

2020-2026年中国建筑信息 模型（BIM）产业发展现状与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国建筑信息模型（BIM）产业发展现状与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/163657.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

根据《建筑信息模型施工应用标准》(GB/T51235-2019)，建筑信息模型(BIM)是指在建设工程及设施全生命周期内，对其物理和功能特性进行数字化表达，并依此设计、施工、运营的工程和结果的总称。BIM是以建筑工程项目的各项相关信息数据作为基础，通过数字信息仿真模拟建筑物所具有的真实信息，是集成建筑项目全生命周期从设计到运维的各种相关信息的工程数据模型。

随着我国建筑行业的发展以及信息科学技术的进步，在对于建筑工业化要求提高的背景下，我国BIM行业市场规模逐步扩大，但我国目前BIM技术应用率相比发达国家仍旧有着较为明显的差距，随着技术进步和行业发展，未来拥有着广阔的增长空间。

建筑信息模型行业的发展与建筑业息息相关，在我国建筑业迅速发展之下，加上近年来我国信息技术快速发展的助推以及国家推进建筑业工业化、智能化，我国BIM行业市场规模迅速扩大。2018年我国BIM行业市场规模仅仅约4926万元，2012年我国BIM行业市场规模突破1亿元。2014年我国BIM行业市场规模增长至4亿元，同比增长64.6%。到了2019年我国BIM行业市场规模达到6.7亿元，截止到2019年我国BIM行业市场规模超9亿元，同比增长36.2%。2019年我国BIM行业市场规模将达12.2亿元，同比增长35%。

报告目录

第1章：中国建筑信息模型市场发展综述

1.1 建筑信息模型市场概述

1.1.1 建筑信息模型的概念分析

1.1.2 建筑信息模型的特性分析

1.2 建筑信息模型市场发展环境分析

1.2.1 市场经济环境分析

1.2.2 市场政策环境分析

1.2.3 市场社会环境分析

1.2.4 市场技术环境分析

1.3 建筑信息模型市场发展机遇与威胁分析

第2章：中国建筑信息模型市场发展状况分析

2.1 全国建筑信息模型市场发展状况分析

2.1.1 建筑信息模型市场状态描述总结

- 2.1.2 建筑信息模型市场经济特性分析
- 2.1.3 建筑信息模型市场市场规模分析
- 2.1.4 建筑信息模型市场竞争情况分析
- 2.1.5 建筑信息模型市场发展痛点分析
- 2.2 重点地区建筑信息模型推广应用状况分析
 - 2.2.1 北京市建筑信息模型推广应用分析
 - 2.2.2 广东省建筑信息模型推广应用分析
 - 2.2.3 浙江省建筑信息模型推广应用分析
 - 2.2.4 江苏省建筑信息模型推广应用分析
 - 2.2.5 上海市建筑信息模型推广应用分析

第3章：中国建筑信息模型市场领先企业案例分析

- 3.1 建筑信息模型市场企业发展总体概况
 - 3.1.1 建筑信息模型市场企业规模排名情况
 - 3.1.2 建筑信息模型市场领先企业销售收入
 - 3.1.3 建筑信息模型市场领先企业利润总额
- 3.2 国内建筑信息模型领先企业案例分析
 - 3.2.1 上海延华智能科技（集团）股份有限公司
 - 3.2.2 晨越建设项目管理集团股份有限公司
 - 3.2.3 北京超图软件股份有限公司
 - 3.2.4 启迪设计集团股份有限公司
 - 3.2.5 深圳市明咨工程顾问有限公司
 - 3.2.6 广联达科技股份有限公司
 - 3.2.7 北京弘高创意建筑设计股份有限公司
 - 3.2.8 深圳广田集团股份有限公司
 - 3.2.9 上海同筑信息科技有限公司
 - 3.2.10 浙江亚厦装饰股份有限公司
 - 3.2.11 华东建筑集团股份有限公司
 - 3.2.12 深圳市莱纳建筑工程顾问有限公司
 - 3.2.13 上海隧道工程股份有限公司
 - 3.2.14 北京建谊投资发展（集团）有限公司

