

2017-2022年中国购物商场 行业全景调研及市场全景评估报告

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年中国购物商场行业全景调研及市场全景评估报告》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/X05043ODY5.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

购物商城分为两类：一类是我们非常熟悉的例如百货商场等现实生活中的实体商城；

另一类就是网上购物商城。网上购物商城是指依托互联网技术把线下实体商品和网上虚拟产品移到网络购物平台上，并能在平台上实现下单、支付、物流配送等一条龙服务。

现实生活中的商城：

优点：可以直接看到要购买的商品，可以亲身体验一下，可以对身心锻炼，可以作为生活的方式。

缺点：购物受地域的限制，可选种类少。容易受到环境的影响，区域限制。

在虚拟的网络的一个购物平台：

优点：信息量大，购物不受地域限制、省时、方便，不宜受到环境的影响，方便省钱。

缺点：消费者对商品的了解比较少，主要通过视觉感觉，因而购买者对商品没有真实的体验。

Online To Offline，线下商务的机会与互联网结合在一起的购物平台：

优点：通过网购导购机，把互联网与地面店完美对接，实现互联网落地。让消费者在享受线上优惠价格的同时，又可享受线下贴身的服务。同时，O2O模式还可实现不同商家的联盟。

缺点：在线支付、线下体验，很容易造成“付款前是上帝，付款后什么都不是”的窘境。比如定制类实体商品与消费者预定不符，一旦质量低于预期，甚至极为低劣，消费者会处于非常被动的境地。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国购物商场行业全景调研及市场全景评估报告》共八章。首先介绍了购物商场相关概念及发展环境，接着分析了中国购物商场规模及消费需求，然后对中国购物商场市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国购物商场面临的机遇及发展前景。您若想对中国购物商场有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：购物商场产业发展综述 24

- 1.1 购物商场的定义及分类 24
 - 1.1.1 购物商场的定义 24
 - 1.1.2 购物商场的分类 24
- 1.2 购物商场的产业本质 26
 - 1.2.1 购物商场的特点 26
 - 1.2.2 购物商场与百货商场的比较分析 26
 - 1.2.3 购物商场与传统商业街的比较分析 32
- 1.3 购物商场发展的推动因素 33
 - 1.3.1 商业地产投资推动购物商场发展 33
 - 1.3.2 地方政府的投资冲动推动购物商场发展 39
 - 1.3.3 城市扩容及城市化进程加快推动购物商场发展 41

第2章：购物商场产业链分析 45

- 2.1 购物商场产业链上游行业发展状况分析 45
 - 2.1.1 土地市场运营分析 45
 - (1) 全国土地市场购置情况 45
 - (2) 全国土地市场价格分析 46
 - 2.1.2 房地产行业运营分析 47
 - (1) 全国房地产开发景气指数 47
 - (2) 全国房地产投资情况 50
 - (3) 全国房地产供应情况 52
 - (4) 全国房地产市场销售情况 52
- 2.2 购物商场下游行业发展状况分析 54
 - 2.2.1 中国零售行业发展状况分析 54
 - (1) 行业发展规模分析 54
 - (2) 行业盈利情况分析 56
 - (3) 行业运营情况分析 58
 - (4) 行业偿债情况分析 60
 - 2.2.2 中国社会消费现状分析 61
 - (1) 中国居民人口特征分析 61
 - (2) 不同年龄段人口的消费特征分析 64
 - (3) 中国居民收入与消费情况分析 66

