

2017-2022年中国购物中心 行业前景研究与未来发展趋势报告

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

《2017-2022年中国购物中心行业前景研究与未来发展趋势报告》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/pifalingshou/J68941JVPN.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

购物中心是指一群建筑，是组合在一起的商业设施，按商圈确定其位置、规模，将多种店铺作为一个整体来计划、开发和经营，并且拥有一定规模的停车场。

近年来，购物中心建设行业在我国方兴未艾，项目兴建如火如荼。但是在购物中心高速发展过程中也存在很多问题，如：购物中心的盈利模式、管理模式、定位、发展速度过快、重复建设等等问题，有些问题已经成为制约产业发展的关键因素。

随着智能购物的时代日趋渐进，不同类型的人才越来越同时出现在一个企业甚至是部门，跨界的结合、不同专业的碰撞日趋频繁，这些碰撞产生的智慧和思想产生的合力，必将对购物中心的发展模式产生重要的影响。

尤其是在未来的物联网时代，通过购物中心的平台和物联网互联网等技术手段，不但可以把产品的功能特点等无限放大，实现对新品内部和外部的最佳结合，使得一城一世界完全成为可能，更重要的是，购物中心这个多年来冰冷的钢筋水泥建筑，在多元文化、不同智慧、各种人群的共同推进下，将从内到外发生质的飞越，一直以来被诟病千篇一律的购物中心将逐渐被替换，不同风格不同韵味的购物中心将遍布城市的各个角落。

科技创新永无止境，人们的需求也在不断变化。而购物中心的前途和命运，就看是否能通过各种手段捕获消费者的心。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国购物中心行业前景研究与未来发展趋势报告》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1章：购物中心行业发展环境分析

1.1 购物中心建设现状分析

1.1.1 商业营业用房投资现状

1.1.2 购物中心投资现状分析

- 1.1.3 购物中心建设现状分析
- 1.2 购物中心的分布分析
 - 1.2.1 购物中心的面积分布分析
 - (1) 购物中心面积总体分布
 - (2) 华东区购物中心面积分布
 - (3) 华南区购物中心面积分布
 - (4) 华中区购物中心面积分布
 - (5) 华北区购物中心面积分布
 - (6) 西南区购物中心面积分布
 - 1.2.2 购物中心的数量分布分析
 - (1) 购物中心总数
 - (2) 新开业大中型购物中心数
 - 1.2.3 购物中心的分布趋势分析
- 1.3 购物中心的运营现状
 - 1.3.1 购物中心人均面积和租金走势分析
 - 1.3.2 体验式消费业态增速高于居民消费性支出增速
 - 1.3.3 国内典型城市购物中心开发情况
 - (1) 一线城市购物中心开发情况
 - (2) 二线城市购物中心开发情况
 - (3) 三线城市购物中心开发情况
 - 1.3.4 购物中心发展趋势

第2章：购物中心行业业态分布与规划设计分析

- 2.1 购物中心的业态分析
 - 2.1.1 购物中心的业态构成分析
 - (1) 购物中心的业态构成
 - (2) 购物中心的业态构成特点
 - 2.1.2 购物中心主/次力店分析
 - (1) 主力店及次主力店的作用
 - (2) 主力店及次主力店规模分析
 - (3) 不同类型购物中心的主力店类型
 - 2.1.3 购物中心零售业态分析

- 2.1.4 购物中心餐饮业态分析
- 2.1.5 购物中心娱乐休闲业态分析
- 2.1.6 购物中心的品牌分析
- 2.1.7 购物中心的业态布局分析
- 2.2 购物中心的业态组合
 - 2.2.1 业态规划的基本原则
 - 2.2.2 业态组合的比例控制
 - 2.2.3 提高娱乐休闲业态的比例
 - 2.2.4 各种业态间的客流联系
- 2.3 购物中心的次/主力店规划
 - 2.3.1 租户在购物中心的功能角色划分
 - 2.3.2 核心租户（主力店）的定义与特征
 - 2.3.3 主力店和次主力店的标准
 - 2.3.4 次/主力店的选择
 - 2.3.5 购物中心主力店和次主力店格局变化
- 2.4 购物中心的定位
 - 2.4.1 目标市场定位
 - 2.4.2 主题特色定位
 - 2.4.3 商业功能定位
 - 2.4.4 商业规模定位
 - 2.4.5 运营模式定位
 - 2.4.6 商业形象定位
- 2.5 购物中心的布局分析
 - 2.5.1 空间布局分布
 - 2.5.2 业态布局分析
- 2.6 购物中心的动线设计分析
 - 2.6.1 水平动线设计分析
 - （1）水平动线设计
 - （2）水平动线设计应用及评价
 - 2.6.2 垂直动线设计分析
 - 2.6.3 购物中心动线设计原则

