

2017-2023年中国购物中心市场深度调查及未来前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国购物中心市场深度调查及未来前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201708/552022.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着消费者的日益成熟以及购物中心数量的不断增加，消费者越来越追求和体验个性化与高层次的消费需求，因而以“百货店放大版”自居的购物中心已经不被市场认可。购物中心之间的竞争也日益白热化，为了形成差异化竞争优势，树立品牌个性，主题化的建筑设计和营销理念就成为一种必须。购物中心应通过布局主题特色来增加自身亮点，吸引客流，

在购物中心建设的早期，市场环境较为宽裕，主题化并不受重视，而进入后期以后，主题化将会成为潮流，这代表了一座城市、一个区域、一个国家的购物中心发展进入了一种高级形态。

城市间购物中心饱和度差异明显：北京、天津等城市仍有较大发展空间，一线城市过剩情况不明显。

二线重点城市购物中心开发速度超一线城市

资料来源：公开资料，智研咨询整理

三线城市购物中心开业面积情况

资料来源：公开资料，智研咨询整理

现代购物中心加速引进品牌集合店。金源新燕莎MALL和富力购物中心都引进了爱慕内衣品牌集合店，金源新燕莎MALL在5月还引进了“大嘴猴”(PAUL FRANK)品牌集合店，国瑞购物中心则引进了MAP by BELLE，金宝汇引进了双妹……业内人士认为，随着商业不断向差异化方向发展，购物中心的集合店发展已成为一种必然趋势。

中国购物中心业态构成一般情况（单位：%）

资料来源：公开资料，智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国购物中心市场深度调查及未来前景预测报告》共十四章。首先介绍了购物中心行业市场发展环境、购物中心整体运行态势等，接着分析了购物中心行业市场运行的现状，然后介绍了购物中心市场竞争格局。随后，报告对购物中心做了重点企业经营状况分析，最后分析了购物中心行业发展趋势与投资预测。您若想对购物中心产业有个系统的了解或者想投资购物中心行业，本报告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：

第一章 购物中心建设行业发展综述 13

1.1 购物中心的定义及分类 13

1.1.1 购物中心的定义 13

1.1.2 购物中心的分类 13

1.2 中国购物中心发展分析	16
1.2.1 中国购物中心雏形阶段	16
1.2.2 中国购物中心起源阶段	16
1.2.3 中国购物中心发展阶段	17
1.3 国外购物中心发展分析	19
1.3.1 美国购物中心发展分析	19
(1) 美国购物中心发展历程	19
(2) 美国购物中心产业特点	20
1.3.2 日本购物中心发展分析	21
(1) 日本购物中心现状分析	21
(2) 日本购物中心发展趋势	23
第二章 购物中心建设行业发展环境分析	25
2.1 国际宏观经济环境分析	25
2.1.1 欧洲宏观经济环境分析	25
2.1.2 美国宏观经济环境分析	25
2.1.3 日本宏观经济环境分析	26
2.2 国内宏观经济环境分析	26
2.2.1 2017年经济整体运行情况	26
2.2.2 2017年工业生产情况	27
2.2.3 2017年固定资产投资情况	27
2.2.4 2017年全国社会消费情况	27
2.2.5 2017年投融资环境分析	28
2.3 国内行业政策环境分析	28
2.3.1 房地产行业调控政策（行政管理开发部分）	28
(1) “新四条”政策分析	28
(2) “新国十条”政策分析	29
(3) “新国五条”政策分析	30
2.3.2 房地产行业调控政策（土地部分）	31
(1) 房地产用地供应监管政策分析	31
(2) 房地产用地建设管理调控政策分析	32
2.3.3 房地产行业调控政策（税收部分）	33
(1) 非首次购房差别化税收政策分析	33
(2) 土地增值税计税政策分析	33
(3) 预征率政策分析	33
(4) 公租房税收政策分析	34

