

中国大型购物中心市场深度调研及未来五年竞争策略分析报告

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《中国大型购物中心市场深度调研及未来五年竞争策略分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/224516224516.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

报告大纲：

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 2015年世界大型购物中心运行状况分析

第一节 2015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 2015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 2015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 2015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

第四章 2015年中国购物中心产业运行环境解析

第一节 2015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2015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2015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 2015年中国购物中心发展分析

第一节 2015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2015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 2015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

第六章 2015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 2015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1/4

五、外资青睐购物中心

第三节2015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 2015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

第八章 2015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

第九章 2015年中国大型购物中心竞争状况分析

第一节 2015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 2015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

第十章 2015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 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

- 一、中心概况
- 二、北大资源重组华南Mall
- 三、运营情况

- (一) 企业偿债能力分析
- (二) 企业运营能力分析
- (三) 企业盈利能力分析

第二节 金源时代购物中心

- 一、中心概况
- 二、项目定位
- 三、经营情况

- (一) 企业偿债能力分析
- (二) 企业运营能力分析
- (三) 企业盈利能力分析

第三节 正佳广场

- 一、发展概况
- 二、经营情况
- (一) 企业偿债能力分析
- (二) 企业运营能力分析

（三）企业盈利能力分析

三、孕育了三家主题百货公司

第十二章 2015-2020年中国大型购物中心发展趋势分析

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020年中国大型购物中心市场供需状况预测分析

第十三章 2015-2020年中国大型购物中心发展趋势及投资建议

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/224516224516.html>