

2021-2027年中国大型购物中心市场深度分析与行业竞争对手分析报告

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

《2021-2027年中国大型购物中心市场深度分析与行业竞争对手分析报告》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/202106/225046.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

购物中心也称购货中心。在一定区域内有计划地集结在一起的大型综合性商业网点群。是20世纪50年代以来在西方国家兴起的一种商业组织形式。战后，西方国家城市居民为逃避交通拥挤和城市污染，纷纷迁居城郊，为满足此类富裕居民的需要，购物中心由此应运而生。它一般由投资者根据实际需要，在统一规划、设计的基础上兴建，然后招商租赁所有承租的商店共同使用公共设施，也分担公共支出，彼此既互相联系，又相互竞争。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国大型购物中心市场深度分析与行业竞争对手分析报告》共十三章。首先介绍了大型购物中心行业市场发展环境、大型购物中心整体运行态势等，接着分析了大型购物中心行业市场运行的现状，然后介绍了大型购物中心市场竞争格局。随后，报告对大型购物中心做了重点企业经营状况分析，最后分析了大型购物中心行业发展趋势与投资预测。您若想对大型购物中心产业有个系统的了解或者想投资大型购物中心行业，本报告是您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：

第一章 大型购物中心相关概述

第一节 大型购物中心特征分析

一、占地面积大

二、公用空间大

三、停车场大

四、建筑规模大

五、货物全

第二节 大型购物中心

一、Shopping Mall的物业管理服务要求

二、Shopping Mall的起源与蔓延

第三节 大型购物中心与其他业态的区别

一、与传统商业街的比较

二、与百货公司及量贩店的比较

三、对百货公司、量贩店的影响

第二章 2019年世界大型购物中心运行状况分析

第一节2019年世界购物中心发展概述

一、世界购物中心的兴起及深层原因

二、世界购物中心的演变历程

三、世界大型购物中心的典型模式解析

第二节2019年世界各地大型购物中心发展走势

一、美国式购物中心（大型摩尔购物中心的起源地）

二、以法国为代表的欧洲式购物中心（缩小版的美国式购物中心）

三、日本式购物中心（特大百货商厦型购物中心）

四、香港、新加坡式购物中心

五、以菲律宾、泰国为代表的东南亚式连锁摩尔购物中心

第三节2019年世界各国大型购物中心发展态势

一、欧洲：购物中心发展势头迅猛

二、美国：组合优化专业管理

三、德国：市区的优势

四、英国：选准位置找准客户

五、巴西：购物中心发展前景看好

六、新加坡：规划科学节约第一

七、奥地利维也纳：公众监督合理竞争

第三章 2019年全球十大购物中心运行浅析

第一节华南购物中心

第二节金源时代购物中心

第三节SM Mall of Asia

第四节西爱德蒙顿购物中心

第五节SM Megamall

第六节柏嘉雅时代广场

第七节北京购物中心

第八节正佳广场

第九节SM City North EDSA

第十节普鲁士国王购物中心

第四章 2019年中国购物中心产业运行环境解析

第一节2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、货币供应量
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口
- 十、中国物价涨幅

第二节2019年中国购物中心产业政策环境分析

- 一、购物中心开发的经济背景和政策
- 二、中国将采取七大措施搞活流通扩大消费
- 三、中国起草大型购物中心监管规定
- 四、中国物价调控政策
- 五、相关政策法规
 - 1、国内缺统一标准
 - 2、商务部发布《纲要》，要控制发展大型购物中心
 - 3、商务部将出台规范，新建购物中心将分级严控

第三节2019年中国购物中心产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第五章 2019年中国购物中心发展分析