第3章：购物中心行业经营模式与运营策略分析

3.1 购物中心经营模式分析

3.1.1 纯销售模式分析

3.1.2 租售并举模式分析

3.1.3 纯物业经营模式分析

3.1.4 连锁摩尔模式分析

3.2 购物中心租赁模式分析

3.2.1 购物中心租赁模式分析

(1) 收取固定租金模式

(2) 流水倒扣模式

(3) 保底加流水倒扣模式

3.2.2 购物中心租赁模式现状

3.3 购物中心管理模式分析

3.3.1 购物中心管理模式分析

(1) 自营管理模式分析

(2) 委托管理模式分析

(3) 顾问管理模式分析

3.3.2 购物中心管理模式现状

(1) 购物中心管理“四个统一”

(2) 购物中心管理十个原则

(3) 购物中心管理现状分析

3.4 购物中心营销方式分析

3.4.1 文化营销

3.4.2 主题活动营销

3.4.3 节日营销

3.4.4 明星营销

3.4.5 销售促进

3.4.6 购物中心营销的趋势

第4章：购物中心行业不同区域市场投资机会分析

4.1 线城市购物中心投资机会分析

4.1.1 北京购物中心的投资机会分析

(1) 北京购物中心投资环境分析

- 1) 北京经济运行状况分析
- 2) 北京零售业发展状况分析
- 3) 北京的主要商圈分析
- 4) 北京市商业网点布局规划解读

(2) 北京购物中心投资建设分析

- 1) 北京商业营业用房投资分析
- 2) 北京购物中心投资现状分析
- 3) 北京购物中心建设规模分析
- 4) 北京购物中心发展阶段分析
- 5) 北京购物中心发展特点分析

(3) 北京购物中心投资机会分析

4.1.2 上海购物中心的投资机会分析

(1) 上海购物中心投资环境分析

- 1) 上海经济运行状况分析
- 2) 上海零售业发展状况分析
- 3) 上海的主要商圈分析
- 4) 上海市商业网点布局规划解读

(2) 上海市购物中心投资建设分析

- 1) 上海商业营业用房投资分析
- 2) 上海购物中心投资现状分析
- 3) 上海购物中心建设规模分析

(3) 上海购物中心投资机会分析

4.1.3 深圳购物中心的投资机会分析

(1) 深圳购物中心投资环境分析

- 1) 深圳经济运行状况分析
- 2) 深圳零售业发展状况分析
- 3) 深圳的主要商圈分析

(2) 深圳购物中心投资建设分析

- 1) 深圳商业营业用房投资分析
- 2) 深圳购物中心建设规模分析
- 3) 深圳购物中心发展特点分析

(3) 深圳购物中心运营现状

- 1) 出租率
- 2) 营业额
- 3) 业态变化

(4) 深圳购物中心投资机会分析

4.1.4 广州购物中心的投资机会分析

(1) 广州购物中心投资环境分析

- 1) 广州经济运行状况分析
- 2) 广州零售业发展状况分析
- 3) 广州的主要商圈分析

(2) 广州购物中心投资建设分析

- 1) 广州商业营业用房投资分析
- 2) 广州购物中心建设规模分析
- 3) 广州购物中心发展特点分析

(3) 广州购物中心投资机会分析

4.2 线城市购物中心投资机会分析

4.2.1 武汉购物中心的投资机会分析

(1) 武汉购物中心投资环境分析

- 1) 武汉经济运行状况分析
- 2) 武汉零售业发展状况分析
- 3) 武汉的主要商圈分析

(2) 武汉购物中心投资建设分析

- 1) 武汉商业营业用房投资分析
- 2) 武汉购物中心建设规模分析
- 3) 武汉购物中心发展特点分析

(3) 武汉购物中心投资机会分析

4.2.2 重庆购物中心的投资机会分析

(1) 重庆购物中心投资环境分析

- 1) 重庆经济运行状况分析
- 2) 重庆零售业发展状况分析
- 3) 重庆的主要商圈分析
- 4) 重庆商业网点布局规划解读

(2) 重庆购物中心投资建设分析

- 1) 重庆商业营业用房投资分析
- 2) 重庆购物中心建设规模分析
- 3) 重庆购物中心发展特点分析

(3) 重庆购物中心投资机会分析

4.2.3 成都购物中心的投资机会分析

(1) 成都购物中心投资环境分析

- 1) 成都经济运行状况分析
- 2) 成都零售业发展状况分析
- 3) 成都的主要商圈分析
- 4) 成都商业网点布局规划解读

(2) 成都购物中心投资建设分析

- 1) 成都商业营业用房投资分析
- 2) 成都购物中心建设规模分析
- 3) 成都购物中心发展特点分析

(3) 成都购物中心投资机会分析

4.3 线城市购物中心的投资机会分析

- 4.3.1 线城市购物中心开发主力
- 4.3.2 线城市购物中心开发SWOT分析
- 4.3.3 线城市购物中心投资机会

第5章：购物中心行业标杆投资/运营企业分析

5.1 购物中心投资/运营开发商分析

5.1.1 大连万达商业地产股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.1.2 华润置地有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.1.3 上海世茂股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.1.4 武汉南国置业股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.1.5 金融街控股股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.1.6 广州富力地产股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.2 购物中心投资/运营零售商分析

