

中国购物中心行业发展趋势分析与未来前景研究 报告（2026-2033年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国购物中心行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2026-2033年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202606/799312.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

观研天下分析分析：2026年，中国购物中心行业正站在从“规模红利”向“运营红利”转型的历史性关口。2025年全国新开购物中心约350座，同比下滑超24%，创下2013年以来新低，但近20%为存量改造项目——这并非行业衰退的信号，而是“质量竞争”时代的正式开启。

政策端迎来最强红利期：《城市更新“十五五”规划》从消费基础设施升级、存量资产盘活、REITs退出通道打通、土地政策松绑四大维度为行业打开万亿级存量市场；国务院《关于推进服务业扩能提质的意见》支持购物中心开展“一店一策”改造，融合首店经济、策展体验、亲子社交等多元业态。

竞争端，行业已形成多梯队格局——华润万象生活2025年收租307亿元，商业航道毛利率高达63.1%；龙湖商业租金收入112.1亿元，成功穿越债务周期；新城控股吾悦广场对公司总毛利贡献从33%跃升至63%。

1、购物中心行业定义

购物中心是多种零售店铺、服务设施集中在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。它通常包括数十个甚至数百个服务场所，业态涵盖大型综合超市、专业店、专卖店、餐饮店及各类服务设施，是现代城市商业体系的重要组成部分。按照规模和服务辐射范围，购物中心可分为邻里中心、社区中心、区域中心、超区域中心。按商业定位划分，购物中心可分为高端重奢（如恒隆广场、SKP）、品质时尚（如万象城、大悦城）、家庭大众（如万达广场、吾悦广场）、主题特色（如奥莱、文创街区）等类型。

购物中心分类（按规模和服务辐射范围划分）

类型

建筑面积

核心特征

主要业态

邻里中心

1-3万平方米

服务周边1-2公里居民

生鲜超市、便利店、药店、餐饮

社区中心

3-5万平方米

服务3-5公里范围

超市、影院、餐饮、儿童游乐

区域中心

5-10万平方米

服务10-20分钟车程

百货、影院、大型超市、快时尚

超区域中心

10万平方米以上

城市级商业地标

重奢品牌、高端餐饮、体验业态

资料来源：观研天下整理

2、《城市更新“十五五”规划》，释放购物中心市场投资利好

2026年5月28日，国务院正式印发《城市更新“十五五”规划》（国发〔2026〕12号）。作为“十五五”时期全国城市更新工作的总纲，从消费基础设施升级到存量资产盘活，从街区改造到REITs退出，从土地混合开发到功能灵活转换——这些与商业不动产、城市商贸消费等直接相关的制度安排，实质上为对于零售商业打开了一个万亿级的存量市场。

《城市更新“十五五”规划》关于商业核心要点

要点

简述

消费基础设施升级

规划明确提出“推动消费基础设施改造升级，发展首发经济、银发经济、冰雪经济、低空经济、赛事经济、体验经济等”，消费基础设施不再是“翻新外立面”式的硬件升级，而是围绕新经济形态的场景重构。

存量资产盘活

规划要求“全面摸清城市存量资产资源底数”，“盘活闲置低效的老旧厂房、商业办公用房”等，为不良资产并购重组提供了顶层政策依据。

REITs退出通道打通

规划明确“推动符合条件的城市更新项目发行基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）、资产证券化产品等”。“开发—运营—证券化退出—再投资”的资本循环正式形成。

土地政策松绑

规划制定了“土地混合开发和空间复合利用的正面清单”，5年过渡期政策大幅降低存量资产改造的试错成本。

资料来源：观研天下整理

同时，国务院日前印发《关于推进服务业扩能提质的意见》，为商业发展细化路径和明确方向。一方面，支持购物中心开展“一店一策”改造，鼓励其融合首店经济、策展体验、亲子社交等多元业态，打造一站式消费新地标，提升商业场景的吸引力；另一方面，重点支持商业不动产存量盘活、设备更新以及智慧化与绿色化升级，为商业不动产高质量发展保驾护航。

3、我国购物中心新开业增量放缓，存量改造加速

数据显示，2025年全国新开购物中心约350座，开业节奏较2024年明显放缓，创下2013年以来新低，同比下滑超24%。不过，这一趋势并非行业衰退的信号，而是标志着“质量竞争”

时代的正式开启——近20%为存量改造再开业项目，实际新建物业不足300个。

数据来源：观研天下整理

从新开项目的企业分布来看，珠海万达商管（20个）、华润万象生活（14个）、龙湖集团（13个）、印力集团（9个）、招商商管（8个）、爱琴海集团（8个）、吾悦商管（5个）等头部企业仍是市场供给的主力军。由此可见，购物中心行业新增供给总量持续收缩，存量改造与运营效率提升已成为企业关注的核心方向，这标志着市场已从“增量扩张”正式迈入“存量精耕”的新发展阶段。