- (5) 个人购房相关税收政策分析 35
- 2.3.4 房地产行业调控政策（金融部分） 35
 - (1) 个人购房贷款首付相关政策分析 35
 - (2) 暂停发放第三套房贷款相关政策分析 37
 - (3) 2017年央行2次加息影响分析 37
- 2.3.5 房地产行业调控政策（外资调控部分） 38
 - (1) 信贷资金流向和跨境投融资活动相关政策分析 38
 - (2) 境外机构购房相关政策分析 39
- 第三章 购物中心建设行业发展分析 41
 - 3.1 房地产行业运营分析 41
 - 3.1.1 2017年全国房地产开发景气指数 41
 - 3.1.2 2017年全国房屋销售情况 42
 - 3.1.3 2017年全国房地产开发投资情况 42
 - (1) 房地产开发投资 42
 - 2006-2015 年我国房地产开发投资完成情况
 - 资料来源：公开资料，智研咨询整理
 - (2) 房地产新开工面积 43
 - (3) 房地产土地开发面积 44
 - 3.1.4 2017年全国房地产市场销售情况 45
 - 3.1.5 2017年全国房地产行业资金来源 47
 - 3.2 土地市场运营分析 48
 - 3.2.1 2017年全国土地市场整体分析 48
 - 3.2.2 2017年全国土地市场价格分析 49
 - 3.2.3 2017年全国土地市场重点地块分析 51
 - 3.3 购物中心建设行业发展分析 52
 - 3.3.1 中国购物中心整体发展分析 52
 - 3.3.2 中国购物中心分布研究分析 52
 - (1) 中国购物中心布局特点 53
 - (2) 中国购物中心分布数量分析 54
 - 购物中心人均占有购物中心存量情况
 - 资料来源：公开资料整理
 - (3) 中国购物中心分布发展特征 55
 - (4) 中国三大经济圈购物中心分布情况分析 56
 - (5) 中国三大经济圈城市购物中心普及度分析 57
- 第四章 购物中心建设行业区域市场分析 58

- 4.1 北京购物中心市场分析 58
 - 4.1.1 北京购物中心投资分析 58
 - 4.1.2 北京购物中心项目发展分析 58
- 4.2 上海购物中心市场分析 59
 - 4.2.1 上海购物中心投资分析 59
 - 4.2.2 上海购物中心项目发展分析 60
- 4.3 广州购物中心市场分析 61
 - 4.3.1 广州购物中心投资分析 61
 - 4.3.2 广州购物中心项目发展分析 61
- 4.4 深圳购物中心市场分析 62
 - 4.4.1 深圳购物中心投资分析 62
 - 4.4.2 深圳购物中心项目发展分析 62
- 4.5 杭州购物中心市场分析 62
 - 4.5.1 杭州购物中心投资分析 62
 - 4.5.2 杭州购物中心项目发展分析 63
- 4.6 其他城市购物中心市场分析 63
 - 4.6.1 成都购物中心市场分析 63
 - 4.6.2 天津购物中心市场分析 64
 - 4.6.3 重庆购物中心市场分析 64
- 第五章 购物中心业态研究分析 66
 - 5.1 购物中心业态构成分析 66
 - 5.1.1 购物中心业态构成分析 66
 - 5.1.2 购物中心业态构成特点分析 67
 - (1) 传统商业圈购物中心业态构成及特点分析 67
 - (2) 新兴商业圈购物中心业态构成及特点分析 67
 - (3) 社区购物中心业态构成及特点分析 67
 - (4) 不同区域购物中心业态组成对比分析 67
 - 5.2 购物中心零售业态分析 68
 - 5.2.1 零售行业发展规模分析 68
 - 5.2.2 零售行业盈利能力分析 68
 - 5.2.3 购物中心零售业态分析 69
 - 5.3 购物中心餐饮业态分析 70
 - 5.3.1 餐饮行业发展规模分析 70
 - 5.3.2 餐饮行业盈利能力分析 70
 - 5.3.3 购物中心餐饮业态分析 71

