

2014-2019年中国购物中心 市场调研与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国购物中心市场调研与发展趋势预测报告》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/201404/103087.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

购物中心是指一群建筑，是组合在一起的商业设施，按商圈确定其位置、规模，将多种店铺作为一个整体来计划、开发和经营，并且拥有一定规模的停车场。20世纪80年代以前，我国没有购物中心，常见的主要是各种类型的供销社、百货大楼。90年代中期，随着上海港汇商城、广州天河城、北京国贸中心的陆续建成开业，开始拥有了一批业态复合度较高、规模面积也较大且经营也较成功的真正的购物中心。作为集购物、餐饮、休闲、娱乐等功能于一身的综合商业体，购物中心不仅能全方位满足消费者购物需求，还为商家提供了良好的经营平台，同时也有利于提升城市商业形象。近几年来，购物中心的发展呈快速扩张之势。仅2013年下半年，北京就将有十余家购物中心筹划开业。其实，在2012年下半年，伴随着凯德mall太阳宫店、侨福芳草地、颐堤港、卓展等多家大型商业项目的集中开业，北京就迎来了购物中心的开业高峰。截至2013年5月，全球在建购物中心面积达3200万平方米，而中国在建购物中心面积就占全球的一半以上。全球面积最大的3个在建购物中心都在中国。此外，在建购物中心规模排名前十的城市中，中国占了8个。近年来，购物中心建设行业在我国方兴未艾，项目兴建如火如荼。但是在购物中心高速发展过程中也存在很多问题，如：购物中心的盈利模式、管理模式、定位、发展速度过快、重复建设等等问题，有些问题已经成为制约产业发展的关键因素。

中国购物中心的开发呈现体量趋大、向城市近郊扩散以及二、三线城市快速兴起的特点，面对新的机会与挑战，开发者和运营者需要抓住商业本质，厘清迷思。首先，中国购物中心大体量化趋势明显。目前，中国一、二线城市购物中心平均体量约7万平方米，如北京的金源燕莎为60万平米，朝阳大悦城23万平米，都属于体量巨大的购物中心。购物中心体量趋大，便于为居民提供“一站式”消费体验。然而值得注意的是，大体量的物业提高潜在集客能力的同时也带给后续招商和运营更大压力。购物中心“大未必佳”，相对于面积而言，购物中心更需要明确定位，寻求收益与面积的最佳平衡。其次，城市近郊成为了发展新空间。中国一线城市中购物场所密集且租金持续高企，与此同时，城际交通逐步完善以及私家车保有量的快速增长使得距离不再是购物主要障碍。

在可预见的未来，经营购物中心始终会面对两个最突出的问题，其中之一是人才的供应。任何一个行业的成熟，人才的沉淀至少要有20年。而中国商业地产的发展只有十来年，人才的短缺将会始终困扰着我们。其二是消费力的相对滞后。中国除了四个一线城市和少数经济发达的二线城市拥有成规模的白领阶层，绝大部分城市都不存在这样一个阶层，而这个阶层恰恰是购物中心的主要消费人群。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家财政部、国家住

建部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国房地产业协会、中国商业联合会购物中心专业委员会、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国购物中心及各子行业的运营状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，并重点分析了我国购物中心运营状况和特点，以及中国海购物中心运营将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的购物中心运营态势作了详细分析，并对购物中心运营进行了趋向研判，是购物中心经营企业、科研、投资机构等单位准确了解目前购物中心运营动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 购物中心产业环境透视

第一章 购物中心行业发展综述 1

第一节 购物中心行业定义及分类 1

一、各国对购物中心的定义 1

二、购物中心的分类 1

三、购物中心在国民经济中的地位 3

第二节 购物中心的行业本质 4

一、购物中心的特点 4

二、购物中心业态经营比例 5

三、购物中心与百货商场的比较分析 9

四、购物中心与传统商业街的比较分析 14

第三节 购物中心发展的推动因素 16

一、商业地产投资推动购物中心发展 16

二、地方政府的投资冲动推动购物中心发展 22

三、城市扩容及城市化进程加快推动购物中心发展 24

第二章 购物中心运营市场环境及影响分析 27

第一节 购物中心运营政策环境 27

一、行业管理体制分析 27

二、《购物中心等级划分规划》 54

三、购物中心或将实行等级评定-分宝鼎级与金鼎级 55

四、三部门联合出台政策千方百计扩大消费 56

五、大型购物中心组织结构和管理制度规范 57

六、行业主要政策动向 58

七、政策环境对行业的影响 60

第二节 购物中心运营经济环境分析 62

一、全球宏观经济环境运行分析 62

二、中国宏观经济环境运行分析 66

1、国民经济运行情况分析 66

2、消费者价格指数 69

3、全国居民收入情况分析 71

4、恩格尔系数 72

5、社会消费品零售总额 72

6、我国主要商品价格监测分析 73

三、宏观经济环境对行业的影响分析 76

第三节 行业社会环境分析 82

第三章 世界大型购物中心运营状况分析 85

第一节 世界购物中心发展概述 85

一、世界购物中心的兴起及深层原因 85

二、世界购物中心的演变历程 87

三、全球购物中心发展现状 93

四、世界大型购物中心的典型模式解析 94

第二节 世界各地大型购物中心发展走势 98

一、美国式购物中心 98

二、以法国为代表的欧洲式购物中心 101

三、日本式购物中心 102

四、香港、新加坡式购物中心 105

五、以菲律宾、泰国为代表的东南亚式连锁摩尔购物中心 108

第三节 世界各国大型购物中心发展态势 109

一、欧洲：购物中心形态各异 109

二、美国：组合优化，专业管理 110

三、德国：市区的优势 113

四、英国：选准位置，找准客户 114

五、巴西：购物中心发展前景看好 117

六、新加坡：规划科学节约第一 117

七、奥地利维也纳：公众监督，合理竞争 118

第四节 全球十大购物中心运行浅析 121

第五节 全球主要地区购物中心具体情况 127

一、美国 127

- 1、美国购物中心发展简况 127
- 2、美国大型购物中心市场份额悄然回升 127
- 3、美国大型购物中心经营管理的特点 130
- 4、美国超级购物中心面临的难题及应对策略 131
- 5、美国典型shoppingmall发展特色 135

