

2016-2022年中国休闲化商业市场运营态势与十三五投资动向研究报告

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《2016-2022年中国休闲化商业市场运营态势与十三五投资动向研究报告》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/247047247047.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国休闲化商业市场运营态势与十三五投资动向研究报告》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、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研究分析。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：

第一部分 休闲化商业业态发展

第一章 休闲化商业业态理论研究

第一节 商业业态的内涵界定及分类

一、单体商业业态（零售购物、餐饮服务、文化娱乐）

二、组合商业业态主要包括购物中心和特色商业街

第二节 商业业态演进理论研究

一、车轮理论

二、适者生存理论

三、综合化与专业化循环理论

四、辩证过程理论

五、真空地带理论

六、生命周期理论

第三节 消费观念和消费方式的变迁

一、发展型需求、享受型需求成为重要的消费趋势

二、消费体验成为影响人们进行商业消费的重要变量

第四节 休闲化商业业态将成为大势所趋

一、商业业态混合化打造一站式消费体验

二、商业业态娱乐化成为休闲化商业业态的重要手段

三、商业业态文化化是休闲化商业业态的重要表征

第二章 商业业态与城市发展研究

第一节 中国城市商业发展与商业业态发展的两个特点

- 一、现代商业业态在中国城市的发展中担当主角
- 二、现代商业业态在中国大型城市中导入发展快但生命周期缩短

第二节 中国城市现代商业业态发展演变的因素分析

- 一、超级市场 (Supermarket)
- 二、大型综合超市 (大卖场Hypermarket)
- 三、便利店(CVS)——上海——中国便利店发展的摇篮

第三节 商业业态规划

第四节 休闲商业业态表征

- 一、商业业态混合化打造一站式消费体验
- 二、商业业态娱乐化成为休闲商业业态重要手段
- 三、商业业态文化化是休闲商业业态的重要表征

第三章 2015年中国休闲商业化运行环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2015年中国休闲商业市场政策环境分析

- 一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析 (快速消费品)
- 二、相关行业政策
- 三、法律法规

