

# 2023-2029年中国购物中心 行业发展态势与投资策略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国购物中心行业发展态势与投资策略报告》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/202309/406657.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国购物中心行业发展态势与投资策略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 购物中心行业发展综述 13

第一节 购物中心的定义与分类 13 一、购物中心的定义 13 （一）国际购物中心协会定义 13 （二）日本购物中心协会定义 13 （三）商务部定义 13 二、购物中心的分类 13 （一）国内外的划分标准 14 （二）建筑综合体分类 15 第二节 购物中心的特点 15 一、购物中心的空间特点 15 二、购物中心的运营特点 16 第三节 大型购物中心相关概述 17 一、大型购物中心含义分析 17 二、大型购物中心特点分析 18 第四节 世界购物中心发展情况 19 一、世界购物中心的兴起及深层原因 19 二、世界购物中心的演变历程 21 三、世界大型购物中心的典型模式解析 24 第二章 中国购物中心关联产业发展分析 27 第一节 中国房地产业发展分析 27 一、房地产开发景气指数 27 二、土地开发及购置情况 27 三、房地产开发投资情况 28 四、房地产开发资金来源 30 五、中国房地产商品房建筑面积 31 六、中国房地产商品房销售情况 32 第二节 中国零售业发展分析 34 一、中国零售业发展规模分析 34 二、百家零售企业零售额分析 35 三、外资零售企业发展情况 36 四、中国零售业发展情况分析 37 （一）国庆黄金周市场零售业情况 37 （二）春节黄金周区域零售市场规模分析 38 （三）中国零售业发展建议 40 第三节 中国社会消费现状分析 40 一、中国GDP增长情况分析 40 二、中国人口总量与结构 42 三、全社会消费品零售总额 43 四、城乡居民收入增长分析 45 五、城乡居民消费情况分析 46 （一）城乡居民消费支出情况 46 （二）农村居民消费特点分析 47 六、居民消费信心指数分析 48 第三章 中国购物中心发展分析 50 第一节 购物中心在中国的发展历程 50 一、雏形阶段（20世纪80年代末） 50 二、形成阶段（20世纪90年代） 50 三、高速发展阶段（21世纪10年代初） 50 第二节 中国购物中心发展现状分析 51 一、中国购物中心发展规模分析 51 二、购物中心发展的推动因素 52 （一）城镇化和服务业增长 52 （二）地方政府的推动力量 52 三、中国购物中心分布特点 53 四、购物中心业态组成分析 57 五、中国购物中心发展指数分析 58 （一）上海购物中心发展指数 58 （二）北京购物中心发展指数 59 （三）深圳购物中心发展指数 60 （四）广州购物中心发展指数 61 六、中国购物中心开发投资情况 62 第三节 购物中心的发展方向分析 64 一、购物中心功能定位 64 二、购物中心运营因素 65 （一）消费者认为的运营因素 65 （二）商户认为的运营因素 66 （三）开发商认为的运营因素 67 三、购物中心业态组合 68 四、网络购物与商场购物 68 五、中国购物中心企业前十 70 六、购物中心拓展方向 70 七、品牌购物中心情况 71 八、品牌商户未来发展趋势 72 第四节 消费者

购物中心购物体验分析 73 一、消费者在购物中心的行為分析 73 二、影响消费者满意度的因素分析 74 (一) 商戶类型 74 (二) 交通便利度 75 (三) 购物消费体验 75 第五节 中国购物中心零售业并购交易 75 第四章 中国购物中心运营状况解析 78 第一节 中国购物中心定位分析 78 一、休闲娱乐型定位 78 二、主题购物型定位 78 三、生活邻里型定位 79 第二节 购物中心经营模式分析 79 一、纯销售模式 79 二、租售并举模式 80 三、纯物业经营模式 81 第三节 购物中心投资收益分析 81 一、盈利模式选择 81 二、投资成本构成 82 三、各业态租金 83 四、投资回报率 83 (一) 商业经营 84 (二) 品牌输出 85 第四节 购物中心开发分析 85 一、购物中心开发流程 85 (一) 总体概述 85 (二) 调研与论证 86 (三) 立项与决策 86 (四) 选址与选型 87 (五) 规划与设计 88 (六) 融资与招商 89 二、购物中心开发可行性 90 (一) 可行性分析的内容 90 (二) 总体策划设计要点 92 (三) 营销策划要点 95 (四) 大型购物中心物业管理 96 三、购物中心开发策略 97 第五节 购物中心的业态组合方法 99 一、商圈研究 99 二、业态分类 99 三、租戶权重 99 四、业态配比 100 五、分区布局 100 六、租约与期限 101 七、品牌建设 101 第六节 购物中心连锁品牌商戶调研分析 102 一、商戶业态分布 102 二、商戶经营模式选择 102 三、商戶未来开店计划 103 四、商戶开店场所分析 103 五、选择购物中心的优先考虑因素 104 六、商戶对购物中心的评价与期许 105 七、购物中心营销策略对促进销售的作用 106 第五章 中国购物中心竞争格局分析 107 第一节 购物中心的发展周期研究 107 一、购物中心的经济周期 107 二、购物中心的成长性与波动性 108 三、购物中心的成熟度 109 第二节 购物中心竞争格局综述 109 一、购物中心集中度分析 109 二、购物中心的竞争程度 109 三、购物中心城市竞争力 109 第三节 大型购物中心企业竞争状况 111 一、领导企业的市场力量 111 二、追随企业的竞争力 112 第四节 大型购物中心国际竞争者的影响分析 112 一、外资抢滩中国购物中心市场 112 二、大型购物中心国际进入情况分析 112 三、国内外大型购物中心企业的SWOT比较分析 113 第六章 中国购物中心成功案例分析 115 第一节 太古汇购物中心 115 一、购物中心基本情况分析 115 二、购物中心所在商圈竞争 115 三、传统高端消费习性分析 115 四、传统高端消费市场竞争 116 第二节 北京西单大悦城 117 一、购物中心基本情况分析 117 二、购物中心组织布局分析 118 三、购物中心品牌引进分析 118 四、购物中心流程设计分析 119 第三节 北京世纪金源购物中心 120 一、购物中心基本情况分析 120 二、购物中心整体规划分析 120 三、购物中心市场定位分析 120 四、购物中心经营情况分析 121 第四节 深圳华润中心?万象城 121 一、购物中心基本情况分析 121 二、购物中心竞争优势分析 121 三、购物中心主力店铺分析 122 四、购物中心物业管理分析 122 第五节 北京燕莎奥特莱斯 123 一、购物中心基本情况分析 123 二、购物中心经营理念分析 123 三、购物中心业态布局分析 123 四、购物中心品牌引入分析 124 第六节 上海奥特莱斯 124 一、购物中心基本情况分析 124 二、购物中心配套设施情况 124 三、购物中心品牌布局分析 125 四、购物

