

2016-2022年中国大型购物中心行业竞争现状及十三五发展趋势前瞻报告

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《2016-2022年中国大型购物中心行业竞争现状及十三五发展趋势前瞻报告》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/253528253528.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

购物中心指多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的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，是集购物、餐饮、住宿、休闲、娱乐和观光旅游为一体的“一站式”消费场所，具有占地面积大、涵盖业态多、消费群体分布范围广的特点。

中国报告网发布的《2016-2022年中国大型购物中心行业竞争现状及十三五发展趋势前瞻报告》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 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

第四节 西爱德蒙顿购物中心

第五节 SM Megamall

第六节 柏嘉雅时代广场

第七节 北京购物中心

第八节 正佳广场

第九节 SM City North Edsa

第十节 普鲁士国王购物中心

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 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 2015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 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、建立一支行销推广的专业团队

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 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

第三节 2015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 2015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 2015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 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 2015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

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

第四节 华润万象城

一、发展概况

（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

二、经营理念与经营战略

三、营销思路

四、物业管理体系

第十二章 2016-2022年中国大型购物中心发展趋势分析

第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国大型购物中心市场供需状况预测分析

第十三章 2016-2022年中国大型购物中心发展趋势及投资建议

第一节 2016-2022年中国大型购物中心发展的趋势

一、产业发展与经济社会发展紧密相连

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 2016-2022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 2016-2022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 2014年 季度-2015年二季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表 5 2015年7月居民消费价格主要数据

图表 6 2014年7月-2015年6月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 7 2014年7月-2015年6月工业增加值月度同比增长率（%）

图表 8 2014年1-7月-2015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 2014年7月-2015年6月货币供应量月度同比增长率（%）

图表 10 2014年7月-2015年6月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表 11 2014年7月-2015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 2014年7月-2015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

图表 38 购物中心群

图表 39 免税购物中心

图表 40 购物中心商业城

图表 41 购物中心经营业态定位战略

图表 42 购物中心业态组合优缺点

图表 43 选址对购物中心的影响

图表 44 项目选址分析内容

图表 45 项目选址区位分析要素

图表 46 用地区位及交通人口状况分析要素

图表 47 用地物理状况分析要素

图表 48 一般购物中心的楼层功能设置

图表 49 一般购物中心楼层功能设置

图表 50 各行业经营面积及配套设施之基本需求

图表 51 购物中心交通规划设计

图表 52 购物中心阶段性招租工作

图表 53 招商宣传推广工具箱

图表 54 招商业务培训内容

图表 55 消费者在商场寻找目的地中的环节示意图

图表 56 导视系统指示有效读解

图表 57 不同区域购物中心品牌情况

图表 58 国内购物中心管理模式

图表 59 一二三线城市经营管理模式比较

图表 60 购物中心管理系统

图表 61 一二三线城市租售模式比例

图表 62 国内购物中心租售模式比例

图表 63 中国购物中心新开业数量表

图表 64 中国购物中心体量分布表

图表 65 中国购物中心累计建筑面积增长

图表 66 中国购物中心开业量增长

图表 67 中国购物中心率先进入成长期

图表 68 中国购物中心数量城市分布

图表 69 中国购物中心集中度低

图表 70 华南板块主要大型购物中心一览表

图表 71 北京零售市场主要成交案例

图表 72 北京中高端购物中心首层租金

图表 73 北京中高端购物中心新增供应、净吸纳量和空置率

图表 74 北京中高端购物中心分商圈占有面积和空置率

图表 75 北京2015年前计划开业部分项目示意

图表 76 近3年东莞市欢笑天地游乐管理有限公司资产负债率变化情况

图表 77 近3年东莞市欢笑天地游乐管理有限公司产权比率变化情况

图表 78 近3年东莞市欢笑天地游乐管理有限公司固定资产周转次数情况

图表 79 近3年东莞市欢笑天地游乐管理有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 80 近3年东莞市欢笑天地游乐管理有限公司总资产周转次数变化情况

图表 81 近3年东莞市欢笑天地游乐管理有限公司销售毛利率变化情况

图表 82 近3年北京金源时代购物中心有限公司资产负债率变化情况

图表 83 近3年北京金源时代购物中心有限公司产权比率变化情况

图表 84 近3年北京金源时代购物中心有限公司固定资产周转次数情况

图表 85 近3年北京金源时代购物中心有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 86 近3年北京金源时代购物中心有限公司总资产周转次数变化情况

图表 87 近3年北京金源时代购物中心有限公司销售毛利率变化情况

图表 88 近3年广州市正佳广场经营管理有限公司资产负债率变化情况

图表 89 近3年广州市正佳广场经营管理有限公司产权比率变化情况

图表 90 近3年广州市正佳广场经营管理有限公司固定资产周转次数情况

图表 91 近3年广州市正佳广场经营管理有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 92 近3年广州市正佳广场经营管理有限公司总资产周转次数变化情况

图表 93 近3年广州市正佳广场经营管理有限公司销售毛利率变化情况

图表 94 近3年华润置地(合肥)有限公司资产负债率变化情况

图表 95 近3年华润置地(合肥)有限公司产权比率变化情况

图表 96 近3年华润置地(合肥)有限公司固定资产周转次数情况

图表 97 近3年华润置地(合肥)有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 98 近3年华润置地(合肥)有限公司总资产周转次数变化情况

图表 99 近3年华润置地(合肥)有限公司销售毛利率变化情况

图表详见正文

特别说明：中国报告网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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/253528253528.html>