

2018-2023年中国大型购物中心行业市场发展现状 调查及未来发展方向研究报告

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《2018-2023年中国大型购物中心行业市场发展现状调查及未来发展方向研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/301665301665.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

目前，大型购物中心具有很大的发展潜力，随着社会不断进步和人们生活水平的快速提高，需要对大型购物中心的发展进行全面规划，才能提高管理能效，从而解决实际运营中存在的各种问题，最终促进大型购物中心不断发展。

图：2002-2013年国内购物中心数量持续增长

图：2014年全国20个主要城市新增购物中心的总数

一、大型购物中心的发展现状及存在问题

根据我国大型购物中心的发展情况来看，目前存在的问题主要有如下几个方面：

(一)建设规模太大、太多、太快，发展定位不够准确

由于受我国基本国情的影响，大型购物中心的建设规模不宜过大，才能促进大型购物中心不断发展。目前，较多大型购物中心都对宣传给予了高度重视，经常以“广场”、“国际”等词命名，以突出购物中心的现代化，虽然规模比较庞大，但是整个占地面积却比较小，没有真正体现出购物中心的基本特征。与此同时，相关人员没有对购物中心的发展进行比较准确的定位，没有根据自身的特点进行发展规划，致使购物中心缺少特色，特别是在小型城市和消费水平不高的地区建设大型购物中心，需要对此进行慎重考虑，才能促进大型购物中心的可持续发展。

(二)管理模式不够现代，高级人才稀缺

一般情况下，大型购物中心的管理主要包括安全、租赁、保险、营销、财务和经营等方面，需要不断提高管理水平，才能促进大型购物中心的有序运行。但是，较多大型购物中心的管理模式不够现代，高级管理人才稀缺，管理人员专业素养和管理水平都不高，给大型购物中心的发展带来极大影响。并且，较多大型购物中心都是属于民营企业，在管理人员培训和经营管理上没有给予高度重视，没有对相关工作人员进行专业培训，工作能力较强的工作人员没有较广的发展空间，致使大型购物中心的发展受到严重制约。

(三)商铺投资比较盲目，项目没有创新性

受到我国房地产行业的影响，许多人将商品投资作为重要投资途径之一，致使大型购物中心的发展出现商品盲目投资的情况，给投资方带来巨大资金压力，导致商铺虚置情况出现。

二与此同时，大型购物中心的项目基本一样，各种商品的品种基本相似，不具备创新性，致使商圈得不到有效增大，给大型购物中心的发展带来一定影响。

(四)经营方式不够多样，缺少文化氛围

在大型购物中心的经营中，各种经营方式没有得到有效应用，导致大型购物中心的发展出现经营方式不够多样的问题。商品零售度、娱乐项目和餐饮等没有合理规划，致使大型购物中心的发展存在缺少文化氛围的问题，导致科技、文化和教育等多种领域不能在购物中心得以发展，最终制约大型购物中心的发展空间，给大型购物中心结构优化和经营方式转变带来较高难度。

二、大型购物中心的发展对策

(一)注重顾客至上，快速转变服务理念

随着大型购物中心的不断发展，顾客至上的服务理念已经得到实践证明，是购物中心可持续发展的重要保障。因此，大型购物中心的发展必须注重顾客至上，注重服务理念的快速转变，才能更好的服务大众消费，从而提高顾客的满意度和忠诚度。根据相关数据显示，顾客的满意度和忠诚度是购物中心盈利的重要保障，因此，现代化建设中，大型购物中心的发展，必须采用海报、宣传手册、多媒体等方式提高对顾客的重视，注重购物商场的商业发展，营造浓厚的商业氛围，以适应区域性商业的发展，才能推动大型购物中心的可持续发展。

(二)加强运营模式创新，提高管理水平

在实践中，不断加大大型购物中心的宣传力度，让更多的消费者全面认识大型购物中心的发展情况，从而对大型购物中心的发展进行明确定位，以不断提高管理水平。与此同时，加强运营模式的不断创新，以顾客价值交付情况、企业服务水平等作为重要创新内容，根据大型购物中心的发展情况，对运营制度、服务理念进行形全面探讨，统筹兼顾餐饮、超市、娱乐和休闲等，注重金融方面的快速发展和综合类服务的发展，以为社区商业白勺发展提供重要支持，从而提高大型购物中心的运营效率，促进大型购物中心的规范化、制度化和标准化发展。

