

2018-2023年中国购物商场产业市场现状规划调查 及投资战略评估研究报告

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年中国购物商场产业市场现状规划调查及投资战略评估研究报告》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/301418301418.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

一、定义

Mall n. 购物商场，商业街，林荫路。欧美的一种郊区大型娱乐购物中心，跟中国历史上的“瓦肆”类似。特指规模巨大、连成一体、包罗众多专卖店和商铺、集购物、休闲、娱乐、饮食为一体的商业中心或加盖的林荫道商业街。Mall原意是“林荫道”，现在也可译为“购物林荫道”，意指在Mall里肯定有一条或多条步行街，身临其境购物、消费或漫步，犹如在林荫道上闲逛一样舒适和惬意。较新版本的美词词典释意：“在毗邻的建筑群中或一个大建筑物中，许多商店和餐馆组成的大型零售综合体。”

图：2002-2013年国内购物中心数量持续增长

图：消费者对购物中心距离的需求

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：购物商场产业发展综述

1.1 购物商场的定义及分类

1.1.1 购物商场的定义

1.1.2 购物商场的分类

1.2 购物商场的产业本质

1.2.1 购物商场的特点

1.2.2 购物商场与百货商场的比较分析

1.2.3 购物商场与传统商业街的比较分析

1.3 购物商场发展的推动因素

- 1.3.1 商业地产投资推动购物商场发展
- 1.3.2 地方政府的投资冲动推动购物商场发展
- 1.3.3 城市扩容及城市化进程加快推动购物商场发展

第二章：购物商场产业链分析

2.1 购物商场产业链上游行业发展状况分析

2.1.1 土地市场运营分析

- (1) 全国土地市场购置情况
- (2) 全国土地市场价格分析

2.1.2 房地产行业运营分析

- (1) 全国房地产开发景气指数
- (2) 全国房地产投资情况
- (3) 全国房地产供应情况
- (4) 全国房地产市场销售情况

2.2 购物商场下游行业发展状况分析

2.2.1 中国零售行业发展状况分析

- (1) 行业发展规模分析
- (2) 行业盈利情况分析
- (3) 行业运营情况分析
- (4) 行业偿债情况分析

2.2.2 中国社会消费现状分析

- (1) 中国居民人口特征分析
- (2) 不同年龄段人口的消费特征分析
- (3) 中国居民收入与消费情况分析

第三章：中国购物商场的发展现状分析

3.1 购物商场在中国的发展历程

3.2 中国购物商场的分布

3.2.1 中国购物商场的分布形式分析

3.2.2 中国购物商场的分布数量分析

3.2.3 中国购物商场的分布趋势分析

3.3 中国购物商场的业态分析

3.3.1 中国购物商场的业态构成分析

- (1) 中国购物商场的业态构成
- (2) 中国购物商场的业态构成特点

3.3.2 中国购物商场主/次力店分析

- (1) 购物商场主力店及次主力店的作用
- (2) 购物商场主力店及次主力店规模分析
- (3) 不同类型购物商场的主力店类型

3.3.3 中国购物商场零售业态分析

3.3.4 中国购物商场餐饮业态分析

3.3.5 中国购物商场娱乐休闲业态分析

3.3.6 中国购物商场的品牌分析

3.3.7 中国购物商场的业态布局分析

3.4 中国购物商场的经营情况分析

3.4.1 中国购物商场管理模式分析

- (1) 中国购物商场管理模式概述
- (2) 中国购物商场管理模式现状

3.4.2 中国购物商场盈利模式分析

3.4.3 中国购物商场租赁模式分析

- (1) 中国购物商场租赁模式简述
- (2) 中国购物商场租赁模式现状

3.5 不同类型购物商场的发展现状及趋势分析

3.5.1 按位置（影响力）划分的购物商场发展现状及趋势分析

- (1) 都市型购物商场的发展现状及趋势分析
- (2) 区域型购物商场的发展现状及趋势分析
- (3) 社区型购物商场的发展现状及趋势分析
- (4) 郊区型购物商场的发展现状及趋势分析

