

2020-2026年中国购物中心 建设行业发展趋势与战略咨询报告

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

《2020-2026年中国购物中心建设行业发展趋势与战略咨询报告》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/202006/169297.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。

2019年购物中心市场迎来良好的开局。伴随着年轻一代消费者的不断成长，购物中心继续呈现更丰富、多元的租户类型和创新模式，整体消费和购物中心市场持续向好的趋势不变

。2019年Q1中国购物中心行业权重分析2019年一季度中国购物中心发展指数

中企顾问网发布的《2020-2026年中国购物中心建设行业发展趋势与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了中国购物中心建设行业市场发展环境、购物中心建设整体运行态势等，接着分析了中国购物中心建设行业市场运行的现状，然后介绍了购物中心建设市场竞争格局。随后，报告对购物中心建设做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国购物中心建设行业发展趋势与投资预测。您若想对购物中心建设产业有个系统的了解或者想投资中国购物中心建设行业，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。1章：购物中心建设行业发展综述

1.1购物中心的定义及分类

1.1.1购物中心的定义

1.1.2购物中心的分类

1.2中国购物中心发展分析

1.2.1第。一代购物中心

1.2.2第二代购物中心

1.2.3第三代购物中心

1.2.4中国现代购物中心应该具有的特点

1.3国外购物中心发展分析

1.3.1美国购物中心发展分析

1.3.2日本购物中心发展分析

第2章：购物中心建设行业发展环境分析

2.1国际宏观经济环境分析

2.1.1欧洲宏观经济环境分析

2.1.2美国宏观经济环境分析

2.1.3日本宏观经济环境分析

2.2国内宏观经济环境分析

2.2.12017年经济整体运行情况

2.2.22017年工业生产情况

2.2.32017年固定资产投资情况

2.2.42017年全国社会消费情况

2.2.52017年投融资环境分析

2.3国内行业政策环境分析

2.3.12017年房地产行业相关政策

2.3.2典型政策分析

2.3.3“政策变化对房地产行业的影响分析

第3章：购物中心建设行业发展分析

3.1房地产行业运营分析

3.1.12017年全国房地产开发景气指数

3.1.22017年全国房屋销售情况

3.1.32017年全国房地产开发投资情况房地产开发投资累计情况

3.1.42017年全国房地产市场销售情况2009-2017年中国住宅商品房销售面积情况

3.1.52017年全国房地产行业资金来源

3.2土地市场运营分析

3.2.12017年全国土地市场整体分析

3.2.22017年全国土地市场价格分析

3.2.32017年全国土地市场重点地块分析

3.3购物中心建设行业发展分析

3.3.1中国购物中心整体发展分析

3.3.2中国购物中心分布研究分析

第4章：购物中心建设行业区域市场分析

4.1北京购物中心市场分析

4.1.1北京购物中心投资分析

4.1.2北京市购物中心发展潜力分析

4.2上海购物中心市场分析

4.2.1上海购物中心投资分析

4.2.2上海市购物中心发展潜力分析

4.3广州购物中心市场分析

4.3.1广州购物中心投资分析

4.3.2广州市购物中心发展潜力分析

4.4深圳购物中心市场分析

4.4.1深圳购物中心投资分析

4.4.2深圳市购物中心发展潜力分析

4.5杭州购物中心市场分析

4.5.1杭州购物中心投资分析

4.5.2杭州市购物中心发展潜力分析

4.6其他城市购物中心市场分析

4.6.1成都购物中心市场分析

4.6.2天津购物中心市场分析

4.6.3重庆购物中心市场分析

第5章：购物中心业态研究分析

5.1购物中心业态构成分析

5.1.1购物中心业态构成分析

5.1.2购物中心业态构成特点分析

5.2购物中心零售业态分析

5.2.1零售行业发展规模分析

5.2.2零售行业盈利能力分析

5.2.3购物中心零售业态分析

5.3购物中心餐饮业态分析

5.3.1餐饮行业发展规模分析

5.3.2餐饮行业盈利能力分析

5.3.3购物中心餐饮业态分析

5.4购物中心娱乐休闲业态分析

5.4.1娱乐休闲行业发展规模分析

5.4.2购物中心娱乐休闲业态分析

5.5购物中心业态布局分析

5.5.1购物中心业态布局原则

5.5.2购物中心业态规划特点

第6章：购物中心建设行业竞争情况分析

6.1外资企业在华竞争分析

6.1.1沃尔玛在华购物中心投资分析

6.1.2家乐福在华购物中心投资分析

6.1.3TESCO在华购物中心投资分析

6.2购物中心建设行业竞争对手分析

6.2.1大连万达商业地产股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.2.2上海世茂股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.2.3华润置地（北京）股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.2.4保利房地产（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