第3章：中国购物商场的发展现状分析	74
3.1 购物商场在中国的发展历程	74
3.2 中国购物商场的分布	75
3.2.1 中国购物商场的分布形式分析	75
3.2.2 中国购物商场的分布数量分析	76
3.2.3 中国购物商场的分布趋势分析	77
3.3 中国购物商场的业态分析	79
3.3.1 中国购物商场的业态构成分析	79
(1) 中国购物商场的业态构成	79
(2) 中国购物商场的业态构成特点	80
3.3.2 中国购物商场主/次力店分析	85
(1) 购物商场主力店及次主力店的作用	85
(2) 购物商场主力店及次主力店规模分析	86
(3) 不同类型购物商场的主力店类型	88
3.3.3 中国购物商场零售业态分析	90
3.3.4 中国购物商场餐饮业态分析	93
3.3.5 中国购物商场娱乐休闲业态分析	99
3.3.6 中国购物商场的品牌分析	104
3.3.7 中国购物商场的业态布局分析	106
3.4 中国购物商场的经营情况分析	112
3.4.1 中国购物商场管理模式分析	112
(1) 中国购物商场管理模式概述	112
(2) 中国购物商场管理模式现状	121
3.4.2 中国购物商场盈利模式分析	122
3.4.3 中国购物商场租赁模式分析	125
(1) 中国购物商场租赁模式简述	125
(2) 中国购物商场租赁模式现状	126
3.5 不同类型购物商场的发展现状及趋势分析	127
3.5.1 按位置（影响力）划分的购物商场发展现状及趋势分析	127
(1) 都市型购物商场的发展现状及趋势分析	127
(2) 区域型购物商场的发展现状及趋势分析	128

- (3) 社区型购物商场的发展现状及趋势分析 130
- (4) 郊区型购物商场的发展现状及趋势分析 131
- 3.5.2 按商业主题划分的购物商场发展现状及趋势分析 135
 - (1) 主题型购物商场运行发展现状及趋势分析 135
 - (2) 混合型购物商场发展现状及趋势分析 139

第4章：购物商场运营解析 141

- 4.1 购物商场的定位解析 141
 - 4.1.1 目标市场定位 141
 - 4.1.2 主题特色定位 141
 - 4.1.3 商业功能定位 142
 - 4.1.4 商业规模定位 142
 - 4.1.5 运营模式定位 143
 - 4.1.6 商业形象定位 144
- 4.2 购物商场运营模式分析 145
 - 4.2.1 纯销售模式 145
 - 4.2.2 租售并举模式 146
 - 4.2.3 纯物业经营模式 146
 - 4.2.4 连锁摩尔模式 147
- 4.3 购物商场的业态组合解析 148
 - 4.3.1 业态规划的基本原则 148
 - 4.3.2 业态组合的比例控制 150
 - 4.3.3 提高娱乐休闲业态的比例 153
 - 4.3.4 各种业态间的客流联系 155
- 4.4 购物商场的次/主力店规划 156
 - 4.4.1 租户在购物商场的功能角色划分 156
 - 4.4.2 核心租户（主力店）的定义与特征 158
 - 4.4.3 主力店和次主力店的标准 160
 - 4.4.4 次/主力店的选择 163
 - 4.4.5 购物商场主力店和次主力店格局变化 165
- 4.5 购物商场的布局分析 168
 - 4.5.1 空间布局分布 168

- 4.5.2 业态布局分析 170
- 4.6 购物商场的动线设计分析 171
 - 4.6.1 水平动线设计分析 171
 - 4.6.2 垂直动线设计分析 172
 - 4.6.3 购物商场动线设计原则 172
- 4.7 购物商场的管理方法解析 174
 - 4.7.1 购物商场管理的“四个统一” 174
 - (1) 统一招商 174
 - (2) 统一营销 175
 - (3) 统一服务监督 175
 - (4) 统一物业管理 175
 - 4.7.2 购物商场管理的十个原则 105 176
- 4.8 购物商场的营销方式解析 176
 - 4.8.1 文化营销 176
 - 4.8.2 主题活动营销 178
 - 4.8.3 节日营销 181
 - 4.8.4 明星营销 184
 - 4.8.5 主力店营销 186
 - 4.8.6 场地营销 193
 - 4.8.7 销售促进 193
- 4.9 购物商场运营的成功案例解析 199
 - 4.9.1 日本故事主题式购物商场 199
 - 4.9.2 美国摩尔购物商场 204
 - 4.9.3 深圳海岸城 204
 - 4.9.4 上海青浦奥特莱斯 207

第5章：中国购物商场竞争格局分析 211

- 5.1 中国购物商场竞争格局综述 211
- 5.2 主要外资企业在中国的投资布局 219
 - 5.2.1 新加坡凯德置地 219
 - (1) 集团简介 219
 - (2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析 220

