

# 2013-2017年中国购物中心 市场运行态势及未来发展趋势报告

## 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

《2013-2017年中国购物中心市场运行态势及未来发展趋势报告》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/201306/94581.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

购物中心产业已成为最重要的零售经营方式之一，而且已远远突破商品零售的界限，它对一个城市的商业环境改善、消费与休闲方式的改变、投资结构的优化、对经济繁荣的贡献等越来越显示出它的重要性和生命力。

超大规模购物中心（Shopping Mall）产生于二十世纪初，五六十年代在美国等发达国家盛行，掀起了商业经营方式的新浪潮，并逐渐以其购物、餐饮、休闲、娱乐、旅游等综合性经营模式与完美的环境配套设施而风靡欧、美、日及东南亚国家。

我国的购物中心建设起步较晚，开始于20世纪90年代初期，最早的项目是位于珠江三角洲的天河城购物中心，但是近年来以飞快的速度向前发展。

近年来，购物中心在我国方兴未艾，对购物中心的兴建如火如荼，而且其兴建的速度和规模惊人。截至2011年底，我国开业的购物中心达到2795家，其中一线城市拥有821家，二线城市仅次于一线，累计开业达752家，三线城市购物中心累计开业量达到544家。

在中国，Shopping Mall的概念越来越时髦，如果对目前的商业地产做一个评价的话，Shopping Mall无疑是最热门的业态。Shopping Mall在欧美的成功与这类项目高附加值的连带效应让投资商怦然心动，于是，Shopping Mall也渐成为一种新的投资风向，受到投资者的追捧。在国内已掀起了一股购物中心的开业热潮，诸如北京中关村、望京、金融街等地一批大型Shopping Mall遍地开花。

经济的发展为中国购物中心的诞生、推广和普及奠定了日益稳固的基础，特别是进入21世纪以来，在经济发展的推动下，购物中心在中国以日新月异的节奏展现和变化着自身的产业规模、产业形态，也越清晰地勾勒出中国购物中心的产业前景。区域性购物中心将成为未来10-15年中国大陆下一个有利可图的地产领域。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国购物中心市场运行态势及未来发展趋势报告》共八章。首先介绍了购物中心的定义、分类，Shopping Mall的概念、特点及与其他商业业态的区别等，接着分析了国际国内及我国主要省市购物中心的发展状况。然后对购物中心的开发、运营、典型范例做了细致分析，最后重点分析了购物中心的投资潜力，并科学预测了其未来前景趋势。您若想对购物中心有个系统的了解或者想投资购物中心开发运营，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。

## 第一章 购物中心相关概述

### 第一节 购物中心简介

- 一、国内外购物中心的概念
- 二、购物中心的分类
- 三、购物中心需要科学的定义与分类方法
- 四、购物中心的一般特点简述

### 第二节 大型购物中心（SHOPPING、MALL）简析

- 一、shopping、mall的概念
- 二、shopping、mall的特点
- 三、shopping、mall的物业管理服务要求
- 四、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 世界购物中心分析

### 第一节 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、全球购物中心发展现状
- 四、世界各地大型购物中心发展走势
- 五、世界大型购物中心的典型模式解析
- 六、世界十大知名购物中心介绍

### 第二节 美国

- 一、美国购物中心发展简况
- 二、美国大型购物中心市场份额悄然回升
- 三、美国大型购物中心经营管理的特点
- 四、美国超级购物中心面临的难题及应对策略
- 五、美国典型shopping、mall发展特色

### 第三节 日本

- 一、日本购物中心的大规模兴起与扩张

- 二、日本购物中心趋向小型化发展
- 三、日本大型购物中心开发持续升温
- 四、日本典型shopping、mall发展特色

#### 第四节 欧洲

- 一、欧洲兴起大型购物中心开发热潮
- 二、德国购物中心发展进程及趋向
- 三、英国大型购物中心发展状况
- 四、奥地利维也纳大型购物中心发展状况
- 五、土耳其购物中心发展动态
- 六、未来欧洲投资购物中心机遇良好

#### 第五节 其他地区

- 一、新加坡购物中心发展状况浅析
- 二、新加坡购物中心的管理特色透析
- 三、印度购物中心发展势头强劲
- 四、巴西购物中心产业发展概况
- 五、越南河内购物中心投资规划

### 第三章 中国购物中心发展分析

#### 第一节 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、中国购物中心发展现状
- 三、中国购物中心发展态势分析
- 四、中国购物中心从开发时代向运营时代转变
- 五、中国购物中心发展的特点解析
- 六、中国shopping、mall发展态势剖析
- 七、市场竞争激烈催旺国内主题购物中心

