

2020年中国购物中心行业分析报告- 市场现状与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国购物中心行业分析报告-市场现状与发展趋势分析》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/460242460242.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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和服务设施集中分布在同一个建筑物内或者区域内而形成的商业集合体，向消费者提供综合性服务。随着城镇化进程的推进和人民生活水平的提高，我国购物中心行业持续向好发展。

从购物中心数量来看，2018年我国购物中心数量为3845家，较上年同比增长17.9%；2019年我国购物中心数量为4335家，较上年同比增长12.7%。

2015-2019年我国购物中心数量及增速

数据来源：公开资料整理

从购物中心面积来看，2019年我国购物中心面积为3.86万平方米，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国购物中心面积及增速

数据来源：公开资料整理

从购物中心客流统计规模来看，2018年我国购物中心客流统计规模为47亿元，较上年同比增长17.5%；2019年我国购物中心客流统计规模为53亿元，较上年同比增长12.8%。

2015-2019年我国购物中心客流统计规模及增速

数据来源：公开资料整理

从购物中心客流统计客单价来看，2016年我国购物中心客流统计客单价达到123元/家。

2012-2019年我国购物中心客流统计客单价

数据来源：公开资料整理

从购物中心租金来看，近年来我国多个城市的购物中心租金均呈现上涨趋势。随着行业发展质量的提升，未来购物中心每天每平米租金的提升空间将会持续扩大。

我国部分购物中心租金情况

城市

购物中心

2018年租金

2019年租金

重庆

北城天街

10.59

11.38

西城天街

5.79

6.02

时代天街一期

5.65

6.72

时代天街2期

3.56

4.25

时代天街3期

2.71

3.60

U城天街1期

2.53

2.83

U城天街II期

2.31

3.17

源著天街

2.49

3.32

品郦馆

3.71

3.75

春森星悦荟

1.52

1.76

紫都城

1.11

1.87

Moco

2.62

3.38

成都

西宸天街

0.18

2.79

三千集天街

2.68

3.23

北城天街

1.93

2.29

时代天街1期

1.97

2.32

金楠天街

3.98

4.10

北京

房山天街

1.40

4.78

大兴天街

3.43

4.02

长楹天街

4.63

5.64

颐和星悦荟

10.25

11.58

杭州

金沙天街

3.98

4.71

滨江天街1期

4.05

4.75

上海

宝山天街

4.53

5.44

虹桥天街

1.60

2.45

闵行星悦荟

3.34

1.90

苏州

狮山天街

2.98

3.81

常州

龙城天街

0.70

2.46

西安

大兴星悦荟

3.11

2.60

曲江星悦荟

2.68

3.25数据来源：公开资料整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国购物中心行业分析报告-市场现状与发展趋势分析》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家统计局规模企业统计数据库及**等，价格数据主要

来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 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

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

第二章 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，引入流向上
- 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

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

第四章 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

第五章 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) 企业概况
- (2) 主营产品
- (3) 发展现状
- (4) 优劣势分析

5.1.2 华润置地有限公司分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品
- (3) 发展现状
- (4) 优劣势分析

5.1.3 上海世茂股份有限公司分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品
- (3) 发展现状
- (4) 优劣势分析

5.1.4 武汉南国置业股份有限公司分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品
- (3) 发展现状
- (4) 优劣势分析

5.1.5 金融街控股股份有限公司分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品
- (3) 发展现状
- (4) 优劣势分析

5.1.6 广州富力地产股份有限公司分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品
- (3) 发展现状
- (4) 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) 企业概况

(2) 主营产品

(3) 发展现状

(4) 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) 企业概况

(2) 主营产品

(3) 发展现状

(4) 优劣势分析

5.2.3 武汉中商集团股份有限公司分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品

(3) 发展现状

(4) 优劣势分析

5.2.4 茂业商业股份有限公司分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品

(3) 发展现状

(4) 优劣势分析

5.2.5 深圳天虹商场股份有限公司分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品

(3) 发展现状

(4) 优劣势分析

5.2.6 王府井集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品

(3) 发展现状

(4) 优劣势分析

第六章 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
- (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1：2017-2021年商业营业用房施工面积（单位：万平方米，%）
- 图表2：2017-2021年商业营业用地投资完成额（单位：亿元，%）
- 图表3：2017-2021年商业营业用房销售金额（单位：亿元，%）
- 图表4：2017-2021年商业营业用房销售面积（单位：万平方米，%）
- 图表5：2017-2021年第一季度中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
- 图表6：2017-2021年中国社会消费品零售总额增长情况（单位：万亿，%）
- 图表7：2017-2021年中国居民人均可支配收入变化情况（单位：元，%）
- 图表8：2021-2026年中国中产阶级规模（单位：亿人，%）
- 图表9：2021-2026国内中产阶级群体零售消费贡献率（单位：%）
- 图表10：2021-2026年国内90/00后群体零售消费贡献率（单位：%）

图表11：2017-2021年一二三四线城市购物中心总存量规模及增长情况（单位：万平方米，%）

图表12：2021年开业购物中心体量区域分布及占比（单位：万平方米，%）

图表13：2021年上半年开业购物中心体量区域分布及占比（单位：万平方米，%）

图表14：2021年开业购物中心体量TOP30城市（单位：万平方米）

图表15：2021年购物中心新开业数量按体量分布（单位：个，%）

图表16：2021年上半年购物中心新开业数量按体量分布（单位：个，%）

图表17：2017-2021年中国购物中心数量变化情况（单位：家，%）

图表18：2017-2021年H1开业数量及同比增减情况（单位：家，%）

图表19：2021年购物中心新开业数量区域分布（单位：个）

图表详见报告正文 (GYSYL)

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/460242460242.html>