- (3) 企业计划在中国投资的项目分析 220
- 5.2.2 菲律宾SM集团 222
 - (1) 集团简介 222
 - (2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析 223
 - (3) 企业计划在中国投资的项目分析 223
- 5.2.3 美国西蒙地产 224
 - (1) 集团简介 224
 - (2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析 226
 - (3) 企业计划在中国投资的项目分析 228
- 5.2.4 日本永旺集团 233
 - (1) 集团简介 233
 - (2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析 235
 - (3) 企业计划在中国投资的项目分析 236
- 5.3 中国企业的投资布局分析 236
 - 5.3.1 华润集团 236
 - (1) 企业目前在运营的主要项目分析 236
 - (2) 企业计划投资的项目分析 249
 - 5.3.2 中信集团 252
 - (1) 集团简介 252
 - (2) 企业目前在运营的主要项目分析 253
 - 5.3.3 中粮集团 254
 - (1) 企业目前在运营的主要项目分析 254
 - (2) 企业计划投资的项目分析 255
 - 5.3.4 铜锣湾集团 256
 - (1) 企业目前在运营的部分项目分析 256
 - (2) 企业最新发展动向分析 257
 - 5.3.5 万达地产 260
 - (1) 企业目前在运营的主要项目分析 260
 - (2) 企业计划投资的项目分析 263
 - 5.3.6 深国投商用置业 264
 - (1) 企业目前在运营的主要项目分析 264
 - (2) 企业计划投资的项目分析 267

- 5.4 购物商场竞争格局演变分析 268
 - 5.4.1 传统百货公司转型或投资购物商场 268
 - 5.4.2 房地产企业投资购物商场 271
 - 5.4.3 购物商场投资热潮转向二三线城市 277
 - 5.4.4 中国购物商场存在过度投资现象 279
 - 5.4.5 中国购物商场同质化严重，招商困难 279

第6章：中国重点区域购物商场的运行态势分析 284

6.1 一线城市购物商场的运行态势分析 284

6.1.1 北京购物商场的运行态势分析 284

(1) 北京购物商场运营环境分析 284

1) 北京经济运行状况分析 284

2) 北京零售业发展状况分析 292

3) 北京的主要商圈分析 294

4) 北京市总体城市规划解读 342

(2) 北京购物商场运营情况分析 347

1) 2015年北京购物商场发展回顾 347

2) 2016年北京购物商场发展状况分析 349

1、2016年开业项目分析 349

2、空置率及租金情况分析 352

3) 北京购物商场发展特点分析 353

(3) 北京购物商场的发展趋势 355

6.1.2 上海购物商场的运行态势分析 358

(1) 上海购物商场运营环境分析 358

1) 上海经济运行状况分析 359

2) 上海零售业发展状况分析 366

3) 上海的主要商圈分析 368

4) 上海市商业网点布局规划解读 377

(2) 上海市购物商场运营情况分析 386

1) 上海购物商场的总体概况分析 386

2) 2015年上海购物商场发展回顾 390

3) 2016年上海购物商场新增项目分析 391

- 4) 上海购物商场发展特点分析 393
 - (3) 上海购物商场的发展趋势 396
- 6.1.3 深圳购物商场的运行态势分析 397
 - (1) 深圳购物商场运营环境分析 397
 - 1) 深圳经济运行状况分析 397
 - 2) 深圳零售业发展状况分析 425
 - 3) 深圳的主要商圈分析 427
 - (2) 深圳购物商场运营情况分析 441
 - 1) 2015年深圳购物商场发展回顾 441
 - 1、2016新增项目分析 442
 - 2、入驻零售品牌分析 445
 - 2) 2016年深圳购物商场发展状况 447
 - 3) 深圳购物商场发展特点分析 448
 - (3) 深圳购物商场的发展趋势 449
- 6.1.4 广州购物商场的运行态势分析 453
 - (1) 广州购物商场运营环境分析 453
 - 1) 广州经济运行状况分析 453
 - 2) 广州零售业发展状况分析 461
 - 3) 广州的主要商圈分析 463
 - 4) 广州商业网点发展规划 468
 - (2) 广州购物商场的运营情况分析 470
 - 1) 2015年广州购物商场发展回顾 470
 - 2) 2016年广州购物商场发展状况 471
 - 1、空置率及租金情况分析 471
 - 2、入驻零售品牌分析 472
 - 3) 广州购物商场的发展特点分析 472
 - (3) 广州购物商场的发展趋势 475
- 6.2 二线城市购物商场的运行态势分析 476
 - 6.2.1 武汉购物商场的运行态势分析 476
 - 6.2.2 重庆购物商场的运行态势分析 478
 - 6.2.3 天津购物商场的运行态势分析 481
 - 6.2.4 青岛购物商场的运行态势分析 482

