

中国购物中心行业发展深度研究与投资趋势预测报告（2022-2029年）

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《中国购物中心行业发展深度研究与投资趋势预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202209/608458.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、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。我国购物中心行业起步于20世纪80年代，购物中心由传统百货升级而来。90年代中期，随着上海港汇商城、广州天河城、北京国贸中心的陆续建成开业，开始拥有了一批业态复合度较高、规模面积也较大且经营也较成功的真正的购物中心。2000年以来，随着城镇化进程加快以及居民人均可支配收入增长，我国大型购物中心呈现蓬勃发展势头，规模持续增长。

购物中心行业发展历程

发展阶段	时期	阶段特征	发展动力	开发主体	开发模式	开发结果
起步阶段	20世纪80年代	自发探索	迫于竞争压力			传统百货升级

增加餐饮和娱乐的比例，传统百货的升级，本质上和购物中心是有区别的

没有影响力很大的代表项目出现

形成阶段	时期	阶段特征	发展动力	开发主体	开发模式	开发结果
	20世纪90年代	主动尝试				新兴市场机会

大国企外资企业 严格按发达国家购物中心开发模式进行，持有物业为主，以收取稳定租金

和物业增值实现投资回报 产生了一批具备“购物中心范本”效应的项目

发展阶段 2000年至今

全国狂潮 高额回报诱惑 大国企外资投资机构地方小开发商 产生分化，机构出现，一部分传

承了形成阶段的开发理念，形成中国特色，一部分开始投机，产权式购物中心盛行

导致中国购物中心行业经营状况差别巨大

资料来源：观研天下整理

数据显示，2016-2021年我国购物中心总数量由2862家增长至5936家，购物中心总面积由23899万平方米增长至47500万平方米。其中，2020-2021年受疫情影响，购物中心新开业数量和面积波动下滑。数据显示，2020年我国购物中心新开业数量为374家，较上年同比下降28.4%；我国购物中心新开业面积为3530万平方米，较上年同比下降26%。2021年我国购物中心新开业数量为510家，较上年同比增长36.4%；我国购物中心新开业面积为4768万平方米，较上年同比增长35.1%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

人流量方面，2020年我国购物中心累计客流量为260亿人次，较上年同比下降31.6%；2021年我国购物中心累计客流量为287亿人次，较2020年增长10.4%，但仍未恢复至2019年的客

流量水平。

数据来源：观研天下数据中心整理

市场竞争方面，21世纪以来国内掀起购物中心建设狂潮，开发主体既有大国企外资投资机构也包括地方小开发商，行业百花齐放，产生分化，一部分传承了形成阶段的开发理念，形成中国特色，一部分开始投机，产权式购物中心盛行，这导致我国购物中心行业经营状况差别巨大。根据2021年中国购物中心年度调查统计结果，购物中心TOP70企业2021年在营购物中心2061个，总建筑面积约2.13亿平方米。在70家企业中，旗下在营购物中心数量10-29个的占比最高，为49%；万达商业管理集团有限公司在营购物中心总数及总建筑面积最多，分别为417个、5895家。

数据来源：观研天下数据中心整理

2021年我国购物中心开发企业TOP10	企业名称	主要购物中心名称
在营购物中心总数（个） 总建筑面积（万平方米）	万达商业管理集团有限公司	万达广场
417 5895	新城商业管理集团有限公司	吾悦广场
130 1248	万科企业股份有限公司(不含印力)	万科广场、万科里
106 264	印力商用置业有限公司	印象城MEGA.印象城、印象汇
105 875	上海宝龙商业地产管理有限公司	宝龙一城，宝龙城、宝龙广场、宝龙天地
88 993	华润万象生活有限公司	万象城、万象汇、万象天地分
71 760	龙湖集团控股有限公司	天街、星悦荟
61 594	恒太商业管理集团有限公司	恒太城、恒太太平洋
50 400	世纪金源商业管理集团	世纪金源购物中心，方圆荟、方圆 LIVE
47 646	凯德集团(中国)	凯德MALL、来福士、凯德广场
44 470		

数据来源：观研天下数据中心整理

从城市选择和商圈进驻上来看，前十年60%的购物中心集中在四个一线城市，后逐渐延伸至二线城市。但近几年随着一二线城市购物中心平均空置率的提升，购物中心争先下沉将成为行业主要发展趋势。数据显示，2019-2021年我国购物中心平均空置率分别达到6.1%、11%、9%。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《中国购物中心行业发展深度研究与投资趋势预测报告（2022-2029年）》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，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证券交易所等，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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国购物中心行业发展概述

第一节 购物中心行业发展情况概述

- 一、购物中心行业相关定义
- 二、购物中心特点分析
- 三、购物中心行业基本情况介绍
- 四、购物中心行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、购物中心行业需求主体分析

第二节 中国购物中心行业生命周期分析

- 一、购物中心行业生命周期理论概述
- 二、购物中心行业所属的生命周期分析

第三节 购物中心行业经济指标分析

- 一、购物中心行业的赢利性分析
- 二、购物中心行业的经济周期分析
- 三、购物中心行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球购物中心行业市场发展现状分析

