

2017-2022年中国商铺地产产业竞争现状及十三五 投资定位分析报告

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《2017-2022年中国商铺地产产业竞争现状及十三五投资定位分析报告》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/fangdichang/273895273895.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

2010年以来，国内住宅市场遭遇“限购”、“限贷”、“限价”等相当严厉的宏观调控，投资和投机性需求纷纷被挤出市场。于是商铺地产特别是城市综合体俨然已经成为开发商自我救赎的武器。2011年后不少地方的城市综合体的数量进一步攀升。数据显示，至2015年，20个重点城市新增入市体量将达到1.64亿平方米，而3-5年内城市综合体增量将以中西部城市为主。其中蕴藏的风险委实不可小觑，商业的问题出现将远远大于住宅，某些政府不应该是招商推手而应该是警示者和风险化解者，提供未来准确的数据和土地推案量告知企业，这是最大的服务功能。同样，部分四线城市、资源型城市土地供应过量、天量土地存量带来的供应风险爆发的可能性确实存在。城市进入课题是各类型开发商必须思考的选择题，但绝对要避免成为某些城市黑名单对象。

目前，中国市场上，有三大力量在驱动着商铺地产的开发热。一是政府的主导力量。基于对城市发展的需求，政府往往主导着城市规划，其中包括大量商业用地的规划及推出，对于开发商而言，商业开发能力成为目前开发企业取地的竞争力。二是市场榜样的力量。一些优质商业项目，特别是购物中心的兴起，高额的销售带来的收益回报，以及在消费者心目中树立良好的品牌效应，都驱使着大量开发企业继而模仿、打造商业产品。三是商铺地产开发主体的扩容。其中零售商这块，是鉴于租金上涨压力以及零售扩张的需求；住宅开发商这块是主动转型商业开发或者由于拿地被迫加入商铺地产开发行列。商铺地产开发商这块是其商业开发和经营经验日渐成熟，进而加大了对商业品牌的复制和扩张。2014年，中国商业营业用房交易额达8906亿元，比2013年增长7.6%。2014年中国商业房地产市场的投资创下历史新高达到14346亿元。搭乘楼市调控政策的顺风车，中国商铺地产近两年意外迎来难得的发展黄金期，成为开发商、投资客竞相争夺的“香饽饽”。中国内地的万达、华润、中粮，这批品牌基本上形成了自己的一套投资、收益、管控、复制。

中国报告网发布的《2017-2022年中国商铺地产产业竞争现状及十三五投资定位分析报告》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。

