

2020-2026年中国购物中心产业发展态势及未来前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国购物中心产业发展态势及未来前景分析报告》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/201909/785137.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

购物中心也称购货中心。在一定区域内有计划地集结在一起的大型综合性商业网点群。是20世纪50年代以来在西方国家兴起的一种商业组织形式。战后，西方国家城市居民为逃避交通拥挤和城市污染，纷纷迁居城郊，为满足此类富裕居民的需要，购物中心由此应运而生。它一般由投资者根据实际需要，在统一规划、设计的基础上兴建，然后招商租赁所有承租的商店共同使用公共设施，也分担公共支出，彼此既互相联系，又相互竞争。

中国上市房企和普通企业运营的购物中心在运营效率上有较大差异，上市房企运营的购物中心空置率仅有5%，与国际同行在同一水准，而行业平均值约9%。上市房企在招商、活动策划上也更有经验，因而项目客流情况也好于行业平均水平，约为行业平均的1.4-1.7倍。搜铺网调查了2015年各细分业态商业地产的两极分化情况，发现购物中心行业top30项目的坪效可达2万元/m²/年，达到行业平均的4倍。

商业地产龙头企业坪效高于行业平均数倍

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国购物中心产业发展态势及未来前景分析报告》共十一章。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 购物中心基本情况

1.1 购物中心相关概述

1.1.1 国内外购物中心的定义

1.1.2 购物中心的类型

1.1.3 购物中心的基本特点

1.2 大型购物中心（SHOPPINGMALL）

1.2.1 大型购物中心的概念

1.2.2 大型购物中心的特点

1.2.3 大型购物中心的物业管理服务要求

1.2.4 大型购物中心的起源与发展

1.3大型购物中心与其他业态的区别

1.3.1与传统商业街的比较

1.3.2与百货公司及量贩店的比较

1.3.3对百货公司、量贩店的影响

第二章 全球购物中心发展现状分析

2.1世界购物中心综合分析

2.1.1世界购物中心的兴起

2.1.2世界购物中心的发展历程

2.1.3全球购物中心发展状况

2.1.4全球各地大型购物中心发展分析

2.1.5世界大型购物中心的典型模式

2.1.6世界十大知名购物中心简介

2.2美国

2.2.1美国购物中心发展概述

2.2.2美国大型购物中心市场份额上升

2.2.3美国大型购物中心经营管理分析

2.2.4美国典型大型购物中心的发展特点

2.2.5美国超级购物中心发展的问题及对策

2.3日本

2.3.1日本购物中心的兴起

2.3.2日本购物中心的发展趋向

2.3.3日本大型购物中心的开发现状

2.3.4日本知名大型购物中心的发展特色

2.4欧洲

2.4.1欧洲大型购物中心兴起建设热潮

2.4.2德国购物中心的发展状况

2.4.3英国大型购物中心的发展状况

2.4.4奥地利维也纳大型购物中心的发展

2.4.5土耳其购物中心的发展动向

2.4.6欧洲购物中心面临投资契机

2.5其他地区

2.5.1新加坡

2.5.2印度

2.5.3巴西

2.5.4越南河内

第三章 中国购物中心发展环境分析

3.1经济环境及其影响

3.1.1国内经济运行现状

3.1.2国内经济趋势判断

3.1.3对行业的影响分析

3.2产业政策对行业的影响

3.2.1行业相关政策汇总

3.2.2行业重点政策和重大事件分析

3.2.3政策未来发展趋势

3.3行业技术环境分析

3.3.1国内技术水平

3.3.2最新技术动态

3.3.3技术发展方向

第四章 中国购物中心发展现状分析

4.1中国购物中心的发展综述

4.1.1中国购物中心发展历程分析

4.1.2中国购物中心运行现状

4.1.3中国购物中心发展态势

4.1.4从开发时代向运营时代转变

4.1.5中国购物中心发展特点

4.1.6中国购物中心市场竞争激烈

4.2中国购物中心开发的影响因素

4.2.1与经济发展紧密联系

4.2.2消费和生活方式的影响

4.2.3与城市化水平的相关性

4.2.4区域分布特征

4.3中国区域型购物中心发展分析

4.3.1不同类型购物中心的发展状况

4.3.2区域型购物中心的定位与特点

4.3.3中国区域型购物中心的发展潜力

4.3.4区域型购物中心开发的问题及对策

4.4郊外型购物中心发展分析

- 4.4.1 郊外型购物中心发展概述
- 4.4.2 郊外型购物中心建设的风险
- 4.4.3 郊外型购物中心经营的挑战
- 4.5 购物中心消费者分析
 - 4.5.1 消费心理分析
 - 4.5.2 消费者购买行为分析
 - 4.5.3 产品制造及销售环节的细节设计
- 4.6 中国购物中心的发展思考
 - 4.6.1 存在的主要问题
 - 4.6.2 大型购物中心发展的制约因素
 - 4.6.3 发展面临的挑战
 - 4.6.4 快速发展的建议
 - 4.6.5 发展战略分析
 - 4.6.6 大型购物中心可持续发展的对策