第一节2019年中国购物中心发展概况

一、中国购物中心发展的历史阶段剖析

二、中国购物中心发展的特点解析

三、中国shopping mall发展态势剖析

第二节2019年中国购物中心开发的影响因素

一、购物中心与经济发展紧密联系

二、消费和生活方式对购物中心的影响

三、购物中心开发量与城市化水平的相关性

四、中国购物中心区域分布特征

第三节2019年中国区域型购物中心的发展分析

一、中国不同类型购物中心的基本概况

二、区域型购物中心的定位与特点

三、中国区域型购物中心发展潜力广阔

四、中国区域型购物中心开发的问题及对策

第四节购物中心消费者心理及行为透析

一、消费心理的深入分析

二、消费者购买行为分析

三、产品制造环节的细节设计

四、产品销售环节的细节设计

第六章 2019年中国大型购物中心运行新形势分析

第一节中国大型购物中心发展历程

一、萌芽阶段

二、起步阶段

三、发展阶段

第二节2019年中国大型购物中心运行简况

一、发展迅速

二、实力较强，世界十大购物中心中国占四席

三、呈多元化发展格局

四、长三角购物中心数量占全国1/4

五、外资青睐购物中心

第三节2019年中国大型购物中心发展存在的问题

- 一、中国大型购物中心发展速度超越消费能力
- 二、大型购物中心存在四大问题倾向
- 二、大型购物中心自身发展存在问题
- 三、大型购物中心结构性矛盾突出
- 四、购物中心发展面临的困境

第七章 2019年中国大型购物中心的开发管理探析

第一节大型购物中心开发的主要流程

- 一、总体概述
- 二、调研与论证
- 三、立项与决策
- 四、选址与选型
- 五、规划与设计
- 六、融资与招商

第二节大型购物中心的市场调查要素

- 一、调查的范围
- 二、调查对象
- 三、问卷设计
- 四、调查方式
- 五、数据处理分析方法

第三节大型购物中心开发的决策基础探析

- 一、问题演变的过程
- 二、深入剖析大型购物中心开发决策的基础因素
- 三、开发商应认真了解消费市场的需求情况

第四节大型购物中心的选址依据

- 一、以区位和交通人口状况为依据
- 二、以用地经济状况为基准
- 三、以用地的物理状况为基准

第五节大型购物中心的规划要点透析

- 一、大型购物中心的位置
- 二、大型购物中心的规模
- 三、大型购物中心的形状

四、超级市场的位置

五、停车设备

六、街廓及道路计划

七、建筑配置计划

八、商业空间系统规划

九、造型、景观设计构想

第六节浅析大型购物中心的业态定位

一、项目区位

二、商圈条件

三、项目规模

四、市场竞争

五、商户沟通

六、建筑设计

七、业态分布

第七节大型购物中心的项目招商分析

一、招商流程简述

二、项目招商的基础

三、招商原则探讨

第八节SHOPPING MALL项目开发的可行性探究

一、可行性分析的内容

二、总体策划设计要点

三、营销策划要点

四、大型购物中心物业管理

第九节2019年中国大型购物中心的开发策略

一、开发的基本思路 and 关键控制因素

二、定位不应脱离“特色”