二、日本 139

- 1、日本购物中心的大规模兴起与扩张 139
- 2、日本大型购物中心开发持续升温 140
- 3、日本典型shoppingmall发展特色 141

三、欧洲 141

- 1、欧洲兴起大型购物中心开发热潮 141
- 2、德国购物中心发展进程及趋向 142
- 3、英国大型购物中心发展状况 143
- 4、土耳其购物中心发展动态 144

第二部分 购物中心行业深度分析

第四章 我国购物中心运行现状分析 146

第一节 购物中心产业链分析 146

- 一、产业链结构分析 146
- 二、主要环节的增值空间 150
- 三、购物中心产业链上游行业发展状况分析 152
- 四、购物中心下游行业发展状况分析 156

第二节 购物中心在中国的发展历程 160

第三节 中国购物中心发展现状 163

- 一、我国购物中心发展呈现的新特点 163
- 二、增长势头强劲 164
- 三、出现局部过剩 165
- 四、应纠正过度地产化倾向 166

第四节 中国购物中心的分布 167

- 一、中国购物中心的分布形式分析 167
- 二、中国购物中心的分布数量分析 168

三、中国购物中心的分布趋势分析	168
第五节 中国购物中心的业态分析	169
一、中国购物中心的业态构成分析	169
二、中国购物中心主/次力店分析	173
三、中国购物中心零售业态分析	174
四、中国购物中心餐饮业态分析	174
五、中国购物中心娱乐休闲业态分析	175
六、中国购物中心的品牌分析	175
七、中国购物中心的业态布局分析	177
第六节 中国购物中心的经营情况分析	178
一、中国购物中心管理模式分析	178
二、中国购物中心盈利模式分析	180
三、中国购物中心租赁模式分析	180
第七节 不同类型购物中心的发展现状及趋势分析	180
一、按位置（影响力）划分的购物中心发展现状及趋势	180
二、按商业主题划分的购物中心发展现状及趋势分析	181
第五章 2014-2019年我国购物中心运营形势分析	184
第一节 中国购物中心总体规模分析	184
一、购物中心数量结构分析	184
二、购物中心人员状况分析	184
三、购物中心资产规模分析	186
第二节 我国购物中心供给情况	186
一、购物中心累计商业建筑面积分析	186
二、购物中心开业数量增长	187
第三节 我国购物中心需求情况	189
一、购物中心销售收入分析	189
二、购物中心商户结构分析	190
三、购物中心销售收入地区差异	193
第四节 2014-2019年购物中心需求预测	193
一、2014-2019年购物中心消费人群量预测	193
二、2014-2019年购物中心销售收入预测	194
第五节 商铺租金决定因素	194

第六节 影响购物中心聚客力的因素	199
第七节 决定购物中心生存与发展的关键因素	202
第六章 购物中心的开发	204
第一节 购物中心开发的主要流程	204
第二节 购物中心的市场调查要素	208
一、调查的范围	208
二、调查对象	208
三、问卷设计	209
四、调查方式	209
五、数据处理分析方法	209
第三节 购物中心开发的决策基础探析	210
一、问题演变的过程	210
二、深入剖析购物中心开发决策的基础因素	211
三、开发商应认真了解消费市场的需求情况	213
第四节 购物中心的选址依据	214
一、以区位和交通人口状况为依据	214
二、以用地经济状况为基准	215
三、以用地的物理状况为基准	216
第五节 购物中心的规划要点透析	216
一、联系外部动线系统规划	216
二、入口及大堂动线规划	217
三、中庭动线规划	217
四、楼层水平动线规划	217
五、楼层垂直动线规划	218
第六节 浅析购物中心的业态定位	218
一、项目区位	218
二、商圈条件	219
三、项目规模	219
四、市场竞争	219
五、商户沟通	219
六、建筑设计	219
七、业态分布	220

第七节 购物中心的项目招商分析	220
一、主力商家招商工作的基础	220
二、其他商家招商工作的基础	223
第八节 SHOPPINGMALL项目开发的可行性探究	224
一、可行性分析的内容	224
二、总体策划设计要点	224
三、营销策划要点	225
四、购物中心物业管理	226
第三部分 购物中心市场全景调研	
第七章 我国购物中心细分市场运营分析及预测	230
第一节 中国购物中心细分市场结构分析	230
一、购物中心行业市场结构现状分析	230
二、购物中心细分结构特征分析	230
三、购物中心市场结构变化趋势	233
第二节 社区型购物中心运营分析预测	234
一、社区型购物中心总体发展情况	234
二、社区型购物中心运营特点	236
三、社区型与其他类型购物中心区别	238
四、主要社区型购物中心发展分析	238
五、社区型购物中心渐占主流	241
六、社区型购物中心典型主力店分析	242
七、社区型购物中心区位特征	242
八、社区型购物中心运营趋势预测	243
第三节 区域型购物中心运营分析预测	243
一、区域型购物中心发展情况	243
二、区域型购物中心特点分析	244
三、区域型购物中心发展优势	244
四、区域大型购物中心需耐心“养铺”	246
五、主要区域型购物中心发展分析	248
六、区域型购物中心典型主力店分析	251
七、区域型购物中心区位特征	251
八、区域型购物中心运营趋势预测	251