数据来源：观研天下整理

4、我国购物中心行业形成多梯队竞争格局

目前，我国购物中心行业已形成多梯队的竞争格局。第一梯队是以珠海万达商管、华润万象生活、新城控股（吾悦商管）、龙湖集团、印力集团为代表的全国布局头部企业，这些企业项目数量多、覆盖区域广、品牌影响力强，在规模化运营和资源整合方面优势显著——2025年，华润万象生活全年收租307亿元，旗下135座购物中心全年销售额2660亿元。公司实现营收180.2亿元，同比增长5.1%；核心净利润增长13.7%至39.5亿元，盈利增速显著跑赢营收增速，盈利能力持续强化。其中，商业航道作为绝对的利润引擎，收入同比增长10.1%至69.06亿元，毛利率高达63.1%。

数据来源：观研天下整理

龙湖商业正式开启“百Mall”大门，2025年租金收入112.1亿元，毛利率超50%，成功穿越债务周期；新城控股商业2025年运营总收入140.9亿元，物业出租及管理毛利率高达70%，吾悦广场对公司总毛利贡献从33%跃升至63%。

第二梯队是以恒隆地产、太古地产、新鸿基地产、九龙仓集团为代表的港资高端运营商，这些企业聚焦一线及强二线城市核心地段，专注高端商业运营，项目定位精准、设计精良、运营精细——太古地产核心溢利大增27%，恒隆启动“V.3”战略从扩张转向深耕，九龙仓集团扭亏为盈、净负债清零。

第三梯队是区域龙头企业，以地方性商业集团为代表，深耕特定区域市场，在本地拥有较强品牌认知和客群基础。

与此同时，头部企业普遍采取“轻重并举”的发展策略，轻资产模式已成为存量盘活的重要路径，服务场景全面拓展至文旅商业、产业园区、地铁上盖、老旧街区等多元领域，全周期管理输出成为行业趋势，企业核心竞争力正从“单一环节能力”向“全链条能力”全面升级。

5、购物中心行业正从依赖规模扩张的“规模红利”时代，全面转向以精细化运营为核心的“运营红利”时代

综上所述，观研天下分析师认为：我国购物中心行业正从依赖规模扩张的“规模红利”时代，

全面转向以精细化运营为核心的“运营红利”时代，其未来发展围绕“存量提质”与“场景再造”展开。

具体来看，在空间供给层面，核心城区老旧商业的有机更新，催生了“小体量、高坪效、强社交”的社区型商业形态，相较于大体量盒子式购物中心，这类项目更能精准满足周边居民的品质生活需求，运营效率与抗风险能力更为突出。

在内容与体验层面，深度体验与主题化正成为构筑差异化壁垒的关键。购物中心加速向“策展型”和“主题化”方向演化，通过引入沉浸式展览、小众文化社群、主题市集等内容，用情感连接与体验价值替代单纯的商品交易，从而在竞争白热化的存量市场中建立难以复制的差异化优势。

在商业模式升级上，投资、开发、运营、退出的专业化分工日趋明晰，具备全周期资产管理能力的头部运营商通过轻资产输出和品牌溢价，能够以更低的资本投入获取更大的市场份额。与此同时，科技赋能运营效率正从辅助工具走向核心决策环节。

AI选址决策、客流智能分析、数字孪生管理等数字化工具的应用，使运营商能够从粗放式管理转向数据驱动的精细化运营，显著提升招商调改效率和会员复购率。最后，在可持续发展维度，绿色低碳与ESG正从加分项变为行业准入门槛。绿色建筑标准认证和节能减排运营管理逐步成为标配，ESG表现将直接影响购物中心资产的估值水平与融资成本，成为衡量长期竞争力的核心标尺。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

· 关于行业报告

行业报告是业内企业、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的必备工具，本报告是全面了解本行业、制定正确竞争战略和投资决策的重要依据。

· 报告内容涵盖

观研报告网发布的《中国购物中心行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，帮助业内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。

· 报告数据来源

报告数据来源包括：国家统计局、海关总署等国家统计局部门；行业协会、科研院所等业内权威机构；各方合作数据库以及观研天下自有的数据中心；以及对业内专家访谈调研的一手数据信息等。