5.2.1 银座集团股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.2.2 文峰大世界连锁发展股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.2.3 中百控股集团股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.2.4 茂业商业股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.2.5 深圳天虹商场股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

5.2.6 王府井集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
- (3) 企业购物中心开发的优劣势分析

第6章：购物中心行业发展趋势与前景分析

6.1 购物中心行业发展前景预测

6.1.1 购物中心行业存在的问题

6.1.2 购物中心行业发展的对策

6.1.3 购物中心行业的发展前景

6.2 购物中心行业发展趋势预判

6.2.1 购物中心未来发展整体趋势

- (1) “智慧化”将成购物中心标配
- (2) 购物中心模式重构运营商将成主导
- (3) 转型艰难，百货店化或是发展方向

6.2.2 按位置分不同类型购物中心发展趋势

- (1) 都市型购物中心发展趋势分析
- (2) 区域型购物中心发展趋势分析
- (3) 社区型购物中心发展趋势分析
- (4) 郊区型购物中心发展趋势分析

6.2.3 购物中心行业经营发展趋势

- (1) 经营主题化、差异化
- (2) 营运百货店化、精细化

第7章 电商行业发展分析

7.1 电子商务发展分析

7.1.1 电子商务定义及发展模式分析

7.1.2 中国电子商务行业政策现状

7.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

7.2 “互联网+”的相关概述

7.2.1 “互联网+”的提出

7.2.2 “互联网+”的内涵

7.2.3 “互联网+”的发展

7.2.4 “互联网+”的评价

7.2.5 “互联网+”的趋势

7.3 电商市场现状及建设情况

7.3.1 电商总体开展情况

7.3.2 电商案例分析

7.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

7.4 电商行业未来前景及趋势预测

7.4.1 电商市场规模预测分析

7.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：2009-2016年我国商业营业用房完成投资额及同比增速（单位：亿元，%）

图表2：2009-2015年我国购物中心投资金额及其在商业营业用房投资中的比例（单位：亿元，%）

图表3：2015-2016年我国购物中心开工面积分布（单位：万平方米，%）

图表4：2015-2016年我国购物中心开业面积分布（单位：万平方米，%）

图表5：2015年华东区城市购物中心开工和开业总面积TOP15（单位：万平方米）

图表6：2015-2016年华东区城市购物中心开工面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表7：2015-2016年华东区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表8：2015年华南区城市购物中心开工和开业总面积TOP15（单位：万平方米）

图表9：2015-2016年华南区城市购物中心开工面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表10：2015-2016年华南区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表11：2015年华中区城市购物中心开工和开业总面积TOP15（单位：万平方米）

图表12：2015-2016年华中区城市购物中心开工面积（单位：万平方米，%）

图表13：2015-2016年华中区重点城市购物中心开业面积（单位：万平方米，%）

图表14：2015年华北区城市购物中心开工和开业总面积TOP15（单位：万平方米）

图表15：2015-2016年华北区城市购物中心开工面积（单位：万平方米，%）

图表16：2015-2016年华北区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表17：2015年西南区城市购物中心开工和开业总面积（单位：万平方米）

图表18：2015-2016年西南区城市购物中心开工面积（单位：万平方米，%）

图表19：2015-2016年西南区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表20：2011-2015年中国已开业购物中心数量（单位：家）

图表21：2015年中国购物中心城市分布数量图（单位：家）

图表22：2015年国内城市购物中心开业数量TOP20（单位：个）

图表23：2015年全国新开业大中型购物中心情况（单位：家）

图表24：2015年各大地产商新开业大中型购物中心数量（单位：个）

图表25：2015年各城市新开业大中型购物中心数量（单位：个）

图表26：2015年各省份新开业大中型购物中心数量（单位：个）

图表27：开发商未来兴建购物中心的主要目标地分布（单位：%）

图表28：中国不同等级城市购物中心人均面积（单位：平方米/人）

图表29：2008年以来购物中心租金走势图（单位：元/平方米/天）

图表30：2007-2015年体验式消费业态与居民消费性支出增速情况（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/J68941JVPN.html>