第四节 超级区域型购物中心运营分析预测	252
一、超级区域型购物中心发展情况	252
二、超级区域型购物中心特点分析	252
三、超区域型购物中心“日薄山西”	252
四、超级区域型购物中心典型主力店分析	252
五、超级区域型购物中心区位特征	253
六、超级区域型购物中心运营趋势预测	253
第五节 邻里型购物中心运营分析预测	253
一、邻里型购物中心发展情况	253
二、邻里型购物中心特点分析	253
三、邻里型购物中心走热	254
四、邻里型购物中心典型主力店分析	254
五、邻里型购物中心区位特征	254
六、邻里型购物中心运营趋势预测	254
第八章 购物中心的运营情况	256
第一节 购物中心的各种模式盘点	256
一、按开发商背景或经营管理的模式划分	256
二、按商场面积规模分类	258
三、按定位档次分类	259
四、按选址地点分类	260
五、按国际购物中心协会的分类	261
六、根据业态复合度划分	261
第二节 购物中心的经营策略探讨	261
一、购物中心成功运营的关键要素	261
二、购物中心面临的经营难题及应对策略	264
三、购物中心需要确立合适的商业业态	268
四、大型购物中心的品牌经营策略分析	273
第三节 购物中心的管理思路分析	280
一、购物中心的管理特性及走势浅析	280
二、购物中心的信息化管理策略探讨	281
三、购物中心的管理建议	284
第四节 探索购物中心的完整营销推广方案	287

- 一、创造特色形象和产品展示 287
- 二、实行顾客导向的满足需求规划 288
- 三、拟定完整的行销推广策略 291
- 四、建立一支行销推广的专业团队 295
- 第五节 购物中心的价值评估与盈利方法分析 297
 - 一、购物中心的价值计算方法 297
 - 二、shoppingmall盈利效果不佳的缘由解析 302
 - 三、Shoppingmall的盈利模式选择 302
 - 四、Shoppingmall的商业利润挖掘 302
- 第六节 中国购物中心的新型盈利模式 305
 - 一、小型店中店、租金+流水 305
 - 二、四成零售业+六成餐饮娱乐服务业 307
 - 三、订单商业 307
 - 四、外资零售巨头试水新业态 307
- 第九章 购物中心运营解析 309
 - 第一节 购物中心的定位解析 309
 - 一、目标市场定位 309
 - 二、主题特色定位 309
 - 三、商业功能定位 310
 - 四、商业规模定位 311
 - 五、运营模式定位 311
 - 六、商业形象定位 312
 - 第二节 购物中心运营模式分析 313
 - 一、购物中心经营模式 313
 - 1、纯销售模式 313
 - 2、租售并举模式 314
 - 3、纯物业经营模式 314
 - 4、连锁摩尔模式 315
 - 二、购物中心管理模式 316
 - 1、自营管理模式分析 316
 - 2、委托管理模式分析 316
 - 3、顾问管理模式分析 316

第三节 购物中心的业态组合解析 316

一、业态规划的基本原则 316

二、业态组合的比例控制 318

三、提高娱乐休闲业态的比例 320

四、各种业态间的客流联系 322

第四节 购物中心的次/主力店规划 323

一、租户在购物中心的角色划分 323

二、核心租户（主力店）的定义与特征 324

三、主力店和次主力店的标准 325

四、次/主力店的选择 326

第五节 购物中心的布局分析 327

一、空间布局分布 327

二、业态布局分析 328

第六节 购物中心的动线设计分析 328

一、水平动线设计分析 328

二、垂直动线设计分析 329

三、购物中心动线设计原则 329

第七节 购物中心的管理方法解析 331

一、购物中心管理的“四个统一” 331

二、购物中心管理的十个原则 333

第八节 购物中心的营销方式解析 335

一、文化营销 335

二、主题活动营销 336

三、节日营销 340

四、明星营销 340

五、主力店营销 340

六、场地营销 340

第九节 购物中心运营的成功案例解析 341

一、日本故事主题式购物中心 341

二、美国摩尔购物中心 344

三、深圳海岸城 347

四、上海青浦奥特莱斯 349

第十章 重点大型购物运营分析	351
第一节 中关村广场购物中心	351
一、基本介绍	351
二、区域人群特征分析	352
三、市场发展空间分析	353
四、项目定位与业态布局	354
五、经营状况及未来前景探析	355
第二节 新华南MALL?生活城	355
一、基本介绍	355
二、华南MALL的定位转变分析	355
三、新华南MALL的整合之路分析	357
四、新华南MALL创建直销中心成功转型	361
第三节 北京金源新燕莎MALL	363
一、基本介绍	363
二、金源新燕莎MALL经营状况综述	364
三、金源新燕莎MALL的发展阶段及成功关键	364
第四节 广州正佳广场	365
一、基本介绍	365
二、正佳广场经营状况持续向好	366
三、广州正佳广场运营特点分析	367
第五节 深圳华润中心-万象城	367
一、基本介绍	367
二、深圳万象城经营状况	368
三、万象城的经营理念透析	368
四、万象城的营销思路分析	370
五、万象城的物业管理策略探讨	373
第四部分 购物中心行业竞争格局分析	
第十一章 购物中心重点城市运营分析	375
第一节 购物中心区域结构特征及变化	375
一、购物中心结构总体特征	375
二、购物中心集中度分析	375
三、购物中心分布特点分析	376