- 5.4 购物中心娱乐休闲业态分析 71
 - 5.4.1 娱乐休闲行业发展规模分析 71
 - 5.4.2 购物中心娱乐休闲业态分析 72
- 5.5 购物中心业态布局分析 73
 - 5.5.1 购物中心业态布局原则 73
 - 5.5.2 购物中心业态规划特点 73
- 第六章 购物中心建设行业竞争情况分析 74
 - 6.1 外资企业在华竞争分析 74
 - 6.1.1 沃尔玛在华购物中心投资分析 74
 - 6.1.2 家乐福在华购物中心投资分析 74
 - 6.1.3 TESCO在华购物中心投资分析 74
 - 6.2 购物中心建设行业竞争对手分析 75
 - 6.2.1 大连万达商业地产股份有限公司经营情况分析 75
 - (1) 企业发展简况分析 75
 - (2) 企业产品结构及新产品动向 75
 - (3) 企业销售渠道与网络 75
 - (4) 企业经营状况SWOT分析 76
 - (5) 企业最新发展动向分析 76
 - 6.2.2 上海世茂股份有限公司经营情况分析 77
 - (1) 企业发展简况分析 77
 - (2) 主要经济指标分析 78
 - (3) 企业盈利能力分析 79
 - (4) 企业运营能力分析 80
 - (5) 企业偿债能力分析 80
 - (6) 企业发展能力分析 81
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 81
 - (8) 企业销售渠道与网络 82
 - (9) 企业经营状况SWOT分析 82
 - (10) 企业投资兼并与重组分析 84
 - (11) 企业最新发展动向分析 84
 - 6.2.3 华润置地(北京)股份有限公司经营情况分析 84
 - (1) 企业发展简况分析 84
 - (2) 主要经济指标分析 84
 - (3) 企业盈利能力分析 85
 - (4) 企业运营能力分析 85

- (5) 企业偿债能力分析 86
- (6) 企业发展能力分析 86
- (7) 企业产品结构及新产品动向 87
- (8) 企业销售渠道与网络 87
- (9) 企业经营状况SWOT分析 87
- (10) 企业最新发展动向分析 88
- 6.2.4 保利房地产(集团)股份有限公司经营情况分析 89
 - (1) 企业发展简况分析 89
 - (2) 主要经济指标分析 90
 - (3) 企业盈利能力分析 91
 - (4) 企业运营能力分析 92
 - (5) 企业偿债能力分析 92
 - (6) 企业发展能力分析 93
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 94
 - (8) 企业销售渠道与网络 94
 - (9) 企业经营状况SWOT分析 94
 - (10) 企业投资兼并与重组分析 95
 - (11) 企业最新发展动向分析 96
- 6.2.5 深圳市万科企业股份有限公司经营情况分析 96
 - (1) 企业发展简况分析 96
 - (2) 主要经济指标分析 98
 - (3) 企业盈利能力分析 98
 - (4) 企业运营能力分析 99
 - (5) 企业偿债能力分析 100
 - (6) 企业发展能力分析 100
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 101
 - (8) 企业销售渠道与网络 101
 - (9) 企业经营状况SWOT分析 102
 - (10) 企业投资兼并与重组分析 103
 - (11) 企业最新发展动向分析 103
- 6.2.6 武汉南国置业股份有限公司经营情况分析 103
 - (1) 企业发展简况分析 103
 - (2) 主要经济指标分析 104
 - (3) 企业盈利能力分析 105
 - (4) 企业运营能力分析 106

- (5) 企业偿债能力分析 106
- (6) 企业发展能力分析 107
- (7) 企业产品结构及新产品动向 108
- (8) 企业销售渠道与网络 108
- (9) 企业经营状况SWOT分析 108
- (10) 企业最新发展动向分析 110
- 6.2.7 恒大地产集团有限公司经营情况分析 110
 - (1) 企业发展简况分析 110
 - (2) 主要经济指标分析 112
 - (3) 企业盈利能力分析 112
 - (4) 企业运营能力分析 113
 - (5) 企业偿债能力分析 113
 - (6) 企业发展能力分析 114
 - (7) 企业经营状况SWOT分析 114
 - (8) 企业投资兼并与重组分析 115
 - (9) 企业最新发展动向分析 116
- 6.2.8 龙湖地产有限公司经营情况分析 116
 - (1) 企业发展简况分析 116
 - (2) 主要经济指标分析 117
 - (3) 企业盈利能力分析 117
 - (4) 企业运营能力分析 118
 - (5) 企业偿债能力分析 118
 - (6) 企业发展能力分析 118
 - (7) 企业经营状况SWOT分析 119
 - (8) 企业最新发展动向分析 120
- 6.2.9 北京万通地产股份有限公司经营情况分析 120
 - (1) 企业发展简况分析 120
 - (2) 主要经济指标分析 121
 - (3) 企业盈利能力分析 122
 - (4) 企业运营能力分析 123
 - (5) 企业偿债能力分析 123
 - (6) 企业发展能力分析 124
 - (7) 企业经营状况SWOT分析 124
 - (8) 企业投资兼并与重组分析 125
 - (9) 企业最新发展动向分析 126