第4章：建筑信息模型市场投资潜力与策略规划

4.1 建筑信息模型市场发展前景预测

4.1.1 市场生命周期分析

4.1.2 市场发展前景预测

4.1.3 市场发展趋势分析

4.2 建筑信息模型市场投资潜力分析

4.2.1 市场投资现状分析

4.2.2 市场进入壁垒分析

4.2.3 市场经营模式分析

4.2.4 市场投资风险预警

4.3 建筑信息模型市场投资策略与建议

4.3.1 市场投资价值分析

4.3.2 市场投资机会分析

4.3.3 市场投资策略与建议

图表目录

图表1：美国Building SMART International对BIM（建筑信息模型）的定义

图表2：建筑信息模型（BIM）整体结构

图表3：建筑信息模型的特性简析

图表4：2013-2019年中国国内生产总值及其增速变化情况（单位：万亿元，%）

图表5：2013-2019年中国建筑业增加值变化情况（单位：亿元，%）

图表6：2013-2019年中国建筑业增加值占国内生产总值的比重变化情况（单位：%）

图表7：2013-2019年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）

图表8：2013-2019年建筑业固定资产投资（不含农户）变化情况（单位：亿元，%）

图表9：2019年中国主要经济指标预测（单位：%）

图表10：建筑信息模型国家标准

图表11：建筑信息模型行业标准

图表12：建筑信息模型（BIM）地方标准

图表13：中国建筑信息模型市场相关政策汇总

图表14：中国建筑信息模型市场发展规划汇总

图表15：《2020-2026年建筑业信息化发展纲要》解读

图表16：2013-2019年我国建筑信息模型行业相关专利申请数量变化图（单位：项）

图表17：2013-2019年建筑信息模型行业相关专利公开数量变化图（单位：项）

图表18：中国建筑信息模型市场发展机遇与威胁分析

图表19：中国建筑信息模型市场状态描述总结表

图表20：中国建筑信息模型市场经济特性分析

图表21：2013-2019年中国建筑信息模型市场市场规模趋势图（单位：万元）

图表22：国内的BIM厂商分类

图表23：BIM软件厂商分类

图表24：BIM咨询服务厂商分类

图表25：2019年上市BIM厂商经营情况（单位：万元，%）

图表26：2019年上市BIM厂商净利润（单位：万元）

图表27：2019年上市BIM厂商毛利率与净利率（单位：%）

图表28：2019年上市企业BIM业务收入及增速（单位：万元，%）

图表29：2019年上市BIM业务收入及占比（单位：万元，%）

图表30：中国建筑信息模型市场发展存在的问题分析

2020-2026年中国购物中心市场深度分析与市场供需预测报告

2020-2026年中国购物中心市场深度分析与市场供需预测报告，购物中心行业发展环境分析，购物中心行业业态分析，购物中心行业不同区域市场投资机会分析。

2019年，百货购物中心从大而全的操作模式往主题化、精细化的方向转变，购物中心与百货之间也逐渐模糊概念化，此类业态统一朝着多元化、主题化、休闲化发展。尤其北京的城市商业发力迅速，各大商家纷纷借助新零售手段，打通线上线下商业板块的多渠道推广，同时通过大数据运营获取市场数据，重构零售业竞争壁垒。

统计数据显示，2019年第二季度中国购物中心发展指数为66.1，同比上升1.3，环比下降1.4，高出荣枯线16.1，购物中心市场仍处于健康发展的状态。其中，现状指数为61.9，环比下降2.5，主要受部分二三线城市整体出租率和客流下降影响；预期指数为72.4，环比上升0.3，并高出荣枯线22.4，表明企业对下半年保持信心和乐观的预期。

报告目录

第1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 购物中心发展指数情况
 - 1.1.4 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) 购物中心区域分布
 - (3) 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

第2章：购物中心行业业态分析

- 2.1 购物中心的业态分析
 - 2.1.1 购物中心的业态构成
 - 2.1.2 传统百货购物中心业态构成
 - 2.1.3 新兴购物中心业态构成
- 2.2 购物中心体验式业态分析

2.2.1 体验式购物中心特点

2.2.2 体验式购物中心发展现状

2.2.3 体验式购物中心主要业态分析

(1) 餐饮业态

(2) 文化业态

(3) 电影业态

(4) 运动业态

(5) 医疗业态

(6) 书店业态

(7) 真人游戏业态

2.2.4 体验式购物中心案例分析

2.2.5 体验式购物中心发展前景

2.3 购物中心零售业态分析

2.3.1 购物中心零售业态特点

2.3.2 购物中心零售业态发展现状

2.3.3 购物中心零售业态案例分析

2.3.4 购物中心零售业态发展前景

2.4 购物中心业态组合方式

2.4.1 业态组合需考虑的因素

2.4.2 业态组合最适宜的楼层及面积

2.4.3 大业态组合方式

2.4.4 业态组合注意事项

第3章：购物中心行业不同区域市场投资机会分析

3.1 线城市购物中心投资机会分析

3.1.1 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

3.1.2 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

3.1.3 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

3.1.4 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

3.2 线城市购物中心投资机会分析

3.2.1 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

3.2.2 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

3.2.3 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

3.3 线城市购物中心的投资机会分析

3.3.1 线城市购物中心开发主力

3.3.2 线城市购物中心开发SWOT分析

3.3.3 线城市购物中心投资机会

第4章：购物中心行业标杆投资/运营企业分析

4.1 购物中心投资/运营开发商分析

4.1.1 大连万达商业地产股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业购物中心的开发分析

(4) 企业购物中心项目经营状况分析

(5) 企业购物中心开发的优劣势分析

(6) 企业购物中心最新投资动向分析

(7) 企业其他发展动向分析

4.1.2 华润置地有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

（2）企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（3）企业购物中心的开发分析

（4）企业购物中心项目经营状况分析

（5）企业购物中心开发的优劣势分析

（6）企业购物中心最新投资动向分析

（7）企业其他发展动向分析

4.1.3 上海世茂股份有限公司分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（3）企业购物中心的开发分析

