

# 2008-2009年中国大型购物 中心市场分析及投资前景预测报告

## 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

《2008-2009年中国大型购物中心市场分析及投资前景预测报告》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/200811/6870.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

### 第一章 2008年中国大型购物中心行业发展环境分析

#### 一、2007-2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2007年中国宏观经济运行情况
- (二) 2008年经济增长趋势预测
- (三) 2008年5月PPI涨幅8.2%

#### 二、2008年中国大型购物中心行业政策环境分析

- (一) 商务部发布《纲要》：要控制发展大型购物中心
- (二) 行业其他政策分析

#### 三、2008年中国大型购物中心行业社会环境分析

- (一) 人口规模分析
- (二) 年龄结构分析
- (三) 学历结构分析

### 第二章 大型购物中心发展特征分析

#### 一、大型购物中心发展历程与特征分析

- (一) 大型购物中心定义分析
- (二) 大型购物中心发展历程分析

#### 二、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

#### 三、大型购物中心与百货商场区别分析

### 第三章 2008年全球各国大型购物中心发展状况分析

#### 一、全球SHOPPING MALL概况

#### 二、美国SHOPPING MALL

- (一) 美国购物中心的三个发展阶段
- (二) 美国购物中心的规模结构
- (三) 美国购物中心的规模效益分析

(四) 美国购物中心的地区分布与规模效益

(五) 美国购物中心小结

### 三、欧洲SHOPPING MALL

(一) 位置及区位环境

(二) 经营现状及布置特色

(三) 英国：选准位置 找准客户

(四) 俄罗斯是最活跃的市场

(五) 奥地利维也纳：公众监督 合理竞争

### 四、台湾SHOPPING MALL

(一) 产业特性

(二) 产业概况

(三) 开发方式

### 五、日本SHOPPING MALL

(一) 东京中心区大规模开发告一段落

(二) 东京近郊顶级购物中心落户埼玉

(三) 关西地区梅田打响商业设施竞争前哨战

(四) 奥特莱斯三井切尔西两强争霸

### 六、东南亚SHOPPING MALL

(一) 东南亚摩尔购物中心的发展简介

(二) 东南亚部分摩尔简介

### 七、福布斯全球十大购物中心分析

(一) 华南购物中心

(二) 金源时代购物中心

(三) SM Mall of Asia

(四) 西爱德蒙顿购物中心

(五) SM Megamall

(六) 柏嘉雅时代广场

(七) 北京购物中心

(八) 正佳广场

(九) SM City North EDSA

(十) 普鲁士国王购物中心

## 第四章 2008年中国大型购物中心的发展现状分析

### 一、2008年中国大型购物中心发展现状分析

- (一) 中国MALL路
- (二) 中国着“魔” ( MALL )
- (三) 馅饼还是陷阱
- (四) 中国MALL需要把准城市化脉搏
- (五) 市场呼唤二代MALL
- (六) 城市化与MALL

### 二、2008年制约中国MALL发展的关键要素分析

- (一) 交通要素
- (二) 购买力要素
- (三) 国内购物方式要素
- (四) 开发资金及土地因素
- (五) 缺乏复合型MALL开发人才团队

### 三、2008年中国大型购物中心发展存在的问题分析

- (一) 发展过快，规模和结构存在偏差
- (二) 资金短缺、运作不规范
- (三) 定位不当，经营雷同没有特色
- (四) 缺乏专业人才
- (五) 管理存在问题
- (六) 选址不当

### 四、2008年中国大型购物中心定位分析

- (一) 休闲娱乐型定位
- (二) 主题购物型定位
- (三) 生活邻里型定位

### 五、2008年中国大型购物中心发展策略分析

- (一) 突出购物中心的特色
- (二) 加速引进和培养购物中心管理的专业人才
- (三) 要注意购物中心的选址
- (四) 加强购物中心的管理
- (五) 运营应遵循全球规范

## 第五章 2008年中国大型购物中心的开发与管理分析

### 一、2008年大型购物中心的专业协作军团

- (一) 大型购物中心开发过程的复杂性
- (二) 大型购物中心开发过程中涉及众多行业
- (三) 大型购物中心需要专业协作团队
- (四) 大型购物中心的专业协作团队分类与管理