第一节 全球购物中心行业发展历程回顾

第二节 全球购物中心行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲购物中心行业地区市场分析

一、亚洲购物中心行业市场现状分析

二、亚洲购物中心行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲购物中心行业市场前景分析

第四节 北美购物中心行业地区市场分析

一、北美购物中心行业市场现状分析

二、北美购物中心行业市场规模与市场需求分析

三、北美购物中心行业市场前景分析

第五节 欧洲购物中心行业地区市场分析

一、欧洲购物中心行业市场现状分析

二、欧洲购物中心行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲购物中心行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界购物中心行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球购物中心行业市场规模预测

第三章 中国购物中心行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对购物中心行业的影响分析

第三节 中国购物中心行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对购物中心行业的影响分析

第五节 中国购物中心行业产业社会环境分析

第四章 中国购物中心行业运行情况

第一节 中国购物中心行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国购物中心行业市场规模分析

一、影响中国购物中心行业市场规模的因素

二、中国购物中心行业市场规模

三、中国购物中心行业市场规模解析

第三节中国购物中心行业供应情况分析

一、中国购物中心行业供应规模

二、中国购物中心行业供应特点

第四节中国购物中心行业需求情况分析

一、中国购物中心行业需求规模

二、中国购物中心行业需求特点

第五节中国购物中心行业供需平衡分析

第五章 中国购物中心行业产业链和细分市场分析

第一节中国购物中心行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、购物中心行业产业链图解

第二节中国购物中心行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对购物中心行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对购物中心行业的影响分析

第三节我国购物中心行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国购物中心行业市场竞争分析

第一节中国购物中心行业竞争现状分析

一、中国购物中心行业竞争格局分析

二、中国购物中心行业主要品牌分析

第二节中国购物中心行业集中度分析

一、中国购物中心行业市场集中度影响因素分析

二、中国购物中心行业市场集中度分析

第三节中国购物中心行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国购物中心行业模型分析

第一节中国购物中心行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国购物中心行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国购物中心行业SWOT分析结论

第三节中国购物中心行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国购物中心行业需求特点与动态分析

第一节中国购物中心行业市场动态情况

第二节中国购物中心行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节购物中心行业成本结构分析

第四节购物中心行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国购物中心行业价格现状分析

第六节中国购物中心行业平均价格走势预测

一、中国购物中心行业平均价格趋势分析

二、中国购物中心行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国购物中心行业所属行业运行数据监测

第一节中国购物中心行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国购物中心行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国购物中心行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国购物中心行业区域市场现状分析

第一节中国购物中心行业区域市场规模分析

一、影响购物中心行业区域市场分布的因素

二、中国购物中心行业区域市场分布

第二节中国华东地区购物中心行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区购物中心行业市场分析

(1) 华东地区购物中心行业市场规模

(2) 华南地区购物中心行业市场现状

(3) 华东地区购物中心行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区购物中心行业市场分析

(1) 华中地区购物中心行业市场规模

(2) 华中地区购物中心行业市场现状

(3) 华中地区购物中心行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区购物中心行业市场分析

(1) 华南地区购物中心行业市场规模

(2) 华南地区购物中心行业市场现状

(3) 华南地区购物中心行业市场规模预测

第五节华北地区购物中心行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区购物中心行业市场分析

(1) 华北地区购物中心行业市场规模

(2) 华北地区购物中心行业市场现状

(3) 华北地区购物中心行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区购物中心行业市场分析

(1) 东北地区购物中心行业市场规模

(2) 东北地区购物中心行业市场现状

(3) 东北地区购物中心行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区购物中心行业市场分析

(1) 西南地区购物中心行业市场规模

(2) 西南地区购物中心行业市场现状

(3) 西南地区购物中心行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区购物中心行业市场分析

(1) 西北地区购物中心行业市场规模

(2) 西北地区购物中心行业市场现状

(3) 西北地区购物中心行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国购物中心行业市场规模区域分布预测

第十一章 购物中心行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
-

第十二章 2022-2029年中国购物中心行业发展前景分析与预测

第一节 中国购物中心行业未来发展前景分析

- 一、购物中心行业国内投资环境分析
- 二、中国购物中心行业市场机会分析
- 三、中国购物中心行业投资增速预测

第二节 中国购物中心行业未来发展趋势预测

第三节 中国购物中心行业规模发展预测

- 一、中国购物中心行业市场规模预测
- 二、中国购物中心行业市场规模增速预测
- 三、中国购物中心行业产值规模预测
- 四、中国购物中心行业产值增速预测
- 五、中国购物中心行业供需情况预测

第四节 中国购物中心行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国购物中心行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国购物中心行业进入壁垒分析

- 一、购物中心行业资金壁垒分析
- 二、购物中心行业技术壁垒分析
- 三、购物中心行业人才壁垒分析
- 四、购物中心行业品牌壁垒分析
- 五、购物中心行业其他壁垒分析

第二节 购物中心行业风险分析

- 一、购物中心行业宏观环境风险
- 二、购物中心行业技术风险
- 三、购物中心行业竞争风险
- 四、购物中心行业其他风险

第三节 中国购物中心行业存在的问题

第四节 中国购物中心行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国购物中心行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国购物中心行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国购物中心行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 购物中心行业营销策略分析

一、购物中心行业产品策略

二、购物中心行业定价策略

三、购物中心行业渠道策略

四、购物中心行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/608458.html>