

2014-2019年中国奥特莱斯 行业前景研究与产业竞争格局报告

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

《2014-2019年中国奥特莱斯行业前景研究与产业竞争格局报告》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/U72719T6SG.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

第一章 奥特莱斯开发与运营发展综述 15

第一节 奥特莱斯的定义与起源 15

- 一、奥特莱斯的概念 15
- 二、历史起源与发展阶段 15
- 三、奥特莱斯的特点分析 16

第二节 奥特莱斯的发展意义 18

- 一、奥特莱斯的社会价值 18
- 二、奥特莱斯的投资者价值 18
- 三、奥特莱斯的品牌商价值 18
- 四、奥特莱斯的消费者价值 18

第三节 奥特莱斯与其他业态相比 19

- 一、奥特莱斯与购物中心 19
- 二、奥特莱斯与城市综合体 19

第四节 奥特莱斯现状及主要问题 20

- 一、奥特莱斯产生的外因分析 20
 - (1) 经济增长酝酿发展空间 20
 - (2) 居民品牌意识增强带来需求 20
 - (3) 不景气百货转型奥特莱斯 21
- 二、奥特莱斯生命周期分析 21
- 三、奥特莱斯发展现状分析 24
 - (1) 奥特莱斯发展规模分析 24
 - (2) 奥特莱斯盈利能力分析 25
 - (3) 奥特莱斯供货困境 31
 - (4) 奥特莱斯竞争现状分析 36
 - (5) 奥特莱斯SWOT分析 38
- 四、奥特莱斯面临的问题与瓶颈 41
 - (1) 奥特莱斯主要面临的问题 41
 - 1) 奥特莱斯面临的规模、品牌问题 41
 - 2) 奥特莱斯面临的渠道管理问题 41
 - 3) 奥特莱斯面临的营销水平问题 42

- 4) 奥特莱斯面临的选址和环境布置问题 42
- 5) 奥特莱斯面临的价格竞争问题 43
- (2) 奥特莱斯主要发展瓶颈分析 43

第二章 2013年中国奥特莱斯开发与运营环境分析 49

第一节 经济环境分析 49

- 一、GDP增长轨迹分析 49
- 二、金融机构贷款投向 72
- 三、贸易发展规模分析 73
- 四、外资利用现状分析 73

第二节 消费环境分析 74

- 一、居民消费结构分析 74
- 二、居民消费能力分析 77
 - (1) 人均GDP增长分析 77
 - (2) 城乡居民收入分析 78
 - (3) 城乡居民储蓄率分析 79

三、居民消费倾向分析 80

四、居民消费信心分析 80

第三节 商业环境分析 85

- 一、零售行业发展规模 85
- 二、零售行业盈利分析 87
- 三、零售行业运营分析 88
- 四、零售行业偿债分析 89

第四节 奢侈品市场消费趋势 91

一、我国奢侈品市场现状 91

- (1) 我国奢侈品消费规模 91
- (2) 中国奢侈品消费新增市场 93

二、奢侈品消费趋势分析 97

- (1) 境内消费持续增加趋势 97
- (2) 二、三线城市作为新消费市场趋势 97
- (3) 消费者全面的差异化服务体验趋势 97

- (4) 网络消费升温趋势 98
- (5) 品牌建设增加和本地元素趋势 98
- (6) 奢侈品礼品消费增加和多元化趋势 98
- 三、奢侈品消费带来的投资机会 98
- 第五节 2013年我国大中城市房屋市场销售价格指数 99
- 第六节 2013年1-12月全国房地产市场运行情况 123

第三章 2013年国际奥特莱斯开发与运营分析 141

第一节 国际奥特莱斯开发与建设分析 141

- 一、国外奥特莱斯的历史演进 141
- 二、国外奥特莱斯的发展特点 142
- 三、国外奥特莱斯的经验与趋势 143
- 四、全球四大奥特莱斯区域分析 146
 - (1) 欧洲奥特莱斯区域分析 146
 - (2) 美洲奥特莱斯区域分析 147
 - (3) 大洋洲奥特莱斯区域分析 148
 - (4) 亚洲奥特莱斯区域分析 148

第二节 美国奥特莱斯开发与建设分析 149

- 一、奥特莱斯主要发展特点 149
 - (1) 主要的建设形式 149
 - (2) 奥特莱斯经营方式分析 149
 - (3) 地理分布特征分析 149
 - (4) 集团垄断特征分析 149
- 二、奥特莱斯发展现状分析 150
 - (1) 奥特莱斯现状与规模分析 150
 - (2) 奥特莱斯的发展趋势分析 150