四、购物中心规模指标分布分析	376
五、购物中心数量分布分析	376
第二节 一二三线城市购物中心发展情况	377
一、一二三线城市购物中心主力店分布特点分析	377
二、一二三线城市购物中心数量分布	382
三、一二三线城市购物中心增速比较	382
四、一二三线城市的购物中心开业量增速比较分析	382
五、中国一二三线城市的商业建筑面积增速情况	383
六、一二三线城市发展现状分析	383
1、一线城市趋于饱和	383
2、一线城市购物中心空置率高	383
3、二线城市步入多极竞争与整合时代	384
4、二线城市购物中心单体面积超一线	385
5、三线城市购物中心开发要量力而行	385
七、中国二三线城市的消费率与购物中心开业数量的关系	386
第三节 中国一线城市购物中心运营情况分析	386
一、北京购物中心的运行态势分析	386
1、北京购物中心运营环境分析	386
2、北京购物中心运营情况分析	387
3、北京购物中心总体概况分析	388
4、开业项目分析	388
5、北京购物中心规模	389
6、空置率及租金情况分析	389
7、北京购物中心发展特点分析	390
8、北京购物中心的发展趋势	391
二、上海购物中心的运行态势分析	392
1、上海购物中心运营环境分析	392
2、上海购物中心运营情况分析	392
三、深圳购物中心的运行态势分析	395
1、深圳购物中心运营环境分析	395
2、深圳购物中心运营情况分析	396
3、深圳购物中心总体概况分析	396

- 4、开业项目分析 397
- 5、深圳购物中心规模 397
- 6、空置率及租金情况分析 397
- 7、深圳购物中心发展特点分析 398
- 8、深圳购物中心的发展趋势 398
- 四、广州购物中心的运行态势分析 399
- 第四节 二线城市购物中心的运行态势分析 399
- 一、武汉购物中心的运行态势分析 399
- 二、重庆购物中心的运行态势分析 399
- 三、天津购物中心的运行态势分析 400
- 四、青岛购物中心的运行态势分析 400
- 五、济南购物中心的运行态势分析 402
- 六、大连购物中心的运行态势分析 402
- 第十二章 2014-2019年购物中心行业竞争策略 403
- 第一节 行业总体市场竞争状况分析 403
- 一、购物中心竞争结构分析 403
- 二、购物中心企业间竞争格局分析 403
- 三、购物中心行业集中度分析 404
- 第二节 中国购物中心竞争格局综述 404
- 一、购物中心竞争概况 404
- 二、中国购物中心竞争力分析 405
- 三、中国购物中心竞争力优势分析 406
- 四、提升购物中心核心竞争力的途径 407
- 第三节 购物中心竞争格局分析 409
- 一、国内外购物中心竞争分析 409
- 二、我国购物中心竞争分析 410
- 1、传统百货公司转型或投资购物中心 410
- 2、房地产企业投资购物中心 410
- 3、购物中心投资热潮转向二三线城市 411
- 4、中国购物中心存在过度投资现象 412
- 5、中国购物中心同质化严重，招商困难 412
- 三、我国购物中心集中度分析 413

- 四、国内主要购物中心企业动向 413
- 五、国内购物中心企业拟在建项目分析 414
- 第四节 购物中心并购重组分析 415
 - 一、跨国公司在华投资兼并与重组分析 415
 - 二、本土企业投资兼并与重组分析 416
 - 三、行业投资兼并与重组趋势分析 417
- 第五节 购物中心竞争策略分析 417
- 第十三章 2014-2019年购物中心领先投资开发/运营企业分析 424
 - 第一节 中国购物中心企业总体发展状况分析 424
 - 一、购物中心企业主要类型 424
 - 二、购物中心企业资本运作分析 424
 - 三、购物中心企业创新及品牌建设 424
 - 四、购物中心企业国际竞争力分析 426
 - 五、购物中心企业排名分析 427
 - 第二节 中国领先购物中心企业经营形势分析 427
 - 一、华润置地（北京）股份有限公司 427
 - 1、企业发展概况分析 427
 - 2、企业主营业务分析 429
 - 3、企业发展模式分析 429
 - 4、企业购物中心规模分析 429
 - 5、企业经济指标分析 429
 - 6、企业销售网络情况 431
 - 7、企业主要项目分析 431
 - 8、企业运营优劣势分析 435
 - 9、企业购物中心分布 436
 - 10、企业未来发展战略 436
 - 二、武汉南国置业股份有限公司 438
 - 1、企业发展概况分析 438
 - 2、企业主营业务分析 439
 - 3、企业发展模式分析 439
 - 4、企业购物中心规模分析 439
 - 5、企业经济指标分析 440

- 6、企业销售网络情况 442
- 7、企业计划投资项目 443
- 8、企业运营优劣势分析 443
- 9、企业购物中心分布 444
- 10、企业未来发展战略 445
- 三、庄胜百货集团有限公司 446
 - 1、企业发展概况分析 446
 - 2、企业主营业务分析 446
 - 3、企业发展模式分析 447
 - 4、企业购物中心规模分析 447
 - 5、企业经济指标分析 447
 - 6、企业销售网络情况 448
 - 7、企业产业布局分析 449
 - 8、企业运营优劣势分析 449
 - 9、企业购物中心分布 449
 - 10、企业未来发展战略 450
- 四、山东银座商城股份有限公司 450
 - 1、企业发展概况分析 450
 - 2、企业主营业务分析 450
 - 3、企业发展模式分析 450
 - 4、企业购物中心规模分析 450
 - 5、企业经济指标分析 451
 - 6、企业销售网络情况 453
 - 7、企业运营优劣势分析 453
 - 8、银座打造济阳核心商圈 454
 - 9、企业购物中心分布 455
 - 10、企业未来发展战略 457
- 五、文峰大世界连锁发展股份有限公司 458
 - 1、企业发展概况分析 458
 - 2、企业主营业务分析 458
 - 3、企业发展模式分析 459
 - 4、企业购物中心规模分析 460