- 6.2.5 济南购物商场的运行态势分析 484
- 6.2.6 苏州购物商场的运行态势分析 488
- 6.2.7 大连购物商场的运行态势分析 488
- 6.3 购物商场在中小城市的投资现状及前景分析 490
 - 6.3.1 购物商场在中小城市的投资现状 490
 - 6.3.2 部分中小城市的商业规划及政府政策 495
 - 6.3.3 购物商场下沉存在的阻力 496
 - 6.3.4 购物商场在中小城市的投资前景 498

第7章：购物商场投资/运营领先企业分析 500

- 7.1 购物商场投资/运营上市企业分析 500
 - 7.1.1 华润置地（北京）股份有限公司经营情况分析 500
 - （1）企业发展简况分析 500
 - （2）主要经济指标分析 500
 - （3）企业盈利能力分析 502
 - （4）企业运营能力分析 503
 - （5）企业偿债能力分析 504
 - （6）企业发展能力分析 505
 - （7）企业经营业态分析 506
 - （8）公司销售网络情况 507
 - （9）企业经营状况优劣势分析 507
 - （10）企业最新发展动向分析 508
 - 7.1.2 武汉南国置业股份有限公司 508
 - （1）企业发展简况分析 508
 - （2）主要经济指标分析 509
 - 7.1.3 庄胜百货集团有限公司 517
 - （1）企业发展简况分析 517
 - （2）主要经济指标分析 518
 - 7.1.4 山东银座商城股份有限公司 524
 - （1）企业发展简况分析 524
 - （2）主要经济指标分析 525
 - 7.1.5 文峰大世界连锁发展股份有限公司 534

- (1) 企业发展简况分析 534
- (2) 主要经济指标分析 535
- 7.1.6 上海益民商业集团股份有限公司 544
 - (1) 企业发展简况分析 544
 - (2) 主要经济指标分析 545
- 7.1.7 恒隆地产有限公司 554
 - (1) 企业发展简况分析 554
 - (2) 主要经济指标分析 556
- 7.1.8 福建新华都购物广场股份有限公司 559
 - (1) 企业发展简况分析 559
 - (2) 主要经济指标分析 560
- 7.1.9 保利房地产(集团)股份有限公司 569
 - (1) 企业发展简况分析 569
 - (2) 主要经济指标分析 570
- 7.1.10 中百控股集团股份有限公司 579
 - (1) 企业发展简况分析 580
 - (2) 主要经济指标分析 580
- 7.1.11 龙湖地产有限公司 589
 - (1) 企业发展简况分析 589
 - (2) 主要经济指标分析 592
- 7.1.12 阳光新业地产股份有限公司 597
 - (1) 企业发展简况分析 597
 - (2) 主要经济指标分析 597
- 7.1.13 宝龙地产控股有限公司 606
 - (1) 企业发展简况分析 606
 - (2) 主要经济指标分析 607
- 7.1.14 深圳天虹商场股份有限公司 611
 - (1) 企业发展简况分析 611
 - (2) 主要经济指标分析 612
- 7.2 购物商场投资/运营普通企业分析 621
 - 7.2.1 世纪金源集团经营情况分析 621
 - (1) 企业发展简况分析 621

