

2018-2023年中国购物中心行业发展调研及投资趋势研究报告

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年中国购物中心行业发展调研及投资趋势研究报告》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/295657295657.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、购物中心服务现状分析

几年来，随着市场经济的蓬勃发展，购物中心已成为中国消费市场的热门行业，其经营风格、服务特色、商品特性、购物环境受到国内众多消费者的青睐，购物中心的优势经营、发展潜力得到市场和消费者的高度认可。

在国际上，购物中心在欧美市场经历百年创业，其经营模式和管理模式已非常成熟，成为中国企业学习复制创新发展的主要标杆。从服务角度，主要表现在：一是外在服务环境，体现人性化的设计。购物环境与服务设施自然结合，给人以温馨自然、休闲自在的享受，服务功能齐备、服务项目齐全，为消费者提供了便捷和舒适的购物场所；二是内在的服务细节，体现周到贴心服务内涵。在服务过程中，每一个销售人员都是品牌文化的代言人，亲切亲和，营造了轻松和谐的购物氛围，体现出自助式购物的方便快捷，无障碍退换货赢得了顾客信赖；三是品牌规模、商品质量和较高的性价比，对消费者有极强的吸引力。在国内，购物中心也进入了快速发展的时期，新开业的购物中心商业项目，在环境设计、硬件设施已经与欧美的风格十分接近，在服务品质方面也正在努力向国际先进的服务理念学习，体现在购物环境舒适、导示系统清晰、服务设施完备、服务环境典雅、景观设置美观、服务功能齐全、注重服务细节，致力于研究顾客需求，为顾客提供多元化的服务。

购物中心在赢得消费者信赖的同时，也陷入了激烈竞争的漩涡之中，由于购物中心80%采取联营扣点购销模式，导致购物中心里的品牌和品种出现了严重的同质化现象，品牌重合率高，特色化服务不突出，极大地限制了购物中心的竞争空间。

与传统零售企业相比，购物中心还是存在较大的优势，近几年呈现出发展速度快、业绩增长快、发展起点高、服务水准高的特点。购物中心商业项目数量的增加，给了顾客更多的选择机会，但与此同时购物中心之间的竞争，已经不仅仅是简单的运营能力的竞争和销售业绩的竞争，未来面对的将是品牌竞争、服务竞争和顾客资源的竞争。

二、购物中心提升服务质量的应对之策

(一)在服务策划上

按照追求卓越的服务品质要求，根据企业自身业态特点和服务营销目标，满足顾客的显性需求，更关注顾客在享受服务过程中的体验和感受，以标准化服务为基础，以品牌化服

务为途径，构思设计服务项目和服务产品，形成服务的特色化。

(二)在服务提供上

应在服务过程的规范下，通过倡导企业服务理念，整合服务资源，建立国际化服务标准，制定相应服务措施，发挥员工积极作用，为顾客提供超值服务，同时更好地满足顾客差异化的需求，通过关注服务提供过程和结果，不断改进服务。

(三)在服务监控上

通过采取服务暗查、互查、评价等形式，进行内部各服务环节的监督检查。要定期开展顾客满意度调查、顾客意见调查，做到定期检查和日常检查相结合。实行服务外包准入制度，加强对外包服务单位的服务过程、结果质量的全面监督管理。

(四)在服务改善上

通过服务监督收集信息和数据，针对服务“短板”制定改进措施，实施闭环管理，运用相关管理工具，分类采取提升措施，做好顾客投诉处理工作和售后服务工作，使顾客投诉成为改善服务工作的起点，对需要改进的服务要实施标准化的管理。

(五)注重环境设计、环境管理和设施维护

为消费者提供舒适安全的购物环境和购物体验。以国际化服务为标准，制定环境管理标准(包括:卖场空气质量、温度、陈列、指引、灯光、背景音乐、卫生等);建立服务设施管理办法，形成设施管理标准和设备维护运行检查标准;实施企业内部服务环境的改造，提高设施设计能力，最大限度地满足顾客服务需求;完善安保服务保障体系，对应急预案、安保规范等进行修订和规范;建立外包服务准入制度，规范对外包服务提供商的管理和控制，确保服务提供符合企业服务定位要求。

(六)完善服务制度流程，规范服务系统

要围绕企业服务战略思想和目标，运用管理技术进一步系统梳理与整合服务制度和流程。一是完善售前、售中、售后服务管理制度、服务流程，确保制度、流程的规范性和可操作性;二是制定企业服务管理标准，包括:商品管理标准、营销活动管理标准、现场服务管理标准、环境服务管理标准、一线各服务岗位员工服务标准，各项服务标准的制定应从提升企