(三)注重现代管理方法，加强人力资源管理

人才是企业不断发展的重要保障，因此，大型购物中心的发展必须注重现代管理方法的

合理应用，不断加强人力资源管理，才能真正提高购物中心的市场竞争力，最终促进企业经济效益不断提升。二现代发展中，战略规划方面、法律方面、资本运作方面和财会方面的人才，是大型购物中心的发展急需的高端人才，只有注重人才队伍建设，注重宣传方式的多样化，提高工作人员的工作积极性和主动性，提高风险防范意识，才能迎接各种挑战，最终降低大型购物中心的经营风险，推动大型购物中心的现代化、规范化和管理化发展。

三、小结

综上所述，大型购物中心的发展，必须根据实际情况进行全面规划，注重顾客至上的服务理念，加强人才培训和经营管理，注重广告宣传，才能获得更多消费者的喜爱和认可，对于促进企业经济效益不断提升具有重要影响。

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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 大型购物中心相关概述

第一节 大型购物中心特征分析

- 一、占地面积大
- 二、公用空间大
- 三、停车场大
- 四、建筑规模大
- 五、货物全

第二节 大型购物中心

- 一、Shopping Mall的物业管理服务要求
- 二、Shopping Mall的起源与蔓延

第三节 大型购物中心与其他业态的区别

- 一、与传统商业街的比较
- 二、与百货公司及量贩店的比较
- 三、对百货公司、量贩店的影响

第二章 2017年世界大型购物中心运行状况分析

第一节 2017年世界购物中心发展概述

- 一、世界购物中心的兴起及深层原因
- 二、世界购物中心的演变历程
- 三、世界大型购物中心的典型模式解析

第二节 2017年世界各地大型购物中心发展走势

- 一、美国式购物中心（大型摩尔购物中心的起源地）
- 二、以法国为代表的欧洲式购物中心（缩小版的美国式购物中心）
- 三、日本式购物中心（特大百货商厦型购物中心）
- 四、香港、新加坡式购物中心
- 五、以菲律宾、泰国为代表的东南亚式连锁摩尔购物中心

第三节 2017年世界各国大型购物中心发展态势

- 一、欧洲：购物中心发展势头迅猛
- 二、美国：组合优化 专业管理
- 三、德国：市区的优势
- 四、英国：选准位置 找准客户
- 五、巴西：购物中心发展前景看好
- 六、新加坡：规划科学节约第一
- 七、奥地利维也纳：公众监督 合理竞争

第三章 2017年全球十大购物中心运行浅析

第一节 华南购物中心

第二节 金源时代购物中心

第三节 SM Mall of Asia

第四节 西爱德蒙顿购物中心

第四章 2017年中国购物中心产业运行环境解析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、货币供应量

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

十、中国物价涨幅

第二节2017年中国购物中心产业政策环境分析

一、购物中心开发的经济背景和政策

二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费

三、中国起草大型购物中心监管规定

四、中国物价调控政策

五、相关政策法规

1、国内缺统一标准

2、商务部发布<纲要>，要控制发展大型购物中心

3、商务部将出台规范，新建购物中心将分级严控

第三节2017年中国购物中心产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第五章 2017年中国购物中心发展分析

第一节 2017年中国购物中心发展概况

一、中国购物中心发展的历史阶段剖析

二、中国购物中心发展的特点解析

三、中国shopping mall发展态势剖析

第二节2017年中国购物中心开发的影响因素

一、购物中心与经济发展紧密联系

二、消费和生活方式对购物中心的影响

三、购物中心开发量与城市化水平的相关性

四、中国购物中心区域分布特征

第三节 2017年中国区域型购物中心的发展分析

- 一、中国不同类型购物中心的基本概况
- 二、区域型购物中心的定位与特点
- 三、中国区域型购物中心发展潜力广阔
- 四、中国区域型购物中心开发的问题及对策

第四节 购物中心消费者心理及行为透析

- 一、消费心理的深入分析
- 二、消费者购买行为分析
- 三、产品制造环节的细节设计
- 四、产品销售环节的细节设计

第六章 2017年中国大型购物中心运行新形势分析

第一节 我国大型购物中心发展历程

- 一、萌芽阶段
- 二、起步阶段
- 三、发展阶段

第二节 2017年中国大型购物中心运行简况

- 一、发展迅速
- 二、实力较强，世界十大购物中心中国占四席
- 三、呈多元化发展格局
- 四、长三角购物中心数量占全国1/5
- 五、外资青睐购物中心

第三节 2017年中国大型购物中心发展存在的问题

- 一、我国大型购物中心发展速度超越消费能力
- 二、大型购物中心存在四大问题倾向
- 二、大型购物中心自身发展存在问题
- 三、大型购物中心结构性矛盾突出
- 四、购物中心发展面临的困境

