2021-2027年中国购物中心行业市场深度分析及投资方向研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国购物中心行业市场深度分析及投资方向研究报告》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/202101/925445.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: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@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

购物中心是多种零售店铺、服务设施集中在一个建筑物内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体。这种商业集合体内通常包含数十个甚至数百个服务场所，业态涵盖大型综合超市、专业店、专卖店、饮食店、杂品店以及娱乐健身休闲场所等。

中国购物中心行业发展阶段

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国购物中心行业市场深度分析及投资方向研究报告》共六章。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：购物中心行业发展环境分析
1.1 购物中心行业宏观环境分析
1.1.1 商业营业用房投资现状
（1）商业营业用房供给分析
（2）商业营业用房销售分析
1.1.2 宏观环境分析
（1）中国GDP增长情况
（2）社会消费品零售额分析
（3）居民可支配收入和消费情况
1.1.3 社会环境分析
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）开业购物中心面积区域分布
（3）开业购物中心体量TOP30城市分析
（4）开业项目体量对比分析
1.2.2 购物中心的数量分布分析

（1）购物中心总数与新开业数量
（2）全国新开业购物中心区域分布分析
（3）全国新开业购物中心城市分布分析
（4）全国新开业购物中心月度分布分析
1.2.3 购物中心空置情况分析
1.2.4 购物中心的分布趋势分析
1.3 购物中心的运营现状

近年来，全国购物中心数量持续增长，竞争加强。受疫情影响，2020年全国新开业购物中心数量374个，较上年减少148个，同比下降28.35%；2021年拟开业1113个，总体量接近1亿平方米。

2016-2020年全国新开业购物中心数量及增速

资料来源：智研咨询整理

1.3.1 品牌商关注新开业购物中心
1.3.2 典型商业项目销售业绩
1.3.3 购物中心发展趋势
（1）融合旅游文化元素于一体
（2）购物中心进入兼并收购元年
（3）社区型、卫星商城是购物中心调整方向
（4）中国购物中心进入存量调改期，上海最为集中
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）新开业购物中心业态构成
（3）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
（1）定位优先的原则
（2）功能性选择是业态组合规划的基础
（3）业态的相关性是确保客流动线流畅、提升总体销售收益的重要途径
（4）长期租金回报能力（商家承租能力）评估是业态和品牌规划的前提
（5）空间资源的约束是业态规划过程中必须面对的课题
（6）业态组合是一个永远的动态过程
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
（1）是人流贡献型租户
（2）通常叫品牌引领型租户
（3）租金贡献型租户
（4）就是典型的面积消化型租户
（5）是综合功能型租户
（6）称为配套功能性租户
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
（1）次主力店的聚客能力
（2）次主力店的适应性更强
2.4 购物中心的定位
2.4.1 目标市场定位
（1）目标区域定位应该因地制宜
（2）消费客群定位重在市场细分
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
（1）购物中心规模与顾客疲劳程度
（2）购物中心规模与商圈买力
（3）购物中心规模与产品种类

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
（1）主力店应点状分布，最大限度带动人流
（2）餐饮与零售交错分布，增加客户消费需求
（3）主题店、目的性消费场所应在高层，引人流向上
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
3.4 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
（1）创意主题营销
（2）文化娱乐体验的融合
（3）与移动互联网链接
（4）大数据时代的O2O
第4章：购物中心行业不同区域市场投资机会分析
4.1 一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
（2）北京购物中心投资建设分析
（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
（2）上海购物中心投资建设分析
（3）上海购物中心经营情况分析
（4）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
（2）深圳购物中心投资建设分析
（3）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
（2）广州购物中心投资建设分析
（3）广州购物中心投资机会分析
4.2 二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
（2）武汉购物中心投资建设分析
（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
（2）重庆购物中心投资建设分析
（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
（2）成都购物中心投资建设分析
（3）成都购物中心投资机会分析
4.3 三四线城市购物中心的投资机会分析
4.3.1 三四线城市购物中心开发主力
（1）购物中心开发第一、二阵营主要集中在一二线城市
（2）零售运营企业在三四线城市购物中心开发上相对专业地产商具有资金及管理优势
（3）三四线城市购物中心以超市、百货业态为主力店为区域零售运营企业奠定一体化优势
4.3.2 三四线城市购物中心开发SWOT分析
4.3.3 三四线城市购物中心投资机会
（1）三四线城市购物中心数量提升空间巨大
（2）三四线城市购物中心发展空间大
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 大连万达商业管理集团股份有限公司分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业总体经营状况分析
（3）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心项目经营状况分析
（5）企业购物中心开发的优劣势分析
（6）企业其他发展动向分析
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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心项目经营状况分析
（5）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）企业购物中心的开发分析

（4）企业购物中心项目经营状况分析
（5）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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心项目经营状况分析
（5）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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心项目经营状况分析
（5）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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心项目经营状况分析
（5）企业购物中心开发的优劣势分析
（6）企业其他发展动向分析
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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心业务经营状况分析
（5）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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心业务经营状况分析
（5）企业购物中心开发的优劣势分析
5.2.3 武汉中商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）企业购物中心的开发及经营分析
（4）企业购物中心业务经营状况分析
（5）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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心业务经营状况分析
（5）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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心业务经营情况分析
（5）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）企业购物中心的开发分析
（4）企业购物中心业务经营情况分析
（5）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
（1）整体经济形势导致零售业发展放缓
（2）电子商务的冲击（ZYZS）
（3）融资模式单一
（4）同质化问题严重
（5）缺乏专业人才
6.1.2 购物中心行业发展的对策
（1）突出购物中心的特色，主题化和差异化
（2）加速引进和培养购物中心治理的专业人才
（3）政府部分对购物中心的发展必须进行规划

6.1.3 购物中心行业的发展前景
（1）新开项目聚集三四线城市，蕴藏更大商机
（2）新兴餐饮品牌在购物中心有着更大的发展
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
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）奥特莱斯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
图表目录：
图表1：2016-2020年商业营业用房施工面积（单位：万平方米，%）
图表2：2016-2020年商业营业用地投资完成额（单位：亿元，%）
图表3：2016-2020年商业营业用房销售金额（单位：亿元，%）
图表4：2016-2020年商业营业用房销售面积（单位：万平方米，%）
图表5：2016-2020年第一季度中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
图表6：2016-2020年中国社会消费品零售总额增长情况（单位：万亿，%）
图表7：2016-2020年中国居民人均可支配收入变化情况（单位：元，%）
图表8：2016-2020年中国中产阶级规模（单位：亿人，%）
图表9：2016-2020国内中产阶级群体零售消费贡献率（单位：%）
图表10：2016-2020年国内90/00后群体零售消费贡献率（单位：%） 更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202101/925445.html