3. 主要经典项目分析 151

第三节 欧洲奥特莱斯开发与建设分析 151

- 一、奥特莱斯主要发展特点 151
- 二、奥特莱斯发展现状分析 151
 - (1) 奥特莱斯现状与规模分析 151

(2) 奥特莱斯的发展趋势分析 152

三、主要经典项目分析 152

第四节 日本奥特莱斯开发与建设分析 153

一、奥特莱斯主要发展特点 153

二、奥特莱斯发展现状分析 153

三、主要经典项目分析 154

第五节 韩国奥特莱斯开发与建设分析 156

第四章 2013年中国奥特莱斯投资建设与运营分析 158

第一节 奥特莱斯的投融资分析 158

一、奥特莱斯的投资风险分析 158

二、奥特莱斯的投资规模分析 159

三、奥特莱斯的盈利模式分析 159

四、奥特莱斯的融资模式分析 160

第二节 奥特莱斯投资可行性分析 160

一、奥特莱斯的选址条件分析 160

二、奥特莱斯的建设规模分析 165

三、奥特莱斯的项目效益分析 168

第三节 奥特莱斯投资规划分析 170

一、奥特莱斯规划设计分析 170

二、奥特莱斯项目招商分析 173

三、奥特莱斯产业配套分析 176

第四节 奥特莱斯经营模式分析 176

一、联营模式分析 177

二、租赁模式分析 177

三、自营模式分析 177

四、托管模式分析 177

第五节 奥特莱斯运营模式分析 178

一、奥特莱斯的经营管理分析 178

二、奥特莱斯的采购组织分析 178

三、奥特莱斯的商品计划分析 179

- 四、奥特莱斯的谈判购买分析 181
- 五、奥特莱斯的利润评估分析 181
- 第六节 奥特莱斯营销模式分析 182
 - 一、奥特莱斯目标消费者的需求分析 182
 - 二、奥特莱斯竞争分析 182
 - 三、国内奥特莱斯营销策略分析与建议 183
 - (1) 要有鲜明的市场定位 183
 - (2) 进行本土化的创新经营 183
 - (3) 加强现代化的渠道管理 183
 - (4) 重视优质的服务与环境 184
 - (5) 如何实施多样化的促销 184
 - 四、新营销理念的导入将增加新价值 184

第五章 线上 (Online) 奥特莱斯分析 189

- 第一节 线上 (Online) 奥特莱斯发展概况 189
- 第二节 现有线上 (Online) 奥特莱斯模式 191
 - 一、“第五大道网站”经营分析 191
 - 二、“奥特莱斯在线”经营分析 191
 - 三、淘宝网的奥特莱斯模式经营分析 191
- 第三节 线上 (Online) 奥特莱斯模式攻略 192
 - 一、外部用户资源的挖掘与分析 192
 - 二、用户需求的快速、精准匹配 193
 - 三、支付方式的随心所欲与便捷 193
 - 四、物流配送速度的提升与高效 193
 - 五、仓储管理的流程与优化分析 198