第一部分 商铺地产产业发展概况

第一章 中国商铺地产行业发展概述

第一节 商铺地产行业发展情况

一、行业定义

二、行业分类

1、按照开发形式进行分

2、按照投资价值分

3、按照商铺的位置形式分

三、行业发展历程

第二节 最近3-5年中国商铺地产行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

1、市场供求风险

2、运营风险

3、融资风险

4、城市规划风险

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 商铺地产发展环境分析

一、国际宏观经济形势分析

1、2015年世界经济形势分析

2、2016年世界经济发展趋势

3、对我国经济的影响

二、国内宏观经济形势分析

1、GDP运行情况

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

三、融资环境分析

1、金融机构贷款投向分析

2、中央银行货币政策解读

三、城镇化进程分析

1、我国城镇化进程分析

2、国家城镇化进程规划

3、行业与城镇化相关性

第二部分 商铺地产行业深度透视

第二章 中国商铺地产行业的国际比较分析

第一节 基于价值链上的中国商铺地产行业竞争力分析

一、价值链内涵

二、商铺地产价值链

1、开发商价值

2、投资者价值

3、运营商价值

4、经营者价值

5、消费者价值

三、商铺地产项目的核心竞争力

1、招商能力

2、项目研发设计能力

3、运营能力

4、资本运作作能力

5、资源整合能力

第二节 中国商铺地产行业经济指标国际比较分析

第三节 商铺地产行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

1、标准化食品超市

2、大型综合超市

3、商品批发集散中心

4、仓储式会员店

5、便利店

6、超大型购物中心

7、中高档百货公司

三、市场前景展望

第四节 海外市场商铺地产分析

第三章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、商铺地产行业需求市场

二、商铺地产行业客户结构

1、商业街商铺投资者

2、社区商铺投资者

3、购物中心、专业市场席位型商铺

4、办公楼底商投资者

三、商铺地产行业需求的地区差异

第二节 商铺地产行业供给分析

第三节 商铺地产行业供求平衡分析及未来发展趋势预测

一、供求平衡分析

二、发展趋势预测

1、商铺地产开发发展趋势分析

2、商铺地产布局发展趋势分析

3、商铺地产经营应用趋势分析

第四节 市场价格走势分析

一、市场价格走势

二、重点企业分布

第四章 商铺地产产业链的分析

第一节 商铺地产行业集中度

一、中国商铺地产产业链现状

二、国外商铺地产产业链研究

三、中国商铺地产产业链演进的趋势

1、专业顾问中介机构

2、专业招商渠道

3、投融资环节的金融产品

第二节 主要环节的增值空间

一、商铺地产规划设计与城市总体规划的协调

1、商铺地产项目的合理选址

2、开发商与规划师的共同协作

二、城市的建筑风貌和文脉特征

三、商铺地产规划设计模式

四、商铺地产项目吸引力

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

一、行业进入壁垒

1、进入壁垒

2、解决办法

二、商铺地产行业的驱动因素

1、外部驱动因素分析

2、内部价值潜力分析

第四节 上下游行业影响及趋势分析

一、装修

1、当前装修行业的现状

2、装修行业的发展趋势

3、装修行业的发展目标

4、对商铺地产行业的影响

二、土地开发

1、城市土地供应的制度设计与政策特征

2、现代土地供应及政策对地产市场影响的机制

三、上下游产业关联性

第五章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

一、“长三角”商铺地产市场总体现状

1、经济基础坚实

2、市场规模庞大

3、商铺地产投资

4、租售价格

二、“长三角”商铺地产市场一体化发展机会

三、针对“长三角”区域开发商投资的建议

第二节 珠三角区域市场情况分析

一、“珠三角”区域市场现状

二、“珠三角”商铺地产业发展存在的问题

三、“珠三角”区域商铺地产业发展的对策

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 商铺地产行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2017-2022年需求预测分析

第一节 商铺地产行业领域2017-2022年需求量预测

一、2017-2022年商铺地产市场发展潜力

二、2017-2022年商铺地产市场发展前景展望

第二节 2017-2022年商铺地产行业领域需求功能预测

第三节 2017-2022年商铺地产行业领域需求市场格局预测

一、2017-2022年中国商铺地产行业供给预测

二、2017-2022年中国商铺地产行业需求预测

三、2017-2022年中国商铺地产行业供需平衡预测

第三部分 商铺地产行业竞争格局

第七章 商铺地产市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、供应商议价能力

四、客户议价能力

五、竞争结构特点总结

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

四、各子行业集中度

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

1、原料供应

2、市场拓展

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 商铺地产行业企业竞争力分析

一、重点商铺地产企业面临的困境及对策

1、重点商铺地产企业面临的困境

- 2、重点商铺地产企业对策探讨
- 二、中小商铺地产企业发展困境及策略分析
 - 1、中小商铺地产企业面临的困境
 - 2、中小商铺地产企业对策探讨
- 三、国内商铺地产企业的竞争力提升策略
- 第五节 商铺地产行业竞争格局分析
 - 一、2015年商铺地产行业竞争分析
 - 二、2015年中国商铺地产市场竞争分析
 - 1、我国商铺地产行业竞争力剖析
 - 2、我国商铺地产企业市场竞争的优势
 - 三、2015年中国商铺地产市场集中度分析
- 第八章 主要企业的排名与产业结构分析
 - 第一节 行业企业排名分析
 - 第二节 产业结构分析
 - 一、市场细分充分程度的分析
 - 二、市场细分发展趋势
 - 1、市场定位更明确更细分
 - 2、注重体验性
 - 3、零售品牌布局的新态势
 - 4、建筑空间个性化多元化
 - 5、专业市场和综合市场
 - 三、领先企业的结构分析
 - 1、不同地域企业竞争格局
 - 2、不同规模企业竞争格局
 - 3、不同所有制企业竞争格局
 - 第三节 商业用地供应情况及价格分析
 - 一、土地市场供应情况分析
 - 1、推出土地结构分析
 - 2、成交土地变化趋势
 - 二、土地市场价格变动分析
 - 1、土地价格增长速度
 - 2、限购对地价的影响
 - 三、中国土地市场政策问题
- 第九章 前十大领先企业分析
 - 第一节 深圳市国际企业股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营分析

三、企业发展战略

四、企业发展动态

第二节 吉林成城集团股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营分析

三、主要市场定位

四、企业发展动态

第三节 万科企业股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业商铺地产业务重要性分析

三、企业总体经营业绩的比较分析

四、企业盈利能力的比较分析

五、企业资产周转能力比较分析

六、企业偿债能力的比较分析

七、企业市场扩张能力比较分析

八、企业内部增长能力比较分析

九、地产业务进入城市数量比较分析

十、竞争优势分析

第四节 保利房地产（集团）股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业商铺地产业务重要性分析

三、企业总体经营状况分析

四、地产业务进入城市数量比较分析

五、竞争优势分析

第五节 上海绿地（集团）有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业商铺地产业务重要性分析

三、企业总体经营业绩与效益分析

四、企业市场扩张能力比较分析

五、企业内部增长能力比较分析

六、地产业务进入城市数量比较分析

七、竞争优势分析

八、公司发展战略

第六节 中国海外发展有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业商铺地产业务重要性分析
- 三、企业总体经营业绩的比较分析
- 四、企业盈利能力的比较分析
- 五、企业偿债能力的比较分析
- 六、企业市场扩张能力比较分析
- 七、地产业务进入城市数量比较分析
- 八、公司发展战略