6.2.10 广州富力地产股份有限公司经营情况分析 126

- (1) 企业发展简况分析 126
- (2) 主要经济指标分析 127
- (3) 企业盈利能力分析 128
- (4) 企业运营能力分析 128
- (5) 企业偿债能力分析 129
- (6) 企业发展能力分析 129
- (7) 企业经营状况SWOT分析 130
- (8) 企业最新发展动向分析 130

第七章 购物中心建设行业经典项目分析 178

7.1 东莞华南MALL项目分析 178

- 7.1.1 项目情况分析 178
- 7.1.2 区域竞争环境分析 178
- 7.1.3 发展前景分析 178

7.2 北京金源时代购物中心项目分析 179

- 7.2.1 项目情况分析 179
- 7.2.2 竞争优势分析 179

7.3 广州正佳广场项目分析 179

- 7.3.1 项目情况分析 179
- 7.3.2 环境状况分析 180
- 7.3.3 商业布局分析 180

7.4 上海正大广场项目分析 181

- 7.4.1 项目情况分析 181
- 7.4.2 发展前景分析 181

7.5 深圳华润中心万象城项目分析 181

- 7.5.1 经营理念分析 181
- 7.5.2 主力店分析 181

第八章 购物中心建设行业商业规划分析 183

8.1 购物中心项目市场状况分析 183

- 8.1.1 购物中心选址分析 183
 - (1) 用地区位和交通人口状况分析 183
 - (2) 用地经济状况评估 184
 - (3) 用地的物理状况 185

8.1.2 购物中心商圈分析 186

8.2 购物中心项目规划分析 187

- 8.2.1 建筑特点及功能规划分析 187
- 8.2.2 商品定位及组合规划分析 189
- 第九章 购物中心建设行业项目招商分析 192
- 9.1 购物中心招商概述 192
- 9.1.1 购物中心招商的概念 192
- 9.1.2 购物中心招商的对象 192
- 9.1.3 购物中心招商业态概述 194
 - (1) 百货店概述 194
 - (2) 超市概述 195
 - (3) 家居大卖场概述 197
 - (4) 专业店 198
 - (5) 专卖店概述 200
 - (6) 餐饮店概述 200
 - (7) 娱乐店概述 201
- 9.1.4 购物中心招商的特点 203
- 9.1.5 购物中心招商的类型 205
- 9.2 购物中心招商原理 211
- 9.2.1 零售、服务、娱乐体验科学组合价值原理 211
- 9.2.2 品牌价值原理 213
- 9.2.3 2/8价值原理 214
- 9.2.4 开发商、商家双赢价值原理 215
- 9.2.5 招商谈判的价值原理 217
- 9.2.6 总体租金收益中期最大化原理 218
- 9.3 购物中心招商推进计划 219
- 9.3.1 开发前期招商推进计划 219
- 9.3.2 开发期招商推进计划 220
- 9.3.3 开业招商推进计划 221
- 9.3.4 开业后及远期招商推进计划 221
- 9.4 购物中心典型商家分析 222
- 9.4.1 娱乐类商家分析 222
 - (1) 电影类商家分析 222
 - (2) 主题公园类商家分析 225
 - (3) 高科技类商家分析 226
 - (4) 儿童娱乐类商家分析 228
- 9.4.2 家居建材类商家分析 230

- (1) 宜家家居分析 230
- (2) 百安居分析 230
- 9.4.3 超市类商家分析 231
 - (1) 家乐福超市分析 231
 - (2) 人人乐超市分析 231
- 9.4.4 百货类商家分析 232
 - (1) 王府井百货分析 232
 - (2) 巴黎春天百货分析 232
 - (3) 新世界百货分析 233
- 9.4.5 电器类商家分析 234
 - (1) 苏宁电器分析 234
 - (2) 国美电器分析 234
- 9.4.6 餐饮类商家分析 235
 - (1) 俏江南集团分析 235
 - (2) 百胜餐饮集团分析 235
- 9.4.7 酒店管理商分析 236
 - (1) 皇冠假日酒店分析 236
 - (2) 万豪酒店分析 236
- 9.4.8 商业街商家分析 237
 - (1) 永和集团分析 237
 - (2) 乐高公司分析 237
 - (3) 派克兰帝童装分析 238
- 9.5 购物中心招商实施 239
 - 9.5.1 形成目标商家组合 239
 - 9.5.2 招商政策制定 242
 - 9.5.3 招商团队建设 245
 - 9.5.4 招商谈判 249
 - 9.5.5 招商方式与渠道选择 255
 - 9.5.6 招商实施细节 257
- 第十章 购物中心建设行业运营模式分析 261
 - 10.1 购物中心经营管理模式分析 261
 - 10.1.1 自营管理模式分析 261
 - 10.1.2 委托管理模式分析 261
 - 10.1.3 顾问管理模式分析 262
 - 10.2 购物中心盈利模式分析 263