6.2.5深圳市万科企业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

第7章：购物中心建设行业经典项目分析

7.1东莞华南MALL项目分析

- 7.1.1项目情况分析
- 7.1.2区域竞争环境分析
- 7.1.3发展前景分析

7.2北京金源时代购物中心项目分析

- 7.2.1项目情况分析
- 7.2.2竞争优势分析

7.3广州正佳广场项目分析

- 7.3.1项目情况分析
- 7.3.2环境状况分析
- 7.3.3商业布局分析

7.4上海正大广场项目分析

- 7.4.1项目情况分析
- 7.4.2发展前景分析

7.5深圳华润中心万象城项目分析

- 7.5.1经营理念分析
- 7.5.2主力店分析

7.6日本LALAPORT购物中心

7.6.1概况

7.6.2LALAPORT

7.7台湾购物中心的对比分析

7.7.1开发因素对比

7.7.2商圈规则对比

第8章：购物中心建设行业商业规划分析

8.1购物中心项目市场状况分析

8.1.1购物中心选址分析

8.1.2购物中心商圈分析

8.2购物中心项目规划分析

8.2.1建筑特点及功能规划分析

8.2.2商品定位及组合规划分析

第9章：购物中心建设行业项目招商分析

9.1购物中心招商概述

9.1.1购物中心招商的概念

9.1.2购物中心招商的对象

9.1.3购物中心招商业态概述

9.1.4购物中心招商的特点

9.1.5购物中心招商的类型

9.2购物中心招商原理

9.2.1零售、服务、娱乐体验科学组合价值原理

9.2.2品牌价值原理

9.2.32/8价值原理

9.2.4开发商、商家双赢价值原理

9.2.5招商谈判的价值原理

9.2.6总体租金收益中期最大化原理

9.3购物中心招商推进计划

9.3.1开发前期招商推进计划

9.3.2开发期招商推进计划

9.3.3开业招商推进计划

9.3.4开业后及远期招商推进计划

9.4购物中心典型商家分析

9.4.1娱乐类商家分析

9.4.2家居建材类商家分析

9.4.3超市类商家分析

9.4.4百货类商家分析

9.4.5电器类商家分析

9.4.6餐饮类商家分析

9.4.7酒店管理商分析

9.4.8商业街商家分析

9.5购物中心招商实施

9.5.1形成目标商家组合

9.5.2招商政策制定

9.5.3招商团队建设

9.5.4招商谈判

9.5.5招商方式与渠道选择

9.5.6招商实施细节

第10章：购物中心建设行业运营模式分析

10.1购物中心管理模式分析

10.1.1自营管理模式分析

10.1.2委托管理模式分析

10.1.3顾问管理模式分析

10.2购物中心盈利模式分析

10.2.1购物中心盈利模式类型分析

10.2.2购物中心销售模式原因分析

10.3购物中心租赁模式分析

10.3.1购物中心租赁模式分类

10.3.2购物中心租赁模式现状分析

10.4购物中心运营模式个案分析

10.4.1万达商业地产模式分析

10.4.2世茂商业地产模式

第。11章：购物中心建设行业收益优化模型

11.1 商铺租金决定因素

11.1.1 区位因素分析

11.1.2 建筑因素分析

11.2 不同商铺种类的租户组合优化

11.2.1 购物中心商铺种类分析

11.2.2 研究假设

11.2.3 研究结论

11.3 不同零售类型的租户组合优化

11.3.1 研究过程

11.3.2 研究结论

第。12章：购物中心问题分析与发展趋势

12.1 中国购物中心问题分析及解决思路

12.1.1 存在问题

12.1.2 发展我国购物中心的对策

12.2 中国购物中心发展趋势分析

12.2.1 购物中心主题化趋势分析

12.2.2 购物中心休闲化分析

图表目录：

图表1：美国购物中心基本类型表

图表2：按照位置（影响力）分类的购物中心类型表

图表3：按照建筑形态分类的购物中心类型表

图表4：按照商业主题分类的购物中心类型表

图表5：2012-2017年美国失业率变化（单位：%）

图表6：2012-2017年美国GDP变化（单位：十亿美，%）

图表7：2012-2017年日本失业率变化（单位：%）

图表8：2012-2017年日本贸易顺差变化（单位：万美元）

图表9：2012-2017年中国国内生产总值增长速度（单位：%）

图表10：2012-2017年中国工业总产值增长情况（单位：亿元，%）

图表11：2012-2017年中国固定资产投资情况（单位：%）

图表12：2012-2017年全国社会消费情况（单位：亿，%）

图表13：2012-2017年中国M0变动情况（单位：亿、%）

图表14：2017年中国M1变动情况（单位：亿、%）

图表15：2017年中国M2变动情况（单位：亿、%）

图表16：2017年中国M0、M1、M2增速对比（单位：%）

图表17：2017年房地产政策汇总

图表18：新四条内容分析

图表19：政策变化对房地产行业的影响SCP分析

图表20：2012-2017年房地产开发景气指数（单位：%）

图表21：2012-2015商品房销售面积和销售额累计增速（单位：%）

图表22：2012-2017年固定资产投资、房地产开发投资累计增速（单位：%）

图表23：2012-2017年商品房新开工、施工、竣工面积累计同比增速（单位：%）

图表24：2012-2017年房地产土地购置面积及同比增速（单位：万平方米）

图表25：2012-2017年商品房竣工面积、销售面积累计同比增速（单位：%）

图表26：2012年-2017年房地产房地产开发投资主要资金来源累计同比增速（单位：%）

图表27：2012-2017年全国120个主要城市住宅用地月供应量情况（单位：万平米）

图表28：2012-2017年土价环比增量（单位：%）

图表29：2017年全国土地出让金收入（单位：亿元）

图表30：2017年城市土地出让金排行（单位：亿元）

图表31：中国购物中心发展现状及趋势

图表32：中国购物中心现状分布示意图

图表33：中国购物中心城市分布示意图

图表34：中国购物中心发展示意图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169297.html>