第七章 2017年中国大型购物中心的开发管理探析

第一节 大型购物中心开发的主要流程

- 一、总体概述
- 二、调研与论证
- 三、立项与决策
- 四、选址与选型

五、规划与设计

六、融资与招商

第二节 大型购物中心的市场调查要素

一、调查的范围

二、调查对象

三、问卷设计

四、调查方式

五、数据处理分析方法

第三节 大型购物中心开发的决策基础探析

一、问题演变的过程

二、深入剖析大型购物中心开发决策的基础因素

三、开发商应认真了解消费市场的需求情况

第四节 大型购物中心的选址依据

一、以区位和交通人口状况为依据

二、以用地经济状况为基准

三、以用地的物理状况为基准

第五节 大型购物中心的规划要点透析

一、大型购物中心的位置

二、大型购物中心的规模

三、大型购物中心的形状

四、超级市场的位置

五、停车设备

六、街廓及道路计划

七、建筑配置计划

八、商业空间系统规划

九、造型、景观设计构想

第六节 浅析大型购物中心的业态定位

一、项目区位

二、商圈条件

三、项目规模

四、市场竞争

五、商户沟通

六、建筑设计

七、业态分布

第七节 大型购物中心的项目招商分析

一、招商流程简述

二、项目招商的基础

三、招商原则探讨

第八节 SHOPPING MALL项目开发的可行性探究

一、可行性分析的内容

二、总体策划设计要点

三、营销策划要点

四、大型购物中心物业管理

第九节 2017年中国大型购物中心的开发策略

一、开发的基本思路 and 关键控制因素

二、定位不应脱离“特色”

三、要注重自身价值的创造与提高

第八章 2017年中国大型购物中心的运营分析

第一节 大型购物中心的各种模式盘点

一、按开发商背景或经营管理的模式划分

二、按商场面积规模分类

三、按定位档次分类

四、按选址地点分类

五、按国际大型购物中心协会的分类

六、根据业态复合度划分

第二节 大型购物中心的经营策略探讨

一、大型购物中心成功运营的关键要素

二、大型购物中心面临的经营难题及应对策略

三、大型购物中心需要确立合适的商业业态

四、大型购物中心的品牌经营策略分析

五、大型购物中心可持续发展的综合方案

第三节 大型购物中心的管理思路分析

一、大型购物中心的管理特性及走势浅析

三、大型购物中心的工程管理方案剖析

四、大型购物中心的管理建议

第四节 探索大型购物中心的完整行销推广方案

一、创造特色形象和产品展示

二、实行顾客导向的满足需求规划

三、拟定完整的行销推广策略

四、建立一支营销推广的专业团队

第五节 大型购物中心的价值评估与盈利方法分析

- 一、大型购物中心的价值计算方法
- 二、shopping mall盈利效果不佳的缘由解析
- 三、Shopping mall的盈利模式选择
- 四、Shopping mall的商业利润挖掘