第五章 中国购物中心重点区域发展分析

- 5.1 北京
 - 5.1.1 北京市购物中心发展回顾
 - 5.1.2 北京市购物中心发展分析
 - 5.1.3 北京市大型购物中心的分布
- 5.2 上海
 - 5.2.1 上海市购物中心发展回顾
 - 5.2.2 上海浦东新区购物中心的发展状况
 - 5.2.3 上海购物中心发展存在的主要问题
 - 5.2.4 上海购物中心的发展规划
- 5.3 广东省
 - 5.3.1 广东省大型购物中心的发展回顾
 - 5.3.2 广东购物中心兴起原因分析
 - 5.3.3 广东大型购物中心迎来建设热潮
 - 5.3.4 深圳市购物中心发展迅速
 - 5.3.5 广州购物中心发展分析
 - 5.3.6 珠海购物中心发展分析
- 5.4 其他地区
 - 5.4.1 天津
 - 5.4.2 青岛

5.4.3武汉

5.4.4烟台

5.4.5重庆

5.4.6成都

5.4.7杭州

5.4.8三亚

5.4.9海口

第六章 中国购物中心的开发分析

6.1购物中心开发的主要流程

6.1.1总体概述

6.1.2调研与论证

6.1.3立项与决策

6.1.4选址与选型

6.1.5规划与设计

6.1.6融资与招商

6.2购物中心的市场调查要素

6.2.1调查的范围

6.2.2调查对象

6.2.3问卷设计

6.2.4调查方式

6.2.5数据处理分析方法

6.3购物中心开发的决策基础探析

6.3.1问题演变的过程

6.3.2深入剖析购物中心开发决策的基础因素

6.3.3开发商应认真了解消费市场的需求情况

6.4购物中心的选址依据

6.4.1以区位和交通人口状况为依据

6.4.2以用地经济状况为基准

6.4.3以用地的物理状况为基准

6.5购物中心的规划要点透析

6.5.1购物中心的位置

6.5.2购物中心的规模

6.5.3购物中心的形状

6.5.4超级市场的位置

6.5.5 停车设备

6.6 浅析购物中心的业态定位

6.6.1 项目区位

6.6.2 商圈条件

6.6.3 项目规模

6.6.4 市场竞争

6.6.5 商户沟通

6.6.6 建筑设计

6.6.7 业态分布

6.7 购物中心的项目招商分析

6.7.1 招商流程简述

6.7.2 项目招商的基础

6.7.3 招商原则探讨

6.8 SHOPPINGMALL项目开发的可行性探究

6.8.1 可行性分析的内容

6.8.2 总体策划设计要点

6.8.3 营销策划要点

6.8.4 购物中心物业管理

第七章 中国购物中心的运营分析

7.1 购物中心的不同模式分析

7.1.1 按开发商背景或经营管理的模式划分

7.1.2 按商场面积规模分类

7.1.3 按定位档次分类

7.1.4 按选址地点分类

7.1.5 按国际购物中心协会的分类

7.1.6 根据业态复合度划分

7.2 购物中心的经营策略

7.2.1 购物中心成功运营的关键要素

7.2.2 购物中心经营的难题及对策

7.2.3 合适的商业业态对购物中心经营的重要性

7.2.4 大型购物中心的品牌经营策略

7.2.5 大型购物中心可持续发展途径分析

7.3 购物中心的管理思路

7.3.1 购物中心的管理特性及走势

7.3.2购物中心的信息化管理策略

7.3.3购物中心的工程管理方案

7.3.4购物中心的管理建议

7.4中国购物中心的新型盈利模式

7.4.1小型店中店、租金+流水

2019年购物中心存量面积增速12.8%，假设平均租金增速为1.5%，则当年总租金增速为14.3%。由于新增供应的年增速

2018

年起已经进入负增长，假定未来新增供应面积年均增速为-10%，未来5年存量平均增速为9%，可以测算得出

2030年全国购物中心存量面积将达到7.1

亿方，人均可租面积（假设可租面积比例

80%）为4.48

平米，全国租金总规模将达到租金总规模将达到1.2万亿。

2019-2030年全国购物中心租金规模及预测

数据来源：公开资料整理

7.4.2四成零售业+六成餐饮娱乐服务业

7.4.3订单商业

7.4.4外资零售巨头试水新业态

第八章 中国重点购物中心发展模式经验及战略分析

8.1中关村广场购物中心

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

8.2新华南MALL生活城

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

8.3北京金源新燕莎MALL

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

8.4广州正佳广场

（1）企业概况

- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

8.5深圳华润中心万象城

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第九章 中国购物中心投资价值及机会分析

9.1中国购物中心投资价值分析

- 9.1.1政策扶持力度
- 9.1.2技术成熟度
- 9.1.3社会综合成本
- 9.1.4进入门槛
- 9.1.5潜在市场空间

9.2中国购物中心投融资分析

- 9.2.1行业固定资产投资状况
- 9.2.2行业外资进入状况
- 9.2.3行业并购重组分析

9.3购物中心投资机会分析

第十章 中国购物中心投资风险及建议

10.1中国购物中心投资风险分析

- 10.1.1经济环境风险
- 10.1.2政策环境风险
- 10.1.3市场环境风险
- 10.1.4其他风险

10.2中国购物中心投资建议

- 10.1总体投资原则
- 10.2企业资本结构选择建议
- 10.3企业战略选择建议
- 10.4区域投资建议

第十一章 中国购物中心发展趋势及前景 (ZY ZS)

11.1中国购物中心发展前景展望

11.1.1中国开发购物中心发展潜力分析

11.1.2三四线市场购物中心前景乐观

11.1.3中国购物中心发展展望

11.1.4中国购物中心预测分析

11.2中国购物中心未来发展趋势

11.2.1未来发展方向

11.2.2未来商业模式

11.2.3开发趋势

11.2.4将步入精细化管理时代

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201909/785137.html>