- 5、企业经济指标分析 460
- 6、企业销售网络情况 461
- 7、企业服务与管理 461
- 8、企业运营优劣势分析 461
- 9、企业购物中心分布 463
- 10、企业未来发展战略 463
- 六、上海益民商业集团股份有限公司 465
 - 1、企业发展概况分析 465
 - 2、企业主营业务分析 466
 - 3、企业发展模式分析 466
 - 4、企业购物中心规模分析 467
 - 5、企业经济指标分析 467
 - 6、企业销售网络情况 467
 - 7、企业业态转型分析 467
 - 8、企业运营优劣势分析 468
 - 9、企业购物中心分布 468
 - 10、企业未来发展战略 468
- 七、恒隆地产有限公司 469
 - 1、企业发展概况分析 469
 - 2、企业主营业务分析 470
 - 3、企业发展模式分析 470
 - 4、企业购物中心规模分析 470
 - 5、企业经济指标分析 471
 - 6、企业销售网络情况 472
 - 7、企业主要项目分析 473
 - 8、企业运营优劣势分析 476
 - 9、企业购物中心分布 477
 - 10、企业未来发展战略 477
- 八、福建新华都购物广场股份有限公司 477
 - 1、企业发展概况分析 477
 - 2、企业主营业务分析 478
 - 3、企业发展模式分析 478

- 4、企业购物中心规模分析 480
- 5、企业经济指标分析 480
- 6、企业销售网络情况 483
- 7、企业人力资源分析 483
- 8、企业运营优劣势分析 484
- 9、企业购物中心分布 485
- 10、企业未来发展战略 485
- 九、保利房地产（集团）股份有限公司 486
 - 1、企业发展概况分析 486
 - 2、企业主营业务分析 486
 - 3、企业发展模式分析 487
 - 4、企业购物中心规模分析 487
 - 5、企业经济指标分析 487
 - 6、企业销售网络情况 490
 - 7、企业待建购物中心 490
 - 8、企业运营优劣势分析 491
 - 9、企业购物中心分布 492
 - 10、企业未来发展战略 492
- 十、中百控股集团股份有限公司 493
 - 1、企业发展概况分析 493
 - 2、企业主营业务分析 493
 - 3、企业发展模式分析 493
 - 4、企业购物中心规模分析 494
 - 5、企业经济指标分析 494
 - 6、企业销售网络情况 497
 - 7、企业旗下品牌分析 497
 - 8、企业运营优劣势分析 498
 - 9、企业购物中心分布 499
 - 10、企业未来发展战略 499
- 十一、龙湖地产有限公司 502
 - 1、企业发展概况分析 502
 - 2、企业主营业务分析 502

- 3、企业发展模式分析 503
 - 4、企业购物中心规模分析 504
 - 5、企业经济指标分析 505
 - 6、企业销售网络情况 505
 - 7、企业商场面积分析 505
 - 8、企业运营优劣势分析 505
 - 9、企业购物中心分布 506
 - 10、企业未来发展战略 506
- 十二、阳光新业地产股份有限公司 506
- 1、企业发展概况分析 506
 - 2、企业主营业务分析 507
 - 3、企业发展模式分析 507
 - 4、企业购物中心规模分析 507
 - 5、企业经济指标分析 507
 - 6、企业销售网络情况 510
 - 7、企业购物中心分类 510
 - 8、企业运营优劣势分析 511
 - 9、企业购物中心分布 511
 - 10、企业未来发展战略 512
- 十三、宝龙地产控股有限公司 512
- 1、企业发展概况分析 512
 - 2、企业主营业务分析 513
 - 3、企业发展模式分析 513
 - 4、企业经济指标分析 514
 - 5、企业销售网络情况 514
 - 6、企业主打产品分析 515
 - 7、企业运营优劣势分析 515
 - 8、企业购物中心分布 516
 - 9、企业未来发展战略 516
- 十四、深圳天虹商场股份有限公司 517
- 1、企业发展概况分析 517
 - 2、企业主营业务分析 517

- 3、企业发展模式分析 517
- 4、企业经济指标分析 518
- 5、企业管理创新分析 523
- 6、企业运营优劣势分析 524
- 7、企业未来发展战略 524
- 十五、世纪金源集团 525
 - 1、企业发展概况分析 525
 - 2、企业主营业务分析 527
 - 3、企业发展模式分析 527
 - 4、企业购物中心规模分析 527
 - 5、企业销售网络情况 529
 - 6、企业运作能力分析 531
 - 7、企业运营优劣势分析 531
 - 8、企业购物中心分布 532
 - 9、企业未来发展战略 532
- 十六、绿地集团 533
 - 1、企业发展概况分析 533
 - 2、企业主营业务分析 534
 - 3、企业发展模式分析 534
 - 4、企业购物中心规模分析 534
 - 5、企业经营指标分析 534
 - 6、企业海外发展分析 535
 - 7、企业未来发展战略 535
- 十七、深圳市益田集团股份有限公司 535
 - 1、企业发展概况分析 535
 - 2、企业主营业务分析 536
 - 3、企业发展模式分析 536
 - 4、企业购物中心规模分析 536
 - 5、企业销售网络情况 538
 - 6、企业产业结构分析 538
 - 7、企业未来发展战略 538
- 十八、金鹰国际集团 539