3.5.2 按商业主题划分的购物商场发展现状及趋势分析

- (1) 主题型购物商场运行发展现状及趋势分析
- (2) 混合型购物商场发展现状及趋势分析

第四章：购物商场运营解析

4.1 购物商场的定位解析

4.1.1 目标市场定位

4.1.2 主题特色定位

4.1.3 商业功能定位

4.1.4 商业规模定位

4.1.5 运营模式定位

4.1.6 商业形象定位

4.2 购物商场运营模式分析

4.2.1 纯销售模式

4.2.2 租售并举模式

4.2.3 纯物业经营模式

4.2.4 连锁摩尔模式

4.3 购物商场的业态组合解析

4.3.1 业态规划的基本原则

4.3.2 业态组合的比例控制

4.3.3 提高娱乐休闲业态的比例

4.3.4 各种业态间的客流联系

4.4 购物商场的次/主力店规划

4.4.1 租户在购物商场的功能角色划分

4.4.2 核心租户（主力店）的定义与特征

4.4.3 主力店和次主力店的标准

4.4.4 次/主力店的选择

4.4.5 购物商场主力店和次主力店格局变化

4.5 购物商场的布局分析

4.5.1 空间布局分布

4.5.2 业态布局分析

4.6 购物商场的动线设计分析

4.6.1 水平动线设计分析

4.6.2 垂直动线设计分析

4.6.3 购物商场动线设计原则

4.7 购物商场的管理方法解析

4.7.1 购物商场管理的“四个统一”

