型购物中心的运营分析 276
 - 第一节 大型购物中心的各种模式盘点 276
 - 一、按开发商背景或经营管理的模式划分 276
 - 二、按商场面积规模分类 278

- 三、按定位档次分类 279
- 四、按选址地点分类 280
- 五、按国际大型购物中心协会的分类 280
- 六、根据业态复合度划分 281
- 第二节 大型购物中心的经营策略探讨 281
 - 一、大型购物中心成功运营的关键要素 281
 - 二、大型购物中心面临的经营难题及应对策略 283
 - 三、大型购物中心需要确立合适的商业业态 287
 - 四、大型购物中心的品牌经营策略分析 289
 - 五、大型购物中心可持续发展的综合方案 290
- 第三节 大型购物中心的管理思路分析 290
 - 一、大型购物中心的管理特性及走势浅析 290
 - 三、大型购物中心的工程管理方案剖析 296
 - 四、大型购物中心的管理建议 297
- 第四节 探索大型购物中心的完整营销推广方案 301
 - 一、创造特色形象和产品展示 301
 - 二、实行顾客导向的满足需求规划 302
 - 三、拟定完整的营销推广策略 306
 - 四、建立一支营销推广的专业团队 310
- 第五节 大型购物中心的价值评估与盈利方法分析 311
 - 一、大型购物中心的价值计算方法 311
 - 二、shopping mall盈利效果不佳的缘由解析 315
 - 三、Shopping mall的盈利模式选择 317
 - 四、Shopping mall的商业利润挖掘 318
- 第六节 中国大型购物中心的新型盈利模式 320
 - 一、小型店中店、租金+流水 320
 - 二、四成零售业+六成餐饮娱乐服务业 321
 - 三、订单商业 322
 - 四、外资零售巨头试水新业态 323
- 第九章 2016年中国大型购物中心竞争状况分析 325
 - 第一节 2016年大型购物中心的发展周期分析 325

一、大型购物中心的经济周期	325
二、大型购物中心的增长性与波动性	327
三、大型购物中心的成熟度	329
第二节 2016年中国大型购物中心竞争格局综述分析	330
一、大型购物中心集中度分析	330
二、大型购物中心的竞争程度	332
三、市场竞争激烈催旺国内主题购物中心	335
第三节 2016年中国大型购物中心企业竞争状况分析	337
一、领导企业的市场力量	337
二、追随企业的竞争力	338
第四节 2016年大型购物中心国际竞争者的影响分析	340
一、外资抢滩中国购物中心市场	340
二、大型购物中心国际进入情况分析	345
三、国内外大型购物中心企业的SWOT比较分析	346
第五节 2016年中国大型购物中心区域竞争态势分析	348
一、华北地区	348
二、华东地区	349
三、华南地区	350
四、西北地区	352
五、东北地区	352
六、华中地区	354
七、西南地区	355
第十章 2016年中国重点区域大型购物中心运行动态分析	357
第一节 北京大型购物中心发展情况	357
一、大型购物中心市场状况	357
二、大型购物中心放量激增，商场透支商圈	360
三、市场展望	361
四、北京开始控制购物中心发展	363
第二节 上海大型购物中心发展情况	363
一、上海大型购物中心发展特点	363
二、品牌匮乏成上海购物中心发展“瓶颈”	365

三、发展趋势 366

第三节 广东大型购物中心发展情况 368

一、发展阶段 368

二、发展的特点 370

三、发展的趋势 371

第十一章 2016年中国重点大型购物中心运营状况同比分析 373

第一节 华南购物中心 373

一、中心概况 373

二、北大资源重组华南Mall 374

三、运营情况 376

(一) 企业偿债能力分析 376

(二) 企业运营能力分析 378

(三) 企业盈利能力分析 381

第二节 金源时代购物中心 382

一、中心概况 382

二、项目定位 383

三、经营情况 384

(一) 企业偿债能力分析 384

(二) 企业运营能力分析 385

(三) 企业盈利能力分析 388

第三节 正佳广场 389

一、发展概况 389

二、经营情况 390

(一) 企业偿债能力分析 390

(二) 企业运营能力分析 392

(三) 企业盈利能力分析 394

三、孕育了三家主题百货公司 395

第四节 华润万象城 396

一、发展概况 396

(一) 企业偿债能力分析 397

(二) 企业运营能力分析 399

(三) 企业盈利能力分析 402

二、经营理念与经营战略 403

三、营销思路 405

四、物业管理体系 408

第十二章 2018-2024年中国大型购物中心发展趋势分析 409

第一节 2018-2024年中国大型购物中心发展趋势分析 409

一、购物中心渐成商业地产主流 409

二、中国购物中心迈向金融与运营并进时代 412

三、从日本香港MALL看我国MALL的发展趋势 415

第二节 2018-2024年中国大型购物中心发展的三大方向分析 417

一、改变单一的封闭式趋筑模式，发展具有开放式建筑格局的购物中心 417

二、改变“重购物”“轻休闲”的模式，发展具有丰富休闲功能的购物中心 417

三、改变贪大求全现象，发展具有特色主题的中小型购物中心 418

第三节 2018-2024年中国大型购物中心市场供需状况预测分析 418

第十三章 2018-2024年中国大型购物中心发展趋势及投资建议 420

第一节 2018-2024年中国大型购物中心发展的趋势 420

一、产业发展与经济和社会发展紧密相连 420

二、融合、变异实现大型购物中心的创新 421

三、购物中心逐渐朝小型化发展 421

四、泛购物中心成发展趋势 424

五、区域型购物中心或成主流 424

第二节 2018-2024年中国大型购物中心投融资情况分析 425

一、大型购物中心的投资特点 425

二、大型购物中心的融资 428

三、大型购物中心贷款偿还的方式 429

第三节 2018-2024年中国大型购物中心投资建议 430

一、大型购物中心的前期规划设计 430

二、量身打造大型购物中心 433

三、人力资源战略 437

四、大型购物中心的公共关系 438

图表目录：

图表 1 购物中心的分类 34

图表 2 欧洲购物中心分布 47

图表 3 欧洲各国购物中心人均面积 48

图表 4 2012-2016年国内生产总值季度累计同比增长率(%) 67

图表 5 2016年居民消费价格主要数据 68

图表 6 2012-2016年居民消费价格指数(上年同月=100) 70

图表 7 2012-2016年工业增加值月度同比增长率(%) 73

图表 8 2012-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 74

图表 9 2012-2016年货币供应量月度同比增长率(%) 77

图表 10 2012-2016年社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 78

图表 11 2012-2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 80

图表 12 2012-2016年工业品出厂价格指数(上年同月=100) 82

图表 13 中国购物中心发展历史阶段 99

图表 14 中国购物中心分布示意图 117

图表 15 “三大”经济圈购物中心数量比例图 118

图表 16 中国购物中心城市分布数量图 119

图表 17 “三大”经济圈所辖城市购物中心普及度 121

图表 18 购物中心开发流程 152

图表 19 大型购物中心开发流程 159

图表 20 前期市场调研 161

图表 21 购物中心项目开发外部因素构成 161

图表 22 购物中心项目开发外部市场环境调研 162

图表 23 生活结构调查 162

图表 24 城市结构调查 164

图表 25 零售业结构调查 165

图表 26 消费者的调查 165

图表 27 竞争对手的调查 166

图表 28 商圈的构成 179

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/H4775096TR.html>