（4）企业购物中心项目经营状况分析

（5）企业购物中心开发的优劣势分析

（6）企业其他发展动向分析

4.1.4 武汉南国置业股份有限公司分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（3）企业购物中心的开发分析

- (4) 企业购物中心项目经营状况分析
- (5) 企业购物中心开发的优劣势分析
- (6) 企业其他发展动向分析

4.1.5 金融街控股股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业购物中心的开发分析
- (4) 企业购物中心项目经营状况分析
- (5) 企业购物中心开发的优劣势分析
- (6) 企业其他发展动向分析

4.1.6 广州富力地产股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业购物中心的开发分析
- (4) 企业购物中心项目经营状况分析
- (5) 企业购物中心开发的优劣势分析
- (6) 企业其他发展动向分析

4.2 购物中心投资/运营零售商分析

4.2.1 银座集团股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业总体经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业购物中心的开发分析

(4) 企业购物中心业务经营状况分析

(5) 企业购物中心开发的优劣势分析

(6) 企业其他发展动向分析

4.2.2 文峰大世界连锁发展股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业购物中心的开发分析

(4) 企业购物中心业务经营状况分析

(5) 企业购物中心开发的优劣势分析

4.2.3 中百控股集团股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业购物中心的开发及经营分析

(4) 企业购物中心业务经营状况分析

(5) 企业购物中心开发的优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

4.2.4 茂业商业股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业购物中心的开发分析

(4) 企业购物中心开发的优劣势分析

(5) 企业其他发展动向分析

4.2.5 天虹商场股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业购物中心的开发分析

(4) 企业购物中心开发的优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

4.2.6 王府井集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业总体经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业购物中心的开发分析

(4) 企业购物中心开发的优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

第5章：购物中心行业发展趋势与前景分析

5.1 购物中心行业发展前景预测

5.1.1 购物中心行业存在的问题

5.1.2 购物中心行业发展的对策

5.1.3 购物中心行业的发展前景

5.2 购物中心行业发展趋势预判

5.2.1 购物中心未来发展整体趋势

5.2.2 购物中心业态发展趋势

5.2.3 购物中心行业经营发展趋势

图表目录

图表1：2013-2019年我国商业营业用房完成投资额及同比增速（单位：亿元，%）

图表2：2013-2019年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3：2014-2019年我国购物中心开工面积分布（单位：万平方米，%）

图表4：2014-2019年我国购物中心开业面积分布（单位：万平方米，%）

图表5：2019年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6：2014-2019年华东区城市购物中心开工面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表7：2014-2019年华东区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表8：2019年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9：2014-2019年华南区城市购物中心开工面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表10：2014-2019年华南区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表11：2019年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12：2014-2019年华中区城市购物中心开工面积（单位：万平方米，%）

图表13：2014-2019年华中区重点城市购物中心开业面积（单位：万平方米，%）

图表14：2019年华北区城市购物中心开工和开业总面积TOP15（单位：万平方米）

图表15：2014-2019年华北区城市购物中心开工面积（单位：万平方米，%）

图表16：2014-2019年华北区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表17：2019年西南区城市购物中心开工和开业总面积（单位：万平方米）

图表18：2014-2019年西南区城市购物中心开工面积（单位：万平方米，%）

图表19：2014-2019年西南区城市购物中心开业面积TOP10（单位：万平方米，%）

图表20：2013-2019年中国已开业购物中心数量（单位：家）

图表21：2019年中国购物中心城市分布数量图（单位：家）

图表22：2019年国内城市购物中心开业数量TOP20（单位：个）

图表23：2019年中国拟开业购物中心区域分布（单位：%）

图表24：2019年全国新开业大中型购物中心情况（单位：家）

图表25：2019年各大地产商新开业大中型购物中心数量（单位：个）

图表26：2019年各城市新开业大中型购物中心数量（单位：个）

图表27：2019年各省份新开业大中型购物中心数量（单位：个）

图表28：中国不同等级城市购物中心人均面积（单位：平方米/人）

图表29：2013-2019年购物中心租金走势图（单位：元/平方米/天）

图表30：2013-2019年体验式消费业态与居民消费性支出增速情况（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163657.html>