1、企业发展概况分析 539

2、企业主营业务分析 540

3、企业发展模式分析 541

4、企业经营指标分析 541

5、企业销售网络情况 542

6、企业新商场分析 542

7、企业未来发展战略 543

十九、中都控股集团有限公司 543

1、企业发展概况分析 543

2、企业主营业务分析 544

3、企业发展模式分析 544

4、企业运营优劣势分析 544

5、企业未来发展战略 546

二十、柏联集团有限公司 547

1、企业发展概况分析 547

2、企业主营业务分析 548

3、企业发展模式分析 548

4、企业购物中心规模分析 548

5、企业购物中心品牌 549

6、企业未来发展战略 549

二十一、北京东方广场有限公司 550

1、企业发展概况分析 550

2、企业主营业务分析 550

3、企业购物中心规模分析 550

4、企业配套设施分析 550

5、企业运营优劣势分析 551

6、企业购物中心分布 551

7、企业未来发展战略 553

二十二、上海中融置业集团有限公司 553

1、企业发展概况分析 553

2、企业主营业务分析 553

3、企业购物中心规模分析 554

- 4、企业销售网络情况 554
- 5、企业运营优劣势分析 554
- 6、企业未来发展战略 554

二十三、大连万达商业地产股份有限公司 555

- 1、企业发展概况分析 555
- 2、企业主营业务分析 555
- 3、企业发展模式分析 555
- 4、企业购物中心规模分析 555
- 5、企业销售网络情况 556
- 6、企业品牌发展分析 556
- 7、企业运营优劣势分析 556
- 8、企业购物中心分布 556
- 9、企业未来发展战略 561

二十四、上海世茂股份有限公司 561

- 1、企业发展概况分析 561
- 2、企业主营业务分析 561
- 3、企业发展模式分析 561
- 4、企业购物中心规模分析 562
- 5、企业经营指标分析 562
- 6、企业销售网络情况 565
- 7、企业业务转型分析 565
- 8、企业运营优劣势分析 566
- 9、企业购物中心分布 567
- 10、企业未来发展战略 567

二十五、凯德集团 567

- 1、企业发展概况分析 567
- 2、企业主营业务分析 568
- 3、企业发展模式分析 568
- 4、企业购物中心规模分析 571
- 5、企业经营指标分析 571
- 6、主要购物中心分析 571
- 7、企业运营优劣势分析 574

8、企业购物中心分布 574

9、企业未来发展战略 574

二十六、广东天河城（集团）股份有限公司 575

1、企业发展概况分析 575

2、企业主营业务分析 576

3、企业发展模式分析 576

4、企业购物中心规模分析 576

5、企业销售网络情况 577

6、企业最新开发项目 577

7、企业运营优劣势分析 577

8、企业购物中心分布 578

9、企业未来发展战略 578

二十七、重庆帝景集团有限公司 578

1、企业发展概况分析 578

2、企业主营业务分析 578

3、企业发展模式分析 579

4、企业销售网络情况 579

5、购物中心开发情况 579

6、企业购物中心分布 579

7、企业未来发展战略 579

二十八、群光实业（武汉）有限公司 580

1、企业发展概况分析 580

2、企业主营业务分析 580

3、企业服务模式分析 580

4、企业购物中心规模分析 580

5、企业经营指标分析 581

6、企业销售网络情况 581

7、企业未来发展战略 581

二十九、佳兆业集团控股有限公司 581

1、企业发展概况分析 581

2、企业主营业务分析 581

3、企业发展规模分析 582

4、企业购物中心规模分析 582

5、企业经营指标分析 582

6、企业销售网络情况 582

7、企业员工发展分析 582

8、企业运营优劣势分析 584

9、企业购物中心分布 587

10、企业未来发展战略 587

三十、新城控股集团有限公司 588

1、企业发展概况分析 588

2、企业主营业务分析 588

3、企业发展板块分析 588

4、企业购物中心规模分析 588

5、企业经营指标分析 589

6、企业销售情况 590

7、吾悦广场发展分析 590

8、企业运营优势分析 593

9、企业购物中心分布 594

10、企业未来发展战略 594

第五部分 购物中心行业发展前景展望

第十四章 2014-2019年购物中心前景及趋势预测 595

第一节 2014-2019年购物中心的发展前景展望 595

一、中国开发购物中心具有巨大潜力 595

二、购物中心在三四线市场具有良好发展空间 595

三、2014年中国购物中心增长预测 595

四、2014-2019年中国购物中心发展预测分析 596

第二节 2014-2018购物中心运营趋势预测 596

一、购物中心运营模式发展趋势 596

1、购物中心去百货化 596

2、购物中心向主题化方向发展 597

3、购物中心向休闲中心方向发展 598

二、购物中心布局趋势分析 599

三、购物中心类型发展趋势分析 599

- 1、区域型购物中心渐成主流形式 599
- 2、社区型购物中心正在兴起 599
- 四、2014-2019年购物中心规模预测 600
 - 1、购物中心市场容量预测 600
 - 2、购物中心销售收入预测 601
 - 3、购物中心新增数量预测 602
 - 4、购物中心累计面积预测 602
- 五、2014-2019年业态变化趋势预测 602
- 第十五章 2014-2019年购物中心投资机会与风险 604
 - 第一节 购物中心投融资情况 604
 - 一、购物中心的投资特点 604
 - 二、购物中心的融资 605
 - 三、购物中心贷款偿还的方式 610
 - 第二节 购物中心的投资机会分析 611
 - 一、我国购物中心投资状况 611
 - 二、投资购物中心地产的方法 612
 - 三、人性化设计成购物中心投资关注要点 613
 - 四、国内二三线城市购物中心具有良好投资机会 613
 - 五、我国购物中心发展潜力城市排行参考 614
 - 第三节 2014-2019年购物中心投资风险及防范 616
 - 一、政策风险及防范 616
 - 二、供求风险及防范 616
 - 三、宏观经济波动风险及防范 617
 - 四、关联产业风险及防范 619
 - 五、产品结构风险及防范 620
 - 第四节 中国购物中心投资建议 620
 - 一、购物中心的前期规划设计 620
 - 二、购物中心的招商组织 621
 - 三、购物中心的管理运作 622
 - 四、购物中心的融资 622
 - 五、购物中心的公共关系 623
- 第六部分 购物中心行业发展战略研究