#### 第二节 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 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 郊外型购物中心发展分析

- 一、对郊外型购物中心概述
- 二、商业集聚的原理
- 三、郊外型购物中心建设的风险
- 四、郊外型购物中心经营的难点

#### 第五节 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

#### 第六节 中国购物中心发展存在的问题

- 一、我国购物中心发展存在的问题
- 二、我国大型购物中心发展的阻碍
- 三、我国购物中心发展面临的挑战
- 四、大型购物中心在我国遭遇诸多困扰
- 五、我国购物中心开发存在的误区透析

#### 第七节 中国购物中心发展的对策分析

- 一、促进我国购物中心快速发展的建议
- 二、中国购物中心发展的战略分析
- 三、大型购物中心建设的要点探讨
- 四、我国购物中心开发的三大要素、
- 五、大型购物中心可持续发展的对策
- 六、购物中心开业控制分析
- 七、购物中心成功度过养商期的策略

### 第四章 主要区域购物中心的发展

#### 第一节 北京

- 一、2008年成北京购物中心发展分水岭

- 二、2009年北京购物中心发展概况
- 三、2010年北京购物中心发展概况
- 四、2011年北京购物中心发展简况
- 五、北京市大型购物中心分布状况

## 第二节 上海

- 一、“十一五”上海购物中心发展成就综述
- 二、2011年上海浦东新区购物中心的发展
- 三、上海购物中心发展中面临的困扰
- 四、“十二五”上海购物中心发展规划

## 第三节、广东省

- 一、广东大型购物中心发展的演进历程
- 二、广东购物中心的产生与快速发展的动因
- 三、2010年广东大型购物中心开发迎来高潮
- 四、深圳市购物中心呈高速发展态势
- 五、广州购物中心发展综述
- 六、珠海购物中心发展分析

## 第四节、其他地区

- 一、天津
- 二、青岛
- 三、武汉
- 四、烟台
- 五、重庆
- 六、成都
- 七、杭州
- 八、三亚
- 九、海口

## 第五章 购物中心的开发

### 第一节 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、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 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、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 购物中心的规划要点透析

#### 一、购物中心的位置

#### 二、购物中心的规模

#### 三、购物中心的形状

#### 四、超级市场的位置

#### 五、停车设备

### 第六节 浅析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 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、购物中心物业管理

## 第六章 购物中心的运营

### 第一节 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 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 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 探索购物中心的完整营销推广方案

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、拟定完整的营销推广策略

#### 四、建立一支营销推广的专业团队

#### 第五节 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

#### 第六节 中国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

### 第七章 重点大型购物中心介绍

#### 第一节 中关村广场购物中心

##### 一、基本介绍

##### 二、区域人群特征分析

##### 三、市场发展空间分析

##### 四、项目定位与业态布局

##### 五、经营状况及未来前景探析

#### 第二节 新华南MALL&bull;生活城

##### 一、基本介绍

##### 二、华南MALL的定位转变分析

##### 三、新华南MALL的整合之路分析

##### 四、新华南MALL创建直销中心成功转型

#### 第三节 北京金源新燕莎MALL

##### 一、基本介绍

##### 二、金源新燕莎MALL经营状况综述

##### 三、金源新燕莎MALL的发展阶段及成功关键

#### 第四节 广州正佳广场

##### 一、基本介绍

##### 二、正佳广场经营状况持续向好

##### 三、迎接亚运商机正佳广场M层改造升级

## 第五节 深圳华润中心&bull;万象城

- 一、基本介绍
- 二、深圳万象城经营状况
- 三、万象城的经营理念透析
- 四、万象城的营销思路分析
- 五、万象城的物业管理策略探讨

## 第八章 购物中心的投资潜力及发展前景分析

### 第一节 购物中心的投资分析

- 一、我国购物中心投资状况回顾
- 二、购物中心模式受投资者青睐
- 三、投资购物中心地产的方法
- 四、人性化设计成购物中心投资关注要点
- 五、国内二三线城市购物中心具有良好投资机会
- 六、我国购物中心发展潜力城市排行参考

### 第二节 购物中心的发展前景展望

- 一、中国开发购物中心具有巨大潜力
- 二、购物中心在三四线市场具有良好发展空间
- 三、2013-2017年中国购物中心增长预测
- 四、2013-2017年中国购物中心发展预测分析

### 第三节、购物中心的未来发展趋势

- 一、购物中心的未来发展方向探析
- 二、购物中心的未来商业模式剖析
- 三、购物中心的开发趋势分析
- 四、中国购物中心将步入精细化管理时代

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201306/94581.html>