第六章 2014-2019年国内奥特莱斯区域市场投资机会分析 200

- 第一节 环渤海经济区 200
 - 一、地理位置及历史起源 200
 - 二、区域经济现状分析 201

三、土地供需现状分析 201

四、重点省市奥特莱斯分析 204

(1) 北京市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析 204

1) 北京市奥特莱斯市场政策与规划 204

2) 北京市奥特莱斯市场的需求潜力 205

3) 北京市奥特莱斯市场的业态布局 205

4) 北京市奥特莱斯市场的位置分布 205

5) 北京市奥特莱斯市场的竞争格局 206

6) 北京市奥特莱斯市场的经营效益 206

7) 北京市重点城市的奥莱投资建议 207

(2) 天津市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析 207

1) 天津市奥特莱斯市场政策与规划 207

2) 天津市奥特莱斯市场的需求潜力 208

3) 天津市奥特莱斯市场的业态布局 208

4) 天津市奥特莱斯市场的位置分布 209

5) 天津市奥特莱斯市场的竞争格局 209

6) 天津市奥特莱斯市场的经营效益 209

7) 天津市重点城市的奥莱投资建议 210

(3) 青岛市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析 210

第二节 长三角经济区 212

一、地理位置及历史起源 212

二、经济区域现状分析 215

三、土地供需现状分析 215

四、商业市场发展分析 215

五、重点省市奥特莱斯分析 216

(1) 上海市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析 216

1) 上海市奥特莱斯市场政策与规划 216

2) 上海市奥特莱斯市场的需求潜力 216

3) 上海市奥特莱斯市场的业态布局 216

4) 上海市奥特莱斯市场的位置分布 217

5) 上海市奥特莱斯市场的竞争格局 218

6) 上海市奥特莱斯市场的经营效益 218

7) 上海市重点城市的奥莱投资建议	218
(2) 浙江省奥特莱斯市场调研与投资可行性分析	218
1) 浙江省奥特莱斯市场政策与规划	218
2) 浙江省奥特莱斯市场的需求潜力	219
3) 浙江省奥特莱斯市场的业态布局	219
4) 浙江省奥特莱斯市场的位置分布	219
5) 浙江省奥特莱斯市场的竞争格局	220
6) 浙江省奥特莱斯市场的经营效益	220
7) 浙江省重点城市的奥莱投资建议	220
(3) 江苏省奥特莱斯市场调研与投资可行性分析	221
1) 江苏省奥特莱斯市场政策与规划	221
2) 江苏省奥特莱斯市场的需求潜力	221
3) 江苏省奥特莱斯市场的业态布局	222
4) 江苏省奥特莱斯市场的位置分布	222
5) 江苏省奥特莱斯市场的竞争格局	223
6) 江苏省奥特莱斯市场的经营效益	224
7) 江苏省重点城市的奥莱投资建议	225
第三节 珠三角经济区	225
一、地理位置及历史起源	225
二、经济区域现状分析	225
三、土地供需现状分析	226
四、商业市场发展分析	227
第四节 成渝经济区	229

第七章 2013年奥特莱斯开发与运营标杆企业分析 231

第一节 美国Tanger奥特莱斯集团经营分析 231

- 一、企业主要概况 231
- 二、企业经典项目分析 231
- 三、企业在华投资分析 232
- 四、企业最新发展动向 233

第二节 美国西蒙地产集团经营分析 233

第三节 奥特莱斯（中国）有限公司经营分析	236
一、企业组织架构分析	236
二、企业项目情况分析	237
三、企业产品品牌分析	238
四、企业发展战略分析	239
五、企业经营优劣势分析	239
六、企业最新发展动向	240
第五节 首创奥特莱斯（昆山）商业开发有限公司经营分析	241
第六节 砂之船（上海）控股有限公司经营分析	241
第七节 北京斯普瑞斯奥特莱斯商城有限公司经营分析	242
第八节 长春欧亚集团股份有限公司经营分析	242
第九节 广西泰竹集团/桂林佳信置业有限责任公司经营分析	243
第十节 四川华茂恒业投资集团经营分析	244
第十一节 西安华南城控股有限公司经营分析	244
第十二节 中城集团经营分析	246
第十三节 青岛四季春天广场有限公司经营分析	246
第十四节 武汉世纪长青有限公司经营分析	247
第十五节 安徽省沪兴物流园有限公司经营分析	248
第十六节 河南裕鸿置业有限公司经营分析	248
第十七节 滁州仪邦置业有限公司经营分析	249
第十八节 首创奥特莱斯（昆山）商业开发有限公司经营分析	249
第十九节 柳州正菱集团有限公司经营分析	250
第二十节 江苏润生置业有限公司经营分析	250
第二十一节 广西北部湾投资集团有限公司经营分析	251
第二十二节 香港新徽商投资发展集团有限公司经营分析	251
第二十三节 四川省新鹏房地产开发有限责任公司经营分析	252
第二十四节 台州黄岩奥特莱斯购物中心有限公司经营分析	252
第二十五节 九江联盛集团经营分析	252
第二十六节 王府井集团经营分析	253
第二十七节 辽宁兴隆大家庭商业集团经营分析	254
第二十八节 徐州金时利房地产开发有限公司经营分析	255

第八章 2014-2019年中国奥特莱斯开发与运营趋势与前景 256

第一节 中国奥特莱斯发展趋势 256

- 一、奥特莱斯连锁发展是大势所趋 256
- 二、奥特莱斯功能性配套必不可少 256
- 三、各品牌商将建立奥特莱斯店标准 256
- 四、奥特莱斯的市场份额将逐步扩大 257
- 五、奥特莱斯商场将不断提升购物环境 258
- 六、奥莱将带动郊区以及城区旧有商业地产的发展 258