（1）统一招商

（2）统一营销

（3）统一服务监督

（4）统一物业管理

4.7.2 购物商场管理的十个原则

4.8 购物商场的营销方式解析

4.8.1 文化营销

4.8.2 主题活动营销

4.8.3 节日营销

4.8.4 明星营销

4.8.5 主力店营销

4.8.6 场地营销

4.8.7 销售促进

4.9 购物商场运营的成功案例解析

4.9.1 日本故事主题式购物商场

4.9.2 美国摩尔购物商场

4.9.3 深圳海岸城

4.9.4 上海青浦奥特莱斯

第五章：中国购物商场竞争格局分析

5.1 中国购物商场竞争格局综述

5.2 主要外资企业在中国的投资布局

5.2.1 新加坡凯德置地

(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

5.2.2 菲律宾SM集团

(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

5.2.3 美国西蒙地产

(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

5.2.4 日本永旺集团

(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

5.3 中国企业的投资布局分析

5.3.1 华润集团

(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

5.3.2 中信集团

- (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

5.3.3 中粮集团

- (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

5.3.4 铜锣湾集团

- (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

5.4 购物商场竞争格局演变分析

5.4.1 传统百货公司转型或投资购物商场

5.4.2 房地产企业投资购物商场

5.4.3 购物商场投资热潮转向二三线城市

5.4.4 中国购物商场存在过度投资现象

5.4.5 中国购物商场同质化严重，招商困难

第六章：中国重点区域购物商场的运行态势分析

6.1 一线城市购物商场的运行态势分析

6.1.1 北京购物商场的运行态势分析

(1) 北京购物商场运营环境分析

- 1) 北京经济运行状况分析
- 2) 北京零售业发展状况分析
- 3) 北京的主要商圈分析
- 4) 北京市总体城市规划解读

(2) 北京购物商场运营情况分析

- 1) 2017年北京购物商场发展回顾

2) 2017年北京购物商场发展状况分析

1、2017年开业项目分析

2、空置率及租金情况分析

3) 北京购物商场发展特点分析

(3) 北京购物商场的发展趋势

6.1.2 上海购物商场的运行态势分析

(1) 上海购物商场运营环境分析

1) 上海经济运行状况分析

2) 上海零售业发展状况分析

3) 上海的主要商圈分析

4) 上海市商业网点布局规划解读

(2) 上海市购物商场运营情况分析

1) 上海购物商场的总体概况分析

2) 2017年上海购物商场发展回顾

3) 2017年上海购物商场新增项目分析

4) 上海购物商场发展特点分析

(3) 上海购物商场的发展趋势

6.1.3 深圳购物商场的运行态势分析

(1) 深圳购物商场运营环境分析

1) 深圳经济运行状况分析

2) 深圳零售业发展状况分析

3) 深圳的主要商圈分析

(2) 深圳购物商场运营情况分析

1) 2017年深圳购物商场发展回顾

1、2015新增项目分析

2、入驻零售品牌分析

2) 2017年深圳购物商场发展状况

3) 深圳购物商场发展特点分析

(3) 深圳购物商场的发展趋势

6.1.4 广州购物商场的运行态势分析

(1) 广州购物商场运营环境分析

1) 广州经济运行状况分析

2) 广州零售业发展状况分析

3) 广州的主要商圈分析

4) 广州商业网点发展规划

(2) 广州购物商场的运营情况分析

1) 2017年广州购物商场发展回顾

2) 2017年广州购物商场发展状况

1、空置率及租金情况分析

2、入驻零售品牌分析

3) 广州购物商场的发展特点分析

(3) 广州购物商场的发展趋势

6.2 二线城市购物商场的运行态势分析

6.2.1 武汉购物商场的运行态势分析

6.2.2 重庆购物商场的运行态势分析

6.2.3 天津购物商场的运行态势分析

6.2.4 青岛购物商场的运行态势分析

6.2.5 济南购物商场的运行态势分析

6.2.6 苏州购物商场的运行态势分析

6.2.7 大连购物商场的运行态势分析

6.3 购物商场在中小城市的投资现状及前景分析

6.3.1 购物商场在中小城市的投资现状

6.3.2 部分中小城市的商业规划及政府政策

6.3.3 购物商场下沉存在的阻力

6.3.4 购物商场在中小城市的投资前景

第七章：购物商场投资/运营领先企业分析

7.1 购物商场投资/运营上市企业分析

7.1.1 华润置地（北京）股份有限公司经营情况分析

(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

7.1.2 武汉南国置业股份有限公司

(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

7.1.3 庄胜百货集团有限公司

(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

7.1.4 山东银座商城股份有限公司

(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

第八章：对购物商场产业发展趋势分析

8.1 购物商场运营模式发展趋势

8.1.1 购物商场向主题化方向发展

8.1.2 购物商场向休闲中心方向发展

8.2 购物商场布局趋势分析

8.2.1 从主要商业圈转向次级/新兴商业圈

8.2.2 逐渐向下级城市扩散

8.3 购物商场类型发展趋势分析

8.3.1 区域型购物商场渐成主流形式

8.3.2 社区型购物商场正在兴起

图表目录：

图表 1 2017年以来全国房地产开发企业土地平均购置价格及增长率

图表 2 2017年全国房地产开发和销售情况

图表 3 2017年东中西部地区房地产开发投资情况

图表 4 2017年东中西部地区房地产销售情况

图表 5 中国国房景气指数(月度)

图表 6 2017年至今全国房地产开发投资额增幅走势

图表 7 全国房地产开发投资增速

图表 8 全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 9 全国商品房销售面积及销售额增速

图表 10 分业态零售企业毛利率及净利率变化情况 单位：%

图表 11 2017年年末人口数及其构成

图表 12 2015-2017年我国人口及其自然增长率变化情况

图表 13 2015-2017年我国社会消费品零售总额及其增长率

图表 14 2017年6月-2017年6月我国社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 16 2015-2017年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 17 2015-2017年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表 18 中国购物中心的发展阶段

图表 19 2015-2017年我国每年新建购物中心数量（家）

图表 20 购物中心平均体量

图表 21 中国购物中心数量

图表 22 中国购物中心建筑面积

图表 23 中国各主要城市优质商圈空置率与租金环比增长表现

图表 24 大型购物中心业态构成

图表 25 截止2017年6月10十大快时尚品牌大陆城市开店统计表

图表 26 十大知名快时尚已开业门店数盘点图表 27 部分购物中心餐饮业态比重统计表

图表 28 国内10家知名购物中心主力店情况表

图表 29 不同区域购物中心主力店特点表

图表 30 中国部分面积10万平方米以上的奥特莱斯

图表 31 部分购物中心业态组合

图表 32 消费者认为购物中心运营的关键因素

图表 33 2017年全国主要城市商业营业用房开发投资额及近三年复合增速

图表 34 2010-2017年全国主要城市商业用房开发投资额占房地产开发投资额比重

图表 35 购物中心的拓展方向

图表 36 夏日购物受消费者青睐比例图

图表 37 租户在购物中心的功能角色分析

图表 38 核心租户的定义与特征

图表 39 中国购物中心类型

图表 40 2018-2023年中国网络购物市场交易规模

图表 41 消费者认为商场购物的优势

更多图表详见正文（GYGSLPT）

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/301418301418.html>