第十六章 2014-2019年购物中心面临的困境及对策 624

第一节 2014年购物中心面临的困境与原因 624

一、中国购物中心发展的主要困境 624

1、客流不旺 624

2、租户难求 624

3、管理乏力 624

二、中国购物中心面临困境的原因 625

1、主观原因 625

2、行业原因 625

3、环境原因 625

第二节 购物中心企业面临的困境及对策 626

一、重点购物中心企业面临的困境及对策 626

二、中小购物中心企业发展困境及策略分析 627

三、国内购物中心企业的出路分析 629

第三节 中国购物中心行业存在的问题及对策 630

一、中国购物中心行业存在的问题 630

1、商业物业的空置率将增加 630

2、招商难问题加剧 631

3、电商对购物中心的影响有限 631

4、购物中心的商圈辐射能力将不断缩小 633

5、粗放式的管理模式将面临巨大挑战 634

6、购物中心的“购物功能”被弱化 634

二、购物中心发展的建议对策 634

三、市场的重点客户战略实施 636

第四节 中国购物中心市场发展面临的挑战与对策 637

一、无序化现象突出 637

二、结构性失衡严重 637

三、地产化倾向明显 637

四、购物中心市场发展对策 638

第十七章 购物中心运营战略研究 639

第一节 对我国购物中心品牌的战略思考 639

一、购物中心品牌的重要性 639

二、购物中心实施品牌战略的意义	639
三、购物中心企业品牌的现状分析	639
四、我国购物中心企业的品牌战略	640
五、购物中心品牌战略管理的策略	641
六、品牌化战略对购物中心发展的影响	642
第二节 购物中心经营策略分析	644
一、构筑核心竞争力	644
二、适时调整产权归属	647
第三节 购物中心投资战略研究	649
一、2014年购物中心投资战略	649
二、2014-2019年细分行业投资战略	649
三、结论	651
第十八章 研究结论及发展建议	652
第一节 购物中心建设建议	652
一、前期调研	652
二、合理定位	653
三、目标区域定位	654
四、主题特色定位	654
五、商业功能定位	654
第二节 提升购物中心核心竞争力的途径	655
一、激发创新潜能	655
二、发展规模经济	656
三、发展比较优势	656
四、强化资源整合能力	656
五、建立专业化人才队伍	657

图表目录

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（1）	73
图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（2）	73
图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（3）	73
图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（4）	74
图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（5）	74
图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（6）	74