业服务品质，满足消费者需求的角度出发，充分体现严谨性、操作性和可衡量性，确保各项服务标准在服务运营中发挥管理、指导及监督作用。

中国报告网发布的《2018-2023年中国购物中心行业发展调研及投资趋势研究报告》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。

目录：

第一章：购物中心行业发展环境分析

1.1购物中心建设现状分析

1.1.1商业营业用房投资现状

1.1.2购物中心投资现状分析

1.1.3购物中心建设现状分析

1.2购物中心的分布分析

1.2.1购物中心的面积分布分析

（1）购物中心面积总体分布

（2）华东区购物中心面积分布

（3）华南区购物中心面积分布

（4）华中区购物中心面积分布

（5）华北区购物中心面积分布

（6）西南区购物中心面积分布

1.2.2购物中心的数量分布分析

（1）购物中心总数

（2）新开业大中型购物中心数

1.2.3购物中心的分布趋势分析

1.3购物中心的运营现状

1.3.1购物中心人均面积和租金走势分析

1.3.2体验式消费业态增速高于居民消费性支出增速

1.3.3国内典型城市购物中心开发情况

（1）一线城市购物中心开发情况

（2）二线城市购物中心开发情况

（3）三线城市购物中心开发情况

1.3.4购物中心发展趋势

第二章：购物中心行业业态分布与规划设计分析

2.1购物中心的业态分析

2.1.1购物中心的业态构成分析

（1）购物中心的业态构成

（2）购物中心的业态构成特点

2.1.2购物中心主/次力店分析

（1）主力店及次主力店的作用

（2）主力店及次主力店规模分析

（3）不同类型购物中心的主力店类型

2.1.3购物中心零售业态分析

2.1.4购物中心餐饮业态分析

2.1.5购物中心娱乐休闲业态分析

2.1.6购物中心的品牌分析

2.1.7购物中心的业态布局分析

2.2购物中心的业态组合

2.2.1业态规划的基本原则

2.2.2业态组合的比例控制

2.2.3提高娱乐休闲业态的比例

2.2.4各种业态间的客流联系

2.3购物中心的次/主力店规划

2.3.1租户在购物中心的功能角色划分

2.3.2核心租户（主力店）的定义与特征

2.3.3主力店和次主力店的标准

2.3.4次/主力店的选择

2.3.5购物中心主力店和次主力店格局变化

2.4购物中心的定位

2.4.1目标市场定位

2.4.2主题特色定位

2.4.3商业功能定位

2.4.4商业规模定位

2.4.5运营模式定位

2.4.6商业形象定位

2.5购物中心的布局分析

2.5.1空间布局分布

2.5.2业态布局分析

2.6购物中心的动线设计分析

2.6.1水平动线设计分析

（1）水平动线设计

（2）水平动线设计应用及评价

2.6.2垂直动线设计分析

2.6.3购物中心动线设计原则

第三章：购物中心行业经营模式与运营策略分析

3.1购物中心经营模式分析

3.1.1纯销售模式分析

3.1.2租售并举模式分析

3.1.3纯物业经营模式分析

3.1.4连锁摩尔模式分析

3.2购物中心租赁模式分析

3.2.1购物中心租赁模式分析

（1）收取固定租金模式

（2）流水倒扣模式

（3）保底加流水倒扣模式

3.2.2购物中心租赁模式现状

3.3购物中心管理模式分析

3.3.1购物中心管理模式分析

（1）自营管理模式分析

（2）委托管理模式分析

（3）顾问管理模式分析

3.3.2购物中心管理模式现状

（1）购物中心管理“四个统一”