三、要注重自身价值的创造与提高

第八章 2019年中国大型购物中心的运营分析

第一节大型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、按国际大型购物中心协会的分类

六、根据业态复合度划分

第二节大型购物中心的经营策略探讨

一、大型购物中心成功运营的关键要素

二、大型购物中心面临的经营难题及应对策略

三、大型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

第三节大型购物中心的管理思路分析

一、大型购物中心的管理特性及走势浅析

三、大型购物中心的工程管理方案剖析

四、大型购物中心的管理建议

第四节探索大型购物中心的完整行销推广方案

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、拟定完整的行销推广策略

四、建立一支行销推广的专业团队

第五节大型购物中心的价值评估与盈利方法分析

一、大型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

第六节中国大型购物中心的新型盈利模式

一、小型店中店、租金+流水

二、四成零售业+六成餐饮娱乐服务业

三、订单商业

四、外资零售巨头试水新业态

第九章 2019年中国大型购物中心竞争状况分析

第一节2019年大型购物中心的发展周期分析

一、大型购物中心的经济周期

二、大型购物中心的增长性与波动性

三、大型购物中心的成熟度

第二节2019年中国大型购物中心竞争格局综述分析

一、大型购物中心集中度分析

二、大型购物中心的竞争程度

三、市场竞争激烈催旺国内主题购物中心

第三节2019年中国大型购物中心企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、追随企业的竞争力

第四节2019年大型购物中心国际竞争者的影响分析

一、外资抢滩中国购物中心市场

二、大型购物中心国际进入情况分析

三、国内外大型购物中心企业的SWOT比较分析

第五节2019年中国大型购物中心区域竞争态势分析

一、华北地区

二、华东地区

三、华南地区

四、西北地区

五、东北地区

六、华中地区

七、西南地区

第十章 2019年中国重点区域大型购物中心运行动态分析

第一节北京大型购物中心发展情况

一、大型购物中心市场状况

二、大型购物中心放量激增，商场透支商圈

三、市场展望

四、北京开始控制购物中心发展

第二节上海大型购物中心发展情况

一、上海大型购物中心发展特点

二、品牌匮乏成上海购物中心发展“瓶颈”

三、发展趋势

第三节广东大型购物中心发展情况

一、发展阶段

二、发展的特点

三、发展的趋势

第十一章 中国重点大型购物中心运营状况同比分析

第一节华南购物中心

一、中心概况

二、北大资源重组华南Mall

三、运营情况

第二节金源时代购物中心

一、中心概况

二、项目定位

三、经营情况

第三节正佳广场

一、发展概况

二、经营情况

三、孕育了三家主题百货公司

第四节华润万象城

一、发展概况

二、经营理念与经营战略

三、营销思路

四、物业管理体系

第十二章 2021-2027年中国大型购物中心发展趋势分析

第一节2021-2027年中国大型购物中心发展趋势分析

一、购物中心渐成商业地产主流

二、中国购物中心迈向金融与运营并进时代

三、从日本香港MALL看中国MALL的发展趋势

第二节2021-2027年中国大型购物中心发展的三大方向分析

一、改变单一的封闭式趋筑模式，发展具有开放式建筑格局的购物中心

二、改变“重购物”“轻休闲”的模式，发展具有丰富休闲功能的购物中心

三、改变贪大求全现象，发展具有特色主题的中小型购物中心

第三节2021-2027年中国大型购物中心市场供需状况预测分析

第十三章 2021-2027年中国大型购物中心发展趋势及投资建议

第一节2021-2027年中国大型购物中心发展的趋势

一、产业发展与经济社会发展紧密相连

二、融合、变异实现大型购物中心的创新

三、购物中心逐渐朝小型化发展

四、泛购物中心成发展趋势

五、区域型购物中心或成主流

第二节2021-2027年中国大型购物中心投融资情况分析

一、大型购物中心的投资特点

二、大型购物中心的融资

三、大型购物中心贷款偿还的方式

第三节2021-2027年中国大型购物中心投资建议

一、大型购物中心的前期规划设计

二、量身打造大型购物中心

三、人力资源战略

四、大型购物中心的公共关系

部分图表目录

图表 1 购物中心的分类

图表 2 欧洲购物中心分布

图表 3 欧洲各国购物中心人均面积

图表 4 2015年—2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表 5 2019年居民消费价格主要数据

图表 6 2015年—2019年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 7 2015年—2019年工业增加值月度同比增长率（%）

图表 8 2015年—2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表 9 2015年—2019年货币供应量月度同比增长率（%）

图表 10 2015年—2019年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表 11 2015年—2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表 12 2015年—2019年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表 13 中国购物中心发展历史阶段

图表 14 中国购物中心分布示意图

图表 15 “三大”经济圈购物中心数量比例图

图表 16 中国购物中心城市分布数量图

图表 17 “三大”经济圈所辖城市购物中心普及度

图表 18 购物中心开发流程

图表 19 大型购物中心开发流程

图表 20 前期市场调研

图表 21 购物中心项目开发外部因素构成

图表 22 购物中心项目开发外部市场环境调研

图表 23 生活结构调查

图表 24 城市结构调查

图表 25 零售业结构调查

图表 26 消费者的调查

图表 27 竞争对手的调查

图表 28 商圈的构成

图表 29 目标市场定位流程

图表 30 购物中心经营定位

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/225046.html>