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（7） 74

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（8） 75

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（9） 75

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（10） 75

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（11） 75

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（12） 76

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（13） 76

图表：2014年1月份重要商品价格监测月报表（14） 76

图表：房地产开发投资完成额 169

图表：深圳商业地产演变历程 170

图表：全球在建购物中心面积前十城市 170

图表：零售商、品牌商的关注点 171

图表：购物中心、百货商场业态 171

图表：购物中心建筑面积及商铺数分析 172

图表：购物中心建筑面积及品牌数分析 172

图表：业态对比分析 173

图表：2013年中国购物中心数量城市分布 184

图表：2013年中国重点购物中心销售额排名 189

图表：购物中心开业控制方向（商户数量与商户结构） 191

图表：购物中心开业控制方向（主力店与增长空间） 192

图表：2013年购物中心销售收入地区差异 193

图表：2014-2019年购物中心消费人群量增长率预测 193

图表：2014-2019年购物中心销售收入增长率预测 194

图表：购物中心商铺租金特征变量的预期符号 198

图表：购物中心商铺租金的特征价格模型示意图 199

图表：2013年我国购物中心细分结构 230

图表：按规模分类的购物中心类型及主要特征 231

图表：按业态特色分类的购物中心类型及特征 232

图表：社区型购物中心的主要业态组合 234

图表：租户在购物中心的功能角色划分 323

图表：中国购物中心主力店分布 377

图表：上海市购物中心主力店分布 378

图表：成都市购物中心主力店分布 379

图表：郑州市购物中心主力店分布 380

图表：南宁市购物中心主力店分布 381

图表：中国购物中心数量的城市分布 382

图表：华润置地生意模式图 429

图表：2013年上半年华润置地各大区具体销售情况 431

图表：万象城、五彩城和欢乐颂整体定位对比 432

图表：华润置地三大产品线的SWOT分析 433

图表：万象城基本概况 434

图表：万象城品牌带动模式的利弊 435

图表：武汉南国置业股份有限公司累计运营面积 439

图表：2013年上半年武汉南国置业股份有限公司经营分析（按行业构成） 440

图表：2013年上半年武汉南国置业股份有限公司经营分析（按产品构成） 440

图表：2012-2013年武汉南国置业股份有限公司偿债能力 440

图表：2012-2013年武汉南国置业股份有限公司资本结构 441

图表：2012-2013年武汉南国置业股份有限公司经营效率 441

图表：2012-2013年武汉南国置业股份有限公司获利能力 441

图表：2012-2013年武汉南国置业股份有限公司发展能力 442

图表：2012-2013年武汉南国置业股份有限公司现金流量 442

图表：2012-2013年武汉南国置业股份有限公司投资收益 442

图表：2013年上半年武汉南国置业股份有限公司经营分析（按地区构成） 442

图表：武汉南国置业股份有限公司在建项目情况表 443

图表：庄胜集团产业布局情况 449

图表：2013年上半年银座集团股份有限公司经营分析（按行业构成） 451

图表：2013年上半年银座集团股份有限公司经营分析（按产品构成） 451

图表：2012-2013年银座集团股份有限公司偿债能力 451

图表：2012-2013年银座集团股份有限公司资本结构 451

图表：2012-2013年银座集团股份有限公司经营效率 452

图表：2012-2013年银座集团股份有限公司获利能力 452

图表：2012-2013年银座集团股份有限公司发展能力 452

图表：2012-2013年银座集团股份有限公司现金流量 453

图表：2012-2013年银座集团股份有限公司投资收益 453

图表：2013年上半年银座集团股份有限公司经营分析（按地区构成） 453

图表：2013年上半年文峰大世界连锁发展股份有限公司主营业务分行业情况 460

图表：2013年上半年文峰大世界连锁发展股份有限公司主营业务分地区情况 461

图表：2013年第三季度上海益民商业集团股份有限公司主要财务数据 467

图表：2013年恒隆地产有限公司综合收益表 471

图表：2013年恒隆地产有限公司综合全面收益表 471

图表：2013年恒隆地产有限公司综合财务状况表 472

图表：恒隆地产有限公司商业广场分布图 477

图表：2013年上半年福建新华都购物广场股份有限公司经营分析（按行业构成） 480

图表：2013年上半年福建新华都购物广场股份有限公司经营分析（按产品构成） 480

图表：2012-2013年福建新华都购物广场股份有限公司偿债能力 481

图表：2012-2013年福建新华都购物广场股份有限公司资本结构 481

图表：2012-2013年福建新华都购物广场股份有限公司经营效率 481

图表：2012-2013年福建新华都购物广场股份有限公司获利能力 482

图表：2012-2013年福建新华都购物广场股份有限公司发展能力 482

图表：2012-2013年福建新华都购物广场股份有限公司现金流量 482

图表：2012-2013年福建新华都购物广场股份有限公司投资收益 483

图表：2013年上半年福建新华都购物广场股份有限公司经营分析（地区构成） 483

图表：2013年上半年保利房地产（集团）股份有限公司经营分析（按行业构成） 487

图表：2012-2013年保利房地产（集团）股份有限公司偿债能力 488

图表：2012-2013年保利房地产（集团）股份有限公司资本结构 488

图表：2012-2013年保利房地产（集团）股份有限公司经营效率 488

图表：2012-2013年保利房地产（集团）股份有限公司获利能力 489

图表：2012-2013年保利房地产（集团）股份有限公司发展能力 489

图表：2012-2013年保利房地产（集团）股份有限公司现金流量 489

图表：2012-2013年保利房地产（集团）股份有限公司投资收益 490

图表：2013年上半年保利房地产（集团）股份有限公司经营分析（按地区构成） 490

图表：2013年上半年中百控股集团股份有限公司经营分析（按行业构成） 494

图表：2013年上半年中百控股集团股份有限公司经营分析（按产品构成） 494

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司偿债能力 494

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司资本结构 495

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司经营效率 495

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司获利能力 495

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司发展能力 496

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司现金流量 496

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司投资收益 496

图表：2013年上半年中百控股集团股份有限公司经营分析（按地区构成） 497

图表：2013年龙湖地产有限公司销售金额分区域统计结果 505

图表：龙湖地产有限公司业务分布图 506

图表：2013年上半年阳光新业地产股份有限公司经营分析（按行业构成） 507

图表：2013年上半年阳光新业地产股份有限公司经营分析（按产品构成） 508

图表：2012-2013年阳光新业地产股份有限公司偿债能力 508

图表：2012-2013年阳光新业地产股份有限公司资本结构 508

图表：2012-2013年阳光新业地产股份有限公司经营效率 509

图表：2012-2013年阳光新业地产股份有限公司获利能力 509

图表：2012-2013年阳光新业地产股份有限公司发展能力 509

图表：2012-2013年阳光新业地产股份有限公司现金流量 510

图表：2012-2013年阳光新业地产股份有限公司投资收益 510

图表：2013年上半年阳光新业地产股份有限公司经营分析（按地区构成） 510

图表：阳光新业地产股份有限公司项目分布 511

图表：宝龙地产控股有限公司综合全面收益表 514

图表：宝龙地产控股有限公司综合资产负债表 514

图表：宝龙地产控股有限公司主打产品 515

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司流动资产 518

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司非流动资产 519

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司流动负债 520

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司非流动负债 520

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司所有者权益 521

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司营业总收入 521

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司营业总成本 522

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司营业利润 522

图表：2012-2013年天虹商场股份有限公司净利润 523

图表：世纪金源集团购物中心分布 532

图表：深圳市益田集团股份有限公司产业结构 538

图表：2013年上半年上海世茂股份有限公司经营分析（按行业构成） 562
图表：2013年上半年上海世茂股份有限公司经营分析（按产品构成） 563
图表：2012-2013年上海世茂股份有限公司偿债能力 563
图表：2012-2013年上海世茂股份有限公司资本结构 563
图表：2012-2013年上海世茂股份有限公司经营效率 564
图表：2012-2013年上海世茂股份有限公司获利能力 564
图表：2012-2013年上海世茂股份有限公司发展能力 564
图表：2012-2013年上海世茂股份有限公司现金流量 565
图表：2012-2013年上海世茂股份有限公司投资收益 565
图表：2013年上半年上海世茂股份有限公司经营分析（按地区构成） 565
图表：凯德置地营运模式 570
图表：2009-2012年新城发展控股有限公司综合收益 589
图表：2009-2012年新城发展控股有限公司财务分析 589
图表：2013年上半年新城控股集团有限公司销售情况 590
图表：2012年新城控股集团有限公司发展荣誉分析 593
图表：2013年新城控股集团有限公司发展荣誉分析 593
图表：2014年我国购物中心增长预测表 595
图表：2014-2019年我国购物中心市场容量及增长率 600
图表：2013年重点商场购物中心销售额及增长率 601
图表：2014-2019年我国购物中心新增数量预测 602
图表：重点城市购物中心经营评价指数 626

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103087.html>