第六节 中国大型购物中心的新型盈利模式

- 一、小型店中店、租金+流水
- 二、四成零售业+六成餐饮娱乐服务业
- 三、订单商业
- 四、外资零售巨头试水新业态

第九章 2017年中国大型购物中心竞争状况分析

第一节 2017年大型购物中心的发展周期分析

- 一、大型购物中心的经济周期
- 二、大型购物中心的增长性与波动性
- 三、大型购物中心的成熟度

第二节 2017年中国大型购物中心竞争格局综述分析

- 一、大型购物中心集中度分析
- 二、大型购物中心的竞争程度
- 三、市场竞争激烈催旺国内主题购物中心

第三节 2017年中国大型购物中心企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、追随企业的竞争力

第四节 2017年大型购物中心国际竞争者的影响分析

- 一、外资抢滩中国购物中心市场
- 二、大型购物中心国际进入情况分析
- 三、国内外大型购物中心企业的 SWOT比较分析

第五节 2017年中国大型购物中心区域竞争态势分析

- 一、华北地区
- 二、华东地区
- 三、华南地区
- 四、西北地区
- 五、东北地区
- 六、华中地区

七、西南地区

第十章 2017年中国重点区域大型购物中心运行动态分析

第一节 北京大型购物中心发展情况

- 一、大型购物中心市场状况
- 二、大型购物中心放量激增，商场透支商圈
- 三、市场展望
- 四、北京开始控制购物中心发展

第二节 上海大型购物中心发展情况

- 一、上海大型购物中心发展特点
- 二、品牌匮乏成上海购物中心发展“瓶颈”
- 三、发展趋势

第三节 广东大型购物中心发展情况

- 一、发展阶段
- 二、发展的特点
- 三、发展的趋势

第十一章 2017年中国重点大型购物中心运营状况同比分析

第一节 华南购物中心

- (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

第二节 金源时代购物中心

- (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

第三节 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

第四节 华润万象城

- (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

第十二章 2018-2023年中国大型购物中心发展趋势分析

第一节 2018-2023年中国大型购物中心发展趋势分析

- 一、购物中心渐成商业地产主流
- 二、中国购物中心迈向金融与运营并进时代
- 三、从日本香港MALL看我国MALL的发展趋势

第二节 2018-2023年中国大型购物中心发展的三大方向分析

- 一、改变单一的封闭式趋筑模式，发展具有开放式建筑格局的购物中心
- 二、改变“重购物”“轻休闲”的模式，发展具有丰富休闲功能的购物中心
- 三、改变贪大求全现象，发展具有特色主题的中小型购物中心

第三节 2018-2023年中国大型购物中心市场供需状况预测分析

第十三章 2018-2023年中国大型购物中心发展趋势及投资建议

第一节 2018-2023年中国大型购物中心发展的趋势

- 一、产业发展与经济和社会发展紧密相连
- 二、融合、变异实现大型购物中心的创新
- 三、购物中心逐渐朝小型化发展
- 四、泛购物中心成发展趋势
- 五、区域型购物中心或成主流

第二节 2018-2023年中国大型购物中心投融资情况分析

- 一、大型购物中心的投资特点
- 二、大型购物中心的融资
- 三、大型购物中心贷款偿还的方式

第三节 2018-2023年中国大型购物中心投资建议

- 一、大型购物中心的前期规划设计
- 二、量身打造大型购物中心
- 三、人力资源战略
- 四、大型购物中心的公共关系

图表目录：

图表 1 购物中心的分类

图表 2 欧洲购物中心分布

图表 3 欧洲各国购物中心人均面积

图表 4 2017年 季度-2017年二季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表 5居民消费价格主要数据

图表 6 2017年7月-2017年6月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 7 2017年7月-2017年6月工业增加值月度同比增长率（%）

图表 8 2017年1-7月-2017年1-6月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表 9 2017年7月-2017年6月货币供应量月度同比增长率（%）

图表 10 2017年7月-2017年6月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表 11 2017年7月-2017年6月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表 12 2017年7月-2017年6月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表 13 中国购物中心发展历史阶段

图表 14 中国购物中心分布示意图

图表 15 “三大”经济圈购物中心数量比例图

图表 16 中国购物中心城市分布数量图

图表 17 “三大”经济圈所辖城市购物中心普及度

图表 18 购物中心开发流程

图表 19 大型购物中心开发流程

图表 20 前期市场调研

图表 21 购物中心项目开发外部因素构成

图表 22 购物中心项目开发外部市场环境调研

图表 23 生活结构调查

图表 24 城市结构调查

图表 25 零售业结构调查

图表 26 消费者的调查

图表 27 竞争对手的调查

图表 28 商圈的构成

图表 29 目标市场定位流程

图表 30 购物中心经营定位

图表 31 购物中心差异化经营

图表 32 现代购物中心经营组合

图表 33 交通综合枢纽、换乘式综合购物中心

图表 34 仓储式购物中心

图表 35 花园型购物中心

图表 36 购物乐园型购物中心

图表 37 特色型购物中心

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/301665301665.html>