第二节 中国奥特莱斯前景展望 258

- 一、奥特莱斯的本土化展望 258
 - (1) 经营主体的选择 259
 - (2) 选址与规模分析 259
- 二、中国奥特莱斯前景展望 260
- 三、中国奥特莱斯发展建议 261

图表目录

- 图表 1 我国奥特莱斯开发行业所处生命周期示意图 21
- 图表 2 行业生命周期、战略及其特征 23
- 图表 3 2013年GDP初步核算数据 49
- 图表 4 GDP环比增长速度 50
- 图表 5 2003年 季度—2013年 季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 51
- 图表 6 2013年9月居民消费价格主要数据 55
- 图表 7 2012-2013年9月工业生产者出厂价格涨跌幅 59
- 图表 8 工业生产者购进价格涨跌幅 59
- 图表 9 生产资料出厂价格涨跌幅 60
- 图表 10 生活资料出厂价格涨跌幅 61
- 图表 11 2006-2012年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 63
- 图表 12 2006-2012年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 63
- 图表13 1978-2012中国城乡 居民恩格尔系数对比表 66
- 图表 14 2003年9月-2014年3月工业增加值月度同比增长率(%) 68
- 图表 15 2003年1-9月-2014年3月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 70

- 图表 16 各国消费者信心指数 81
- 图表 17 中国限额以上企业商品零售总额及增长率 86
- 图表 18 全国百家大型零售企业零售额同比增长 (%) 87
- 图表 19 不同消费者群体特征 96
- 图表 20 2013年3月份70个大中城市住宅销售价格指数 99
- 图表 21 2013年3月份70个大中城市住宅销售价格指数 (续) 102
- 图表 22 2013年6月份70个大中城市住宅销售价格指数 105
- 图表 23 2013年6月份70个大中城市住宅销售价格指数 (续) 108
- 图表 24 2013年9月份70个大中城市住宅销售价格指数 111
- 图表 25 2013年9月份70个大中城市住宅销售价格指数 (续) 114
- 图表 26 2013年12月份70个大中城市住宅销售价格指数 117
- 图表 27 2013年12月份70个大中城市住宅销售价格指数 (续) 120
- 图表 28 2012年11月-2014年3月累计全国房地产开发投资及同比增长率变动趋势 123
- 图表 29 2012年11月-2014年3月累计不同用途房地产开发投资完成额构成情况 125
- 图表 30 2011年6月-2014年3月累计不同用途房地产开发投资增长率变动趋势 125
- 图表 31 2012年11月-2014年3月累计不同地区房地产投资额完成情况 126
- 图表 32 2011年2月-2014年3月累计东、中、西部地区房地产投资增长率变动趋势 127
- 图表 33 2012年11月-2014年3月累计全国房地产土地购置与待开发面积及同比增长率变动趋势
127
- 图表 34 2012年11月-2014年3月累计全国商品房、商品住宅施工面积及同比增长率变动趋势
128
- 图表 35 2012年11月-2014年3月累计全国商品房、商品住宅竣工面积及同比增长率变动趋势
129
- 图表 36 2012年11月-2014年3月累计全国商品房、商品住宅销售面积及同比增长率变动趋势
130
- 图表 37 2012年11月-2014年3月累计全国商品房、商品住宅销售额及同比增长率变动趋势 131
- 图表 38 2012年11月-2014年3月累计全国房地产开发企业资金来源构成情况 132
- 图表 39 2011年2月-2014年3月累计全国房地产开发企业资金来源构成增长率变动趋势 132
- 图表 40 2009年8月-2014年3月“国房景气指数”变动趋势 133
- 图表 41 2013年12月份70个大中城市住宅销售价格指数 134
- 图表 42 2013年12月份70个大中城市住宅销售价格指数 (续) 137
- 图表 43 美国排名前五的Outlets (2005年数据) 151

- 图表 44 日本御殿场Gotemba premium outlet center 155
- 图表 45 美国西蒙地产集团负债能力分析 233
- 图表 46 美国西蒙地产集团综合损益分析 234
- 图表 47 美国西蒙地产集团现金流量分析 235
- 图表 48 奥特莱斯（中国）有限公司组织架构分析 236
- 图表 49 奥特莱斯技术应用注意事项分析 262
- 图表 50 奥特莱斯产业链投资示意图 265
- 图表 51 奥特莱斯新产品开发应注意的问题 266
- 图表 52 奥特莱斯销售注意事项 267

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/U72719T6SG.html>