- (2) 企业经营业态分析 622
- (3) 企业销售网络情况 624
- (4) 企业经营状况优劣势分析 625
- (5) 企业最新发展动向分析 626
- 7.2.2 绿地集团 626
 - (1) 企业发展简况分析 626
- 7.2.3 深圳市益田集团股份有限公司 628
 - (1) 企业发展简况分析 628
- 7.2.4 金鹰国际集团 629
 - (1) 企业发展简况分析 629
- 7.2.5 中都控股集团有限公司 630
 - (1) 企业发展简况分析 630
- 7.2.6 柏联集团有限公司 634
 - (1) 企业发展简况分析 634
- 7.2.7 北京东方广场有限公司 635
 - (1) 企业发展简况分析 635
- 7.2.8 上海中融置业集团有限公司 636
 - (1) 企业发展简况分析 636
- 7.2.9 大连万达商业地产股份有限公司 637
 - (1) 企业发展简况分析 637
- 7.2.10 上海世茂股份有限公司 637
 - (1) 企业发展简况分析 637
- 7.2.11 凯德集团 638
 - (1) 企业发展简况分析 638
- 7.2.12 广东天河城(集团)股份有限公司 639
 - (1) 企业发展简况分析 639
- 7.2.13 重庆帝景集团有限公司 641
 - (1) 企业发展简况分析 641
- 7.2.14 群光实业(武汉)有限公司 643
 - (1) 企业发展简况分析 643
- 7.2.15 佳兆业集团控股有限公司 643
 - (1) 企业发展简况分析 643

7.2.16 新城控股集团有限公司 645

(1) 企业发展简况分析 645

第8章：购物商场产业发展趋势分析 647

8.1 购物商场运营模式发展趋势 647

8.1.1 购物商场向主题化方向发展 647

8.1.2 购物商场向休闲中心方向发展 647

8.2 购物商场布局趋势分析 648

8.2.1 从主要商业圈转向次级/新兴商业圈 648

8.2.2 逐渐向下级城市扩散 649

8.3 购物商场类型发展趋势分析 650

8.3.1 区域型购物商场渐成主流形式 650

8.3.2 社区型购物商场正在兴起 651 (ZY WZY)

图表目录：

图表 1 2014年以来全国房地产开发企业土地平均购置价格及增长率 45

图表 2 2015年全国房地产开发和销售情况 47

图表 3 2015年东中西部地区房地产开发投资情况 49

图表 4 2015年东中西部地区房地产销售情况 49

图表 5 中国国房景气指数(月度) 49

图表 6 2012年至今全国房地产开发投资额增幅走势 50

图表 7 全国房地产开发投资增速 51

图表 8 全国房地产开发企业土地购置面积增速 52

图表 9 全国商品房销售面积及销售额增速 53

图表 10 分业态零售企业毛利率及净利率变化情况 单位：% 60

图表 11 2014年年末人口数及其构成 63

图表 12 2006-2015年我国人口及其自然增长率变化情况 63

图表 13 2006-2015年我国社会消费品零售总额及其增长率 67

图表 14 2012年6月-2015年11月我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 68

图表 15 2015年1-11月份社会消费品零售总额主要数据 69

图表 16 2006-2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 72

图表 17 2006-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 72

- 图表 18 中国购物中心的发展阶段 74
- 图表 19 2003-2015年我国每年新建购物中心数量（家） 75
- 图表 20 购物中心平均体量 76
- 图表 21 中国购物中心数量 76
- 图表 22 中国购物中心建筑面积 77
- 图表 23 中国各主要城市优质商圈空置率与租金环比增长表现 78
- 图表 24 大型购物中心业态构成 79
- 图表 25 截止2015年11月10十大快时尚品牌大陆城市开店统计表 81
- 图表 26 十大知名快时尚已开业门店数盘点（已开业门店指截止2014年12月10日数据） 82
- 图表 27 部分购物中心餐饮业态比重统计表 84
- 图表 28 国内10家知名购物中心主力店情况表 89
- 图表 29 不同区域购物中心主力店特点表 89
- 图表 30 中国部分面积10万平方米以上的奥特莱斯 107

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/X05043ODY5.html>