10.2.1 购物中心盈利模式类型分析	263
10.2.2 购物中心销售模式原因分析	264
10.3 购物中心租赁模式分析	264
10.3.1 购物中心租赁模式分类	264
(1) 收取固定租金	264
(2) 流水倒扣	265
(3) 保底加流水倒扣	265
10.3.2 购物中心租赁模式现状分析	265
10.4 购物中心运营模式个案分析	266
10.4.1 万达商业地产模式分析	266
10.4.2 世茂商业地产模式	267
第十一章 购物中心建设行业收益优化模型	269
11.1 商铺租金决定因素	269
11.1.1 区位因素分析	269
11.1.2 建筑因素分析	270
11.1.3 租约因素分析	270
11.2 不同商铺种类的租户组合优化	271
11.2.1 购物中心商铺种类分析	271
(1) 商铺种类划分标准	271
(2) 主力店分析	271
11.2.2 研究假设	272
11.2.3 研究结论	273
11.3 不同零售类型的租户组合优化	275
11.3.1 研究过程	275
11.3.2 研究结论	275
第十二章 购物中心问题分析与发展趋势	280 (ZY GXH)
12.1 中国购物中心问题分析及解决思路	280
12.1.1 预招商问题分析及解决思路	280
12.1.2 市场定位和财务问题分析	280
12.1.3 回报预期问题分析及解决思路	280
12.2 中国购物中心发展趋势分析	281
12.2.1 购物中心主题化趋势分析	281
12.2.2 购物中心休闲化分析	285 (ZY GXH)
图表目录：	
图表1：美国购物中心基本类型表	13

- 图表2：按照位置（影响力）分类的购物中心类型表 14
- 图表3：按照建筑形态分类的购物中心类型表 15
- 图表4：按照商业主题分类的购物中心类型表 16
- 图表5：2012-2017年美国非农业部门失业率变化（单位：%） 26
- 图表6：新四条内容分析 29
- 图表7：中国房贷调控政策内容对比 36
- 图表8：2017年央行利率调整表（单位：%） 38
- 图表9：2012-2017年房地产开发景气指数走势 41
- 图表10：2012-2017年商品房销售价格同比情况（单位：%） 42
- 图表11：2012-2017年房地产开发投资情况（单位：亿元，%） 43
- 图表12：2012-2017年房地产新开工面积累计情况（单位：万平方米，%） 43
- 图表13：2012-2017年房地产竣工面积累计情况（单位：万平方米，%） 44
- 图表14：2012-2017年房地产土地购置面积累计情况（单位：万平方米，%） 44
- 图表15：2012-2017年房地产土地购置金额累计情况（单位：万平方米，%） 45
- 图表16：2012-2017年商品房销售面积累计情况（单位：万平方米，%） 45
- 图表17：2012-2017年商品房销售额累计情况（单位：亿元，%） 46
- 图表18：2017商品房销售面积和销售额增长情况（单位：万平方米，%，亿元） 46
- 图表19：2012-2017年房地产开发进展来源累计情况（单位：亿元，%） 48
- 图表20：2012-2017年全国120个主要城市住宅用地月度推出成交情况（单位：万平米） 49
- 图表21：2012-2017年全国主要城市经营性土地溢价率情况列表 50
- 图表22：2017年城市住宅用地溢价排行（单位：元/m²，%） 50
- 图表23：2004-2017年全国土地出让金收入（单位：亿元） 51
- 图表24：2012-2017年城市土地出让金排行（单位：亿元） 52
- 图表25：中国购物中心现状分布示意图 53
- 图表26：中国购物中心城市布局特点示意图 54
- 图表27：中国购物中心城市分布示意图 55
- 图表28：中国购物中心发展示意图 56

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/552022.html>