我们的数据已被官方媒体、证券机构、上市公司、高校部门等多方认可并广泛引用。（如需数据引用案例请联系观研天下客服索取）

报告主要图表介绍

图（部分）

表（部分）

2021-2025年行业市场规模

行业相关政策

2021-2025年行业产量

行业相关标准

2021-2025年行业销量

PEST模型分析结论

2025年行业成本结构情况

行业所属行业企业数量分析

2021-2025年行业平均价格走势

行业所属行业资产规模分析

2021-2025年行业毛利率走势

行业所属行业流动资产分析

2021-2025年行业细分市场1市场规模

行业所属行业销售规模分析

2026-2033年行业细分市场1市场规模及增速预测

行业所属行业负债规模分析

2021-2025年行业细分市场2市场规模

行业所属行业利润规模分析

2026-2033年行业细分市场2市场规模及增速预测

所属行业产值分析

2021-2025年全球行业市场规模

所属行业盈利能力分析

2025年全球行业区域市场规模分布

所属行业偿债能力分析

2021-2025年亚洲行业市场规模

所属行业营运能力分析

2026-2033年亚洲行业市场规模预测

所属行业发展能力分析

2021-2025年北美行业市场规模

企业1营业收入构成情况

2026-2033年北美行业市场规模预测

企业1主要经济指标分析

2021-2025年欧洲行业市场规模

企业1盈利能力分析

2026-2033年欧洲行业市场规模预测

企业1偿债能力分析

2026-2033年全球行业市场规模分布预测

企业1运营能力分析

2026-2033年全球行业市场规模预测

企业1成长能力分析

2025年行业区域市场规模占比

企业2营业收入构成情况

2021-2025年华东地区行业市场规模

企业2主要经济指标分析

2026-2033年华东地区行业市场规模预测

企业2盈利能力分析

2021-2025年华中地区行业市场规模

企业2偿债能力分析

2026-2033年华中地区行业市场规模预测

企业2运营能力分析

2021-2025年华南地区行业市场规模

企业2成长能力分析

2026-2033年华南地区行业市场规模预测

企业3营业收入构成情况

2021-2025年华北地区行业市场规模

企业3主要经济指标分析

2026-2033年华北地区行业市场规模预测

企业3盈利能力分析

2021-2025年东北地区行业市场规模

企业3偿债能力分析

2026-2033年东北地区行业市场规模预测

企业3运营能力分析

2021-2025年西南地区行业市场规模

企业3成长能力分析

2026-2033年西南地区行业市场规模预测

企业4营业收入构成情况

2021-2025年西北地区行业市场规模

企业4主要经济指标分析

2026-2033年西北地区行业市场规模预测

企业4盈利能力分析

2026-2033年行业市场分布预测

企业4偿债能力分析

2026-2033年行业投资增速预测

企业4运营能力分析

2026-2033年行业市场规模及增速预测

企业4成长能力分析

2026-2033年行业产值规模及增速预测

企业5营业收入构成情况

2026-2033年行业成本走势预测

企业5主要经济指标分析

2026-2033年行业平均价格走势预测

企业5盈利能力分析

2026-2033年行业毛利率走势

企业5偿债能力分析

行业所属生命周期

企业5运营能力分析

行业SWOT分析

企业5成长能力分析

行业产业链图

企业6营业收入构成情况

.....

.....

图表数量合计

130+

· 关于我们

观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队以及十四年的数据累积资源，研究领域覆盖到各大小细分行业，已经为上万家企业单位、政府部门、咨询机构、金融机构、行业协会、高等院校、行业投资者等提供了专业的报告及定制报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章 购物中心 行业基本情况介绍

第一节 购物中心 行业发展情况概述

一、购物中心 行业相关定义

二、购物中心 特点分析

三、购物中心 行业供需主体介绍

四、购物中心 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国购物中心 行业发展历程

第三节 中国购物中心行业经济地位分析

第二章 中国购物中心 行业监管分析

第一节 中国购物中心 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国购物中心 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对购物中心 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 中国购物中心 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国购物中心 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国购物中心 行业环境分析结论

第四章 全球购物中心 行业发展现状分析

第一节 全球购物中心 行业发展历程回顾

第二节 全球购物中心 行业规模分布

一、2021-2025年全球购物中心 行业规模

二、全球购物中心 行业市场区域分布

第三节 亚洲购物中心 行业地区市场分析

一、亚洲购物中心 行业市场现状分析

二、2021-2025年亚洲购物中心 行业市场规模与需求分析

三、亚洲购物中心 行业市场前景分析

第四节 北美购物中心 行业地区市场分析

一、北美购物中心 行业市场现状分析

二、2021-2025年北美购物中心 行业市场规模与需求分析

三、北美购物中心 行业市场前景分析

第五节 欧洲购物中心 行业地区市场分析

一、欧洲购物中心 行业市场现状分析

二、2021-2025年欧洲购物中心 行业市场规模与需求分析

三、欧洲购物中心 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球购物中心 行业分布走势预测

第七节 2026-2033年全球购物中心 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国购物中心 行业运行情况