（2）购物中心管理十个原则

（3）购物中心管理现状分析

3.4购物中心营销方式分析

3.4.1文化营销

3.4.2主题活动营销

3.4.3节日营销

3.4.4明星营销

3.4.5销售促进

3.4.6购物中心营销的趋势

第四章：购物中心行业不同区域市场投资机会分析

4.1线城市购物中心投资机会分析

4.1.1北京购物中心的投资机会分析

（1）北京购物中心投资环境分析

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）北京市商业网点布局规划解读

（2）北京购物中心投资建设分析

1）北京商业营业用房投资分析

2）北京购物中心投资现状分析

3）北京购物中心建设规模分析

4）北京购物中心发展阶段分析

5）北京购物中心发展特点分析

（3）北京购物中心投资机会分析

4.1.2上海购物中心的投资机会分析

（1）上海购物中心投资环境分析

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）上海市购物中心投资建设分析

1）上海商业营业用房投资分析

2）上海购物中心投资现状分析

3）上海购物中心建设规模分析

（3）上海购物中心投资机会分析

4.1.3深圳购物中心的投资机会分析

（1）深圳购物中心投资环境分析

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）深圳购物中心投资建设分析

1）深圳商业营业用房投资分析

2）深圳购物中心建设规模分析

3）深圳购物中心发展特点分析

（3）深圳购物中心运营现状

1）出租率

2）营业额

3）业态变化

（4）深圳购物中心投资机会分析

4.1.4广州购物中心的投资机会分析

（1）广州购物中心投资环境分析

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

（2）广州购物中心投资建设分析

1）广州商业营业用房投资分析

2）广州购物中心建设规模分析

3）广州购物中心发展特点分析

（3）广州购物中心投资机会分析

4.2线城市购物中心投资机会分析

4.2.1武汉购物中心的投资机会分析

（1）武汉购物中心投资环境分析

1）武汉经济运行状况分析

2）武汉零售业发展状况分析

3）武汉的主要商圈分析

（2）武汉购物中心投资建设分析

1）武汉商业营业用房投资分析

2）武汉购物中心建设规模分析

3）武汉购物中心发展特点分析

（3）武汉购物中心投资机会分析

4.2.2重庆购物中心的投资机会分析

(1) 重庆购物中心投资环境分析

1) 重庆经济运行状况分析

2) 重庆零售业发展状况分析

3) 重庆的主要商圈分析

4) 重庆商业网点布局规划解读

(2) 重庆购物中心投资建设分析

1) 重庆商业营业用房投资分析

2) 重庆购物中心建设规模分析

3) 重庆购物中心发展特点分析

(3) 重庆购物中心投资机会分析

4.2.3成都购物中心的投资机会分析

(1) 成都购物中心投资环境分析

1) 成都经济运行状况分析

2) 成都零售业发展状况分析

3) 成都的主要商圈分析

4) 成都商业网点布局规划解读

(2) 成都购物中心投资建设分析

1) 成都商业营业用房投资分析

2) 成都购物中心建设规模分析

3) 成都购物中心发展特点分析

(3) 成都购物中心投资机会分析

4.3线城市购物中心的投资机会分析

4.3.1线城市购物中心开发主力

4.3.2线城市购物中心开发SWOT分析

4.3.3线城市购物中心投资机会

第五章：购物中心行业标杆投资/运营企业分析

5.1购物中心投资/运营开发商分析

5.1.1大连万达商业地产股份有限公司分析

(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

5.1.2华润置地有限公司分析

(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

5.1.3 上海世茂股份有限公司分析

(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

5.1.4 武汉南国置业股份有限公司分析

(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

5.1.5 金融街控股股份有限公司分析

(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

5.1.6 广州富力地产股份有限公司分析

(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

5.2 购物中心投资/运营零售商分析

5.2.1 银座集团股份有限公司分析

(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

5.2.2 文峰大世界连锁发展股份有限公司分析

(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

5.2.3中百控股集团股份有限公司分析

- (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

5.2.4茂业商业股份有限公司分析

- (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

5.2.5深圳天虹商场股份有限公司分析

- (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

5.2.6王府井集团股份有限公司

- (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

第六章：购物中心行业发展趋势与前景分析

6.1购物中心行业发展前景预测

6.1.1购物中心行业存在的问题

6.1.2购物中心行业发展的对策

6.1.3购物中心行业的发展前景

6.2购物中心行业发展趋势预判

6.2.1购物中心未来发展整体趋势

- (1) “智慧化”将成购物中心标配
- (2) 购物中心模式重构运营商将成主导
- (3) 转型艰难，百货店化或是发展方向

6.2.2按位置分不同类型购物中心发展趋势

- (1) 都市型购物中心发展趋势分析
- (2) 区域型购物中心发展趋势分析
- (3) 社区型购物中心发展趋势分析

（4）郊区型购物中心发展趋势分析

6.2.3购物中心行业经营发展趋势

（1）经营主题化、差异化

（2）营运百货店化、精细化

图表目录

图表1：我国商业营业用房完成投资额及同比增速（单位：亿元，%）

图表2：我国购物中心投资金额及其在商业营业用房投资中的比例（单位：亿元，%）

图表3：我国购物中心开工面积分布（单位：万平方米，%）

图表4：我国购物中心开业面积分布（单位：万平方米，%）

图表5：华东区城市购物中心开工和开业总面积TOP15（单位：万平方米）

图表6：华东区城市购物中心开工面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表7：华东区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表8：华南区城市购物中心开工和开业总面积TOP15（单位：万平方米）

图表9：华南区城市购物中心开工面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表10：华南区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表11：华中区城市购物中心开工和开业总面积TOP15（单位：万平方米）

图表12：华中区城市购物中心开工面积（单位：万平方米，%）

（GYZJY）

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/shangchang/295657295657.html>