中心建筑布局分析 125 第七章 中国购物中心投资运营企业分析 127 第一节 大连万达商业地产股份有限公司 127 一、企业基本情况介绍 127 二、购物中心运营分析 127 三、企业经营情况分析 129 四、企业发展战略分析 130 第二节 凯德集团 130 一、企业基本情况介绍 130 二、购物中心运营分析 131 三、企业经营情况分析 132 四、企业发展战略分析 133 第三节 华润置地有限公司 133 一、企业基本情况介绍 133 二、购物中心运营分析 134 三、企业经营情况分析 134 四、企业发展战略分析 135 第四节 上海世贸股份有限公司 136 一、企业基本情况介绍 136 二、购物中心运营分析 136 三、企业经营情况分析 136 四、企业发展战略分析 138 第五节 中粮地产(集团)股份有限公司 139 一、企业基本情况介绍 139 二、购物中心运营分析 139 三、企业经营情况分析 140 四、企业发展战略分析 142 第六节 文峰大世界连锁发展股份有限公司 142 一、企业基本情况介绍 142 二、购物中心运营分析 143 三、企业经营情况分析 143 四、企业发展战略分析 145 第七节 恒隆地产有限公司 145 一、企业基本情况介绍 145 二、购物中心运营分析 146 三、企业经营情况分析 147 四、企业资本运作策略 147 第八节 茂业国际控股有限公司 148 一、企业基本情况介绍 148 二、购物中心运营分析 148 三、企业经营情况分析 150 四、企业未来发展展望 152 第九节 天虹商场股份有限公司 152 一、企业基本情况介绍 152 二、购物中心运营分析 153 三、企业经营情况分析 153 四、企业发展战略分析 155 第十节 深圳市益田集团股份有限公司 156 一、企业基本情况介绍 156 二、企业组织架构分析 156 三、购物中心运营分析 158 四、企业发展战略分析 158 第八章 中国购物中心建设投融资与招商分析 168 第一节 购物中心的投融资分析 168 一、购物中心的投资特点 168 二、购物中心建设的融资渠道 168 (一) 银行贷款 168 (二) 项目融资 169 (三) 分拆上市 169 (四) 买壳上市 169 (五) 典当融资 170 (六) 金融租赁 170 (七) 房地产信托 171 (八) 发行企业债 171 (九) 投资担保融资 171 (十) 民间私募基金 172 (十一) 海外私募基金 172 第二节 购物中心的招商分析 172 一、购物中心招商指导原则 172 二、购物中心招商的类型 175 (一) 招商顺序 175 (二) 商家开店模式 177 (三) 招商策略 178 (四) 商家招商的用途 178 (五) 商家租金的计算方式 178 三、购物中心招商的基础 179 (一) 主力店招商工作的基础 179 (二) 其他招商工作的基础 180 四、购物中心招商推进计划 180 (一) 开发前期 180 (二) 开发期(开发至开业前6-9个月) 181 (三) 开业(开业前6-9个月) 181 (四) 开业后及远期 181 第九章 中国购物中心发展前景与策略建议 182 第一节 中国购物中心发展前景分析 182 一、中国购物中心发展环境预测 182 (一) 中国房地产市场展望 182 (二) 中国商业地产发展前景分析 184 二、中国购物中心发展规模预测 187 三、购物中心体量变化趋势 187 第二节 中国购物中心发展趋势分析 189 一、产业发展与经济社会发展紧密相连 189 二、融合、变异实现大型购物中心的创新 190 三、购物中心逐渐朝小型化发展 190 四、泛购物中心成发展趋势 190 五、区域型购物中心或成主流 191 第三节 中国购物中心投资建设风险分析 192 一

、自然风险 192 二、政策风险 192 三、社会风险 192 四、经济风险 194 五、技术风险 195 六  
、内部决策与管理风险 196 第四节 中国购物中心投资建议 197 一、大型购物中心的前期规划  
设计 197 二、量身打造大型购物中心 197 三、人力资源战略 197 四、大型购物中心的公共关  
系 198 略&bull;&bull;&bull;&bull;;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/406657.html>