第一节 中国购物中心 行业发展介绍

一、购物中心行业发展特点分析

二、购物中心行业技术现状与创新情况分析

第二节 中国购物中心 行业市场规模分析

一、影响中国购物中心 行业市场规模的因素

二、2021-2025年中国购物中心 行业市场规模

三、中国购物中心行业市场规模数据解读

第三节 中国购物中心 行业供应情况分析

一、2021-2025年中国购物中心 行业供应规模

二、中国购物中心 行业供应特点

第四节 中国购物中心 行业需求情况分析

一、2021-2025年中国购物中心 行业需求规模

二、中国购物中心 行业需求特点

第五节 中国购物中心 行业供需平衡分析

第六章 中国购物中心 行业经济指标与需求特点分析

第一节 中国购物中心 行业市场动态情况

第二节 购物中心 行业成本与价格分析

一、购物中心行业价格影响因素分析

二、购物中心行业成本结构分析

三、2021-2025年中国购物中心 行业价格现状分析

第三节 购物中心 行业盈利能力分析

一、购物中心 行业的盈利性分析

二、购物中心 行业附加值的提升空间分析

第四节 中国购物中心 行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第五节 中国购物中心 行业的经济周期分析

第七章 中国购物中心 行业产业链及细分市场分析

第一节 中国购物中心 行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、购物中心 行业产业链图解

第二节 中国购物中心 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对购物中心 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对购物中心行业的影响分析

第三节 中国购物中心行业细分市场分析

一、中国购物中心行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

(细分市场划分详情请咨询观研天下客服)

第八章 中国购物中心行业市场竞争分析

第一节 中国购物中心行业竞争现状分析

一、中国购物中心行业竞争格局分析

二、中国购物中心行业主要品牌分析

第二节 中国购物中心行业集中度分析

一、中国购物中心行业市场集中度影响因素分析

二、中国购物中心行业市场集中度分析

第三节 中国购物中心行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第四节 中国购物中心行业竞争结构分析(波特五力模型)

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第九章 中国购物中心行业所属行业运行数据监测

第一节 中国购物中心行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国购物中心 行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国购物中心 行业所属行业财务指标分析

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

第十章 中国购物中心 行业区域市场现状分析

第一节 中国购物中心 行业区域市场规模分析

一、影响购物中心 行业区域市场分布的因素

二、中国购物中心 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区购物中心 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区购物中心 行业市场分析

1、2021-2025年华东地区购物中心 行业市场规模

2、华东地区购物中心 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区购物中心 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区购物中心 行业市场分析

1、2021-2025年华中地区购物中心 行业市场规模

2、华中地区购物中心 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区购物中心 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区购物中心 行业市场分析

1、2021-2025年华南地区购物中心 行业市场规模

2、华南地区购物中心 行业市场现状

3、2026-2033年华南地区购物中心 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区购物中心 行业市场分析

1、2021-2025年华北地区购物中心 行业市场规模

2、华北地区购物中心 行业市场现状

3、2026-2033年华北地区购物中心 行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区购物中心 行业市场分析

1、2021-2025年东北地区购物中心 行业市场规模

2、东北地区购物中心 行业市场现状

3、2026-2033年东北地区购物中心 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区购物中心 行业市场分析

1、2021-2025年西南地区购物中心 行业市场规模

2、西南地区购物中心 行业市场现状

3、2026-2033年西南地区购物中心 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区购物中心 行业市场分析

1、2021-2025年西北地区购物中心 行业市场规模

2、西北地区购物中心 行业市场现状

3、2026-2033年西北地区购物中心 行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国购物中心 行业市场规模区域分布预测

第十一章 购物中心 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国购物中心 行业发展前景分析与预测

第一节 中国购物中心 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国购物中心 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国购物中心 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国购物中心 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国购物中心 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国购物中心 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国购物中心 行业成本与价格预测

一、2026-2033年中国购物中心 行业成本走势预测

二、2026-2033年中国购物中心 行业价格走势预测

第五节 2026-2033年中国购物中心 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国购物中心 行业需求偏好预测

第十三章 中国购物中心 行业研究总结

第一节 观研天下中国购物中心 行业投资机会分析

一、未来购物中心 行业国内市场机会

二、未来购物中心行业海外市场机会

第二节 中国购物中心 行业生命周期分析

第三节 中国购物中心 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国购物中心 行业SWOT分析结论

第四节 中国购物中心 行业进入壁垒与应对策略

第五节 中国购物中心 行业存在的问题与解决策略

第六节 观研天下中国购物中心 行业投资价值结论

第十四章 中国购物中心 行业风险及投资策略建议

第一节 中国购物中心 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第二节 中国购物中心 行业风险分析

一、购物中心 行业宏观环境风险

二、购物中心 行业技术风险

三、购物中心 行业竞争风险

四、购物中心 行业其他风险

五、购物中心 行业风险应对策略

第三节 购物中心 行业品牌营销策略分析

一、购物中心 行业产品策略

二、购物中心 行业定价策略

三、购物中心 行业渠道策略

四、购物中心 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议