第三节 2015年中国休闲商业市场社会环境分析

- 一、居民消费情况观念
- 二、人们生活品质提高

第四章 2015年中国休闲商业业态整体运行新形势透析

第一节 2015年中国休闲商业业态动态聚焦

- 一、休闲商业地产搅动商圈变局
- 二、休闲商业模式挺进大粤北

第二节 2015年中国休闲商业特点分析

- 一、she侈性
- 二、个性化和市场高度细分
- 三、学习与体验

四、升级换代更新快

五、复合功能经营形态

六、高增殖性

七、休闲的环境及产品集聚共生

八、以人为本的人文关怀

第三节 2015年中国休闲商业现状综述

一、中国商业地产开发热 休闲商业项目比例占大头

二、休闲街商业网点业态结构研究

第二部分 休闲化单体商业业态研究

第五章 零售购物

第一节 精品服饰专卖店

第二节 时尚用品专卖店

第三节 户外运动装备

第四节 旅游商品专卖店

第六章 特色餐厅

第一节 素食餐厅

第二节 自助餐厅

第三节 休闲餐厅

第四节 音乐餐厅

第五节 画廊餐厅

第六节 名人餐厅

第七节 水晶餐厅

第七章 咖啡茶饮

第一节 咖啡酒吧

一、动感激情吧

二、艺术沙龙吧

三、温馨浪漫吧

四、自由休闲吧

五、浓情咖啡吧

六、特殊体验吧

七、数字艺术吧

八、影视故事吧

第二节 茶艺茶馆

一、文化旺角茶馆

二、特色茶餐厅

三、特色茶饮馆

第八章 美容健身

第一节 健康美容

一、科技美容

二、商务美容业

三、男士美容院

四、3S美容院

第二节 SPA

第三节 健身娱乐

一、户外运动俱乐部

二、都市健身中心

第九章 文化娱乐

第一节 连锁书店

一、会员制书店

二、多功能书店

三、休闲图书馆

第二节 画廊艺馆

一、画廊

二、艺术馆

三、博物馆

第三节 视听娱乐

一、电影院

二、小剧院

三、数字娱乐

第四节 生活娱乐

一、厨艺培训

二、花艺培训

三、陶艺休闲吧

第十章 室内乐园

第一节 儿童体验城

一、美国Wannado乐园

二、东京儿童职场体验城Kidzania

第二节 水上乐园

第三节 欢乐世界

一、汤姆熊欢乐世界

二、三丽鸥室内彩虹乐园

第十一章 旅游度假

第一节 旅游服务

一、旅行社

二、旅游中介服务

三、网络旅游服务

第二节 度假酒店

一、分时度假酒店

二、产权式度假酒店

三、特色度假酒店

第三部分 休闲化组合商业业态研究

第十二章 2015年中国购物中心深度调研

第一节 购物中心的一般特征

一、购物中心的主要设施

1、商业

2、餐饮

3、文化娱乐

4、服务

5、附属设施

二、购物中心在商业业态设置布局原则

三、购物中心的商业招商与经营管理原则

第二节 购物中心可分为八种类型

第三节 休闲化购物中心的打造

一、通过时尚精品的汇聚打造时尚/专卖中心

二、通过主题娱乐设施打造主题/欢乐中心

三、基于开放围合形态打造户外生活方式中心

第十三章 2015年中国购物中心的运营分析

第一节 2015年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、按国际购物中心协会的分类

六、根据业态复合度划分

第二节 2015年中国购物中心的经营策略探讨

- 一、购物中心成功运营的关键要素
- 二、购物中心面临的经营难题及应对策略
- 三、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2015年中国购物中心的管理思路分析

- 一、购物中心的管理特性及走势浅析
- 二、购物中心的信息化管理策略探讨
- 三、购物中心的工程管理方案剖析
- 四、购物中心的管理建议

第四节2015年中国购物中心的完整营销推广方案探索

- 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、拟定完整的营销推广策略
- 四、建立一支营销推广的专业团队

第五节2015年中国购物中心的价值评估与盈利方法分析

- 一、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

第十四章 2015年中国特色商业街透析

第一节 特色商业街特征及类型

第二节 2015年中国特色商业街概况

- 一、我国商业步行街发展大体经历了3个阶段
 - 1、单纯的商业场所，光顾者以购物为主；
 - 2、更多体现以人为本思想，配套功能相继出现；
 - 3、成为社会活动中心
- 二、呈现出以下的特点：
 - 1、注重规模集群效应
 - 2、建筑风格多样化
 - 三、著名的特色商业步行街数量
 - 四、中国著名商业步行街和中国特色商业步行街评选标准

第三节 2015年中国休闲化特色商业街的打造

- 一、通过多功能组合打造特色商业街
- 二、基于异域文化打造特色风情街

三、基于产品特色打造特色商业街

四、基于建筑特色打造特色商业街

第四节 2015年中国特色商业步行街

一、北京马连道茶叶一条街

二、天津古文化街

三、杭州丝绸城

四、上海虹梅休闲街

五、重庆山药广场

六、昆明金马碧鸡旅游商城

七、沈阳三好街

八、东莞富民商业步行街

九、宁波天一广场

十、成都科技一条街

第五节 2015年中国商业步行街的主要表现形态及代表

一、商业服务最繁华的街路，功能定位以经营综合性商业为主

二、历史传统街路，功能定位突出以吃为主

三、行业特色街路，功能定位主要经营专业商品

第六节 我国商业步行街存在的问题及原因探析

一、建筑风格完全照搬照抄，缺乏商业步行街自身的灵魂

二、功能配置不合理，特色不够鲜明

三、过度商业化，缺乏本土特色的历史文化内涵

四、商业步行街旅游、休闲娱乐功能不足，基础设施欠缺

第十五章 2016-2022年中国休闲商业新趋势探析

第一节 2016-2022年中国休闲商业地产发展趋势

一、追求生活的享受，休闲第一

二、环境第一

三、业态专精

四、消费高端

五、开发成本低，经营利润高

第二节 2016-2022年中国休闲商业业态潜在的商业机会和商业挑战

一、SHOPPINGMALL发展结构性过剩

二、专业市场与特色商业街行情看涨

三、主题商业的开发逐渐成趋势

图表目录（部分）

图表：2013-2015年3季度中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国三产业增加值结构图

图表：2014-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2013-2015年3季度我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2013-2015年3季度我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2013-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2013-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2015年中国工业增加值增长趋势图

图表：2014-2016年我国工业增加值分季度增速

图表：2013-2015年3季度我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2013-2015年3季度我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2013-2015年3季度我国财政收入支出走势图

图表：2010年-2015年人民币兑美元汇率中间价

图表：2014-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2015年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2013-2015年中国外汇储备走势图

图表：2008-2015年央行利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2013-2015年3季度中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2013-2015年3季度我国货物进出口总额走势图

图表：2013-2015年3季度中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2013-2015年中国就业人数走势图

图表：2013-2015年中国城镇就业人数走势图

图表：2013-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2013-2015年我国总人口数量增长趋势图

图表：2015年人口数量及其构成

图表：2013-2015年3季度我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2015年我国广播和电shi节目综合人口覆盖率走势图

图表：2013-2015年中国城镇化率走势图

图表：2013-2015年3季度我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

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/247047247047.html>