第七节 恒大地产集团有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业商铺地产业务重要性分析
- 三、企业总体经营业绩的比较分析
- 四、企业盈利能力的比较分析
- 五、企业偿债能力的比较分析
- 六、企业市场扩张能力比较分析
- 七、企业内部增长能力比较分析
- 八、地产业务进入城市数量比较分析
- 九、竞争优势
- 十、企业发展战略

第八节 绿城房地产集团有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业商铺地产业务重要性分析
- 三、企业总体经营业绩的比较分析
- 四、企业盈利能力的比较分析
- 五、企业偿债能力的比较分析
- 六、企业市场扩张能力比较分析
- 七、地产业务进入城市数量比较分析
- 八、竞争优势分析
- 九、企业发展战略

第九节 华润置地有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业商铺地产业务重要性分析
- 三、企业总体经营业绩的比较分析
- 四、企业盈利能力的比较分析

- 五、企业偿债能力的比较分析
- 六、企业市场扩张能力比较分析
- 七、企业内部增长能力比较分析
- 八、地产业务进入城市数量比较分析
- 九、竞争优势分析
- 十、企业发展战略

第十节 碧桂园控股有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业商铺地产业务重要性分析
- 三、企业总体经营业绩的比较分析
- 四、企业盈利能力的比较分析
- 五、企业偿债能力的比较分析
- 六、企业市场扩张能力比较分析
- 七、企业内部增长能力比较分析
- 八、地产业务进入城市数量比较分析
- 九、竞争优势分析
- 十、企业发展战略

第四部分 商铺地产行业发展前景

第十章 2015年中国商铺地产行业整体运行指标分析

第一节 中国商铺地产行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业建设规模分析

第二节 中国商铺地产行业产销分析

- 一、行业情况总体分析
 - 1、商铺地产发展阶段分析
 - 2、商铺地产企业的发展现状

二、行业销售收入总体分析

第三节 中国商铺地产行业财务指标总体分析

- 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

第十一章 影响企业经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

一、体验式的消费模式

二、线上线下相结合

三、大数据应用

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国商铺地产行业SWOT分析

一、商铺地产行业优势分析

二、商铺地产行业劣势分析

三、商铺地产行业机会分析

四、商铺地产行业威胁分析

第七节 商铺地产行业投融资分析

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、中国商铺地产企业融资分析

第五部分 商铺地产行业投资战略建议

第十二章 2017-2022年商铺地产行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

一、利好条件

1、大量资本涌入地产业的必然性

2、住宅地产开发的瓶颈与商铺地产的发展

二、行业发展的制约因素

第二节 产业投资机会分析

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、商铺地产行业投资机遇

1、35个大中城市商铺地产的市场供需基本面投资价值

2、35个大中城市商铺地产的城市投资价值

第三节 投资回报率比较高的投资方向

一、长三角地区投资机会分析

1、优质物业有更大发展空间

2、由开发时代转向运营时代

3、模式趋于国际化和专业化

4、商铺地产融资渠道多元化

二、广东地区商铺地产投资机会

第四节 新进入者应注意的障碍因素

- 一、政策风险及防范
- 二、供求风险及防范
- 三、投资策略风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、商铺地产结构风险及防范
- 七、其它风险及防范

第五节 营销分析与营销模式推荐

- 一、销售经营模式
- 二、物业项目的推广

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 商铺地产行业研究结论及建议

第二节 商铺地产子行业研究结论及建议

- 一、商铺地产健康发展的建议
- 二、商铺地产发展脉络

第三节 商铺地产细分市场研究结论及建议

- 一、商铺地产行业发展策略建议
- 二、商铺地产行业投资方向建议

图表目录

图表：2010-2015年美国工业生产同比增速

图表：全球经济与贸易增速

图表：2013-2015年国内生产总值增长速度

图表：2013-2015年社会零售总额增长率

图表：2013-2015年居民消费价格月增长速度

图表：2013-2015年中国居民人均收入实际增长速度

图表：2010-2015年中国居民恩格尔系数

图表：2013-2015年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2010-2015年商铺地产行业市场规模分析

图表：灰色关联度分析商铺地产需求度

图表：2010-2015年商铺地产销售面积分析

图表：2010-2015年商铺地产施工面积分析

图表：2010-2015年商铺地产新开工面积分析

图表：2010-2015年商铺地产竣工面积分析

图表：2010-2015年商铺地产待售面积分析

图表：2010-2015年商铺地产销售平均价格分析

图表：2015年华北地区商铺地产销售额分析

图表：2015年华中地区商铺地产销售额分析

图表：2015年华南地区商铺地产销售额分析

图表：2015年华东地区商铺地产销售额分析

图表：2015年东北地区商铺地产销售额分析

图表：2015年西南地区商铺地产销售额分析

图表：2015年西北地区商铺地产销售额分析

图表：2015年中国商铺地产集中度分析（省）

图表：2015年中国商铺地产集中度分析（市）

图表：2015年深圳市国际企业股份有限公司主营业务分析

图表：2015年深圳市国际企业股份有限公司资产负债情况分析

图表：2015年深圳市国际企业股份有限公司主要财务指标分析
(GYZX)

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/273895273895.html>