### 二、2008年我国大型购物中心管理信息系统的设计与应用分析

- (一) 信息网设计方案
- (二) 计算机网络及商业经营管理信息系统应用

## 第六章 2008年中国大型购物中心的运营分析

### 一、大型购物中心物业营销策划初探

- (一) 地段选择
- (二) 产品规划设计
- (三) 购物中心招商应与规划设计同时进行

### 二、实现大型购物中心完美运营

- (一) 租户经营具有独立性
- (二) 多种POS系统
- (三) 以顾客为中心而非以商品为中心
- (四) 购物中心的目标是逐年提高租金率

## 第七章 2008年中国主要城市大型购物中心发展分析

### 一、北京大型购物中心发展分析

- (一) 北京商业快速进入购物中心时代
- (二) 京城购物中心建设的重点应建社区型购物中心
- (三) 北京切勿盲目开发大型郊区购物中心

### 二、天津大型购物中心发展分析

- (一) 天津大型购物中心迎来发展期
- (二) 天津大型购物中心为何缺少“商气”
- (三) 天津百丽集团首次自建大型购物中心

### 三、上海大型购物中心发展分析

- (一) 上海将开始兴起市郊独立大型摩尔购物中心

- (二) 上海大型购物中心：辐射力强 综合消费功能不足
- (三) 三大问题正制约着上海购物中心的发展
- (四) 上海购物中心发展的五大特点
- (五) 沪粤两地大型购物中心差异化研究

#### 四、深圳大型购物中心发展分析

- (一) 深圳人爱上MALL
- (二) 数十家大型购物中心上马
- (三) Mall扩张暗藏危机
- (四) 我市对市区购物中心面积有限定
- (五) 借鉴港台“购物中心”运营经验

#### 五、厦门大型购物中心发展分析

- (一) 大型购物广场“扎堆”厦门
- (二) 他山之石

#### 六、香港大型购物中心发展分析

- (一) 太古城中心
- (二) 又一城
- (三) 新世纪广场
- (四) 时代广场
- (五) 崇光 SOGO

### 第八章 中国著名大型购物中心发展分析

#### 一、华南购物中心

- (一) 地理位置分析
- (二) 购物中心整体规划分析
- (三) 发展优势分析

#### 二、金源时代购物中心

- (一) 地理位置分析
- (二) 购物中心整体规划分析
- (三) 发展优势分析

#### 三、北京购物中心

- (一) 地理位置分析
- (二) 购物中心整体规划分析

(三) 发展优势分析

#### 四、正佳广场

(一) 地理位置分析

(二) 购物中心整体规划分析

(三) 发展优势分析

#### 五、海南第一MALL

(一) 地理位置分析

(二) 购物中心整体规划分析

(三) 发展优势分析

#### 六、上海正大广场

(一) 地理位置分析

(二) 购物中心整体规划分析

(三) 发展优势分析

#### 七、深圳华润中心万象城

(一) 地理位置分析

(二) 购物中心整体规划分析

(三) 发展优势分析

#### 八、中华广场

(一) 地理位置分析

(二) 购物中心整体规划分析

(三) 发展优势分析

#### 九、爱家民族园购物中心

(一) 地理位置分析

(二) 购物中心整体规划分析

(三) 发展优势分析

#### 十、天河城广场

(一) 地理位置分析

(二) 购物中心整体规划分析

(三) 发展优势分析

### 第九章 2009-2012年中国大型购物中心发展及投资分析

#### 一、2009-2012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看我国MALL的发展趋势
- 二、2009-2012年中国大型购物中心发展的三大方向分析
  - (一) 改变单一的封闭式趁筑模式，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
- 三、2009-2012年中国大型购物中心行业投资分析
  - (一) 中国大型购物中心行业投资环境分析
  - (二) 中国大型购物中心行业投资机会分析
  - (三) 中国大型购物中心行业投资风险分析
- 四、2009-2012年中国大型购物中心行业投资建议分析
  - (一) 谨慎发展超大型购物中心
  - (二) 大力培养和引进Mall经营人才
  - (三) Mall经营应强调自己的特色
  - (四) 把握Mall的规模和区位
  - (五) 注重Mall的综合管理
  - (六) 分步进行投资

图表目录（部分）：

图表：1995年-2007年全国粮食总产量分析

图表：1995年-2007年全国工业增加值分析

图表：1995年-2007年全国固定资产投资分析

图表：1995年-2007年社会消费品零售总额分析

图表：2007年1-12月CPI指数图

图表：2007年1-12月CPI指数表

图表：1995年-2007年进出口总额

图表：1995年-2007年农民人均纯收入

图表：1995年-2007年城镇居民人均可支配收入

图表：2007年1月-2008年5月CPI及PPI走势图

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200811/6870.html>