

2022-2028年中国商业综合体行业前景展望与投资分析报告

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

《2022-2028年中国商业综合体行业前景展望与投资分析报告》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/202201/262902.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

2019年住宅房产的紧缩政策，驱动地产企业向商业地产转向。中国主要一线城市以北京上海为首，拥有超过100家购物中心，且核心商圈租金超过2000元，而其余一线城市如广州、深圳等购物中心量存则相对较少，这主要是受到城市规模人口影响；重庆、西安等城市购物中心数量与租金趋势脱离，说明这些地区商业用地库存过剩。中国主要城市购物中心核心商圈首层平均租金

中企顾问网发布的《2022-2028年中国商业综合体行业前景展望与投资分析报告》共十五章。首先介绍了中国商业综合体行业市场发展环境、商业综合体整体运行态势等，接着分析了中国商业综合体行业市场运行的现状，然后介绍了商业综合体市场竞争格局。随后，报告对商业综合体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商业综合体行业发展趋势与投资预测。您若想对商业综合体产业有个系统的了解或者想投资中国商业综合体行业，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，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 商业综合体综述第一节 商业综合体概念一、商业综合体概念二、商业综合体主要特征1、外部特征2、内部特征三、商业综合体的类别和作用四、商业综合体出现的必然性第二节 商业综合体行业市场环境一、宏观经济形势二、房地产调控政策三、信贷政策四、税收政策五、土地政策六、货币政策七、规划政策八、产业社会环境第二章 国际商业综合体所属行业行业发展分析第一节 国际商业综合体发展况分析一、国际商业综合体行业发展概况二、国际商业综合体行业发展特点三、国际重点商业综合体运营分析第二节 国际主要国家市场分析一、欧洲1、欧洲商业综合体发展概况2、欧洲商业综合体运营情况3、欧洲商业综合体发展前景二、美国1、美国商业综合体发展概况2、美国商业综合体运营情况3、美国商业综合体发展前景三、日本1、日本商业综合体发展概况2、日本商业综合体运营情况3、日本商业综合体发展前景第三章 中国商业综合体所属行业行业运行现状分析第一节 中国房地产所属行业行业运行情况一、房地产开发投资完成额二、房地产开发面积三、房地产销售面积及销售额四、房屋销售价格指数第二节 中国商业综合体所属行业行业发展状况一、中国商业综合体行业发展阶段二、中国商业综合体行业发展概况三、中国商业综合体行业发展特点四、中国商业综合体行业市场规模第三节 中国商业综合体所属行业行业运行指标一、商业综合体存量分析1、商业综合体存量分布2、商业综合体存量区域属性3、已开业商业综合体物业组合二、商业综合体增量分析1、商业综合体增量情况2、商业综合体增量预估3、商业综合体增长特征第四节 中国商业综合体所属行业市场供需形势一、中国商业综合体行业供给分析二、中国商业综合体行业需求分析三、中国商业综合体行业供需平衡分析第四章 商业综合体行业规划设计分

析第一节 商业综合体的设计特色一、商业综合体的外部设计特色二、商业综合体的内在设计特色第二节 商业综合体的设计要点一、商业综合体设计概述1、商业综合体的产生背景2、商业综合体的设计原则与规划顺序二、商业综合体的设计要点分析1、准确定位商业综合体的功能与风格2、功能空间设计3、交通流线组织第三节 商业综合体的规划设计一、正确的规划布局思想二、合理的整合设计1、互补型2、系列型3、主从型4、比较竞争型三、完善的停车组织和交通系统1、停车组织2、交通系统四、内部开放空间设计1、围合与开敞的变换2、竖向高差的变化3、空间的层次变化4、空间界面的柔化5、空间的诱导性设计五、商业综合体的规划设计展望1、扩建的空间2、生长的可能第四节 商业综合体的空间设计一、商业综合体的功能系统1、商业综合体功能系统构成2、商业综合体的功能配置3、商业综合体功能系统的关联性二、商业综合体的空间体系1、当代商业综合体的空间形态2、商业综合体空间体系的设计3、商业综合体空间体系的设计原则4、商业综合体的公共空间设计三、商业综合体的交通组织与流线1、商业综合体与城市交通体系的连接2、商业综合体外部交通空间设计3、商业综合体内部交通组织4、商业综合体的入口及交通节点四、商业综合体功能空间的复合模式1、商业综合体复合概念2、商业综合体的复合原则3、商业综合体复合模式的类型4、商业综合体的复合特征第五节 商业综合体的建筑设计一、商业综合体总平面设计二、商业综合体平面设计1、卸货场及后勤机电用房设置2、水平交通组织3、竖向交通组织三、商业综合体立面设计四、商业综合体剖面设计第六节 城市商业综合体建筑空间集约化设计策略探讨一、城市商业综合体建筑空间集约化设计原则1、化大为小2、分类集中3、疏密有致4、空间不定二、城市商业综合体建筑空间集约化设计策略1、功能空间2、交通空间3、结构空间 第五章 中国商业综合体所属行业行业开发运营分析第一节 商业综合体的定位一、项目的整体定位二、商业综合体分项定位第二节 商业综合体的规划一、商业综合体交通组织二、商业综合体空间布局第三节 中国商业综合体开发运营状况一、商业综合体开发状况二、商业综合体开发模式1、“独立”开发模式2、“合资-公共财政补贴”模式3、“合作链”开发模式三、商业综合体开发运营要点1、商业综合体首先要符合城市发展规划2、商业综合体开发的关键原则3、商业综合体项目开发程序要点四、商业综合体的经营管理1、开发商自行管理2、国外的管理机构参与合作管理3、专业的物业管理公司进行市场管理4、主要承租者进行经营的同时开展管理第四节 商业综合体行业重点省市拟建设项目分析一、上海1、项目阶段2、占地面积3、建筑面积4、投资金额二、江苏1、项目阶段2、占地面积3、建筑面积4、投资金额三、安徽1、项目阶段2、占地面积3、建筑面积4、投资金额 第六章 商业综合体行业构成要素分析第一节 购物中心一、购物中心行业运行现状二、购物中心市场需求情况三、购物中心市场竞争情况四、购物中心市场发展前景五、购物中心规划开发分析1、购物中心开发的流程2、购物中心开发的定位3、购物中心开发的选址4、购物中心开发的规划5

、购物中心开发的布局6、购物中心开发的设计7、购物中心开发的经营管理模式第二节 写字楼一、写字楼行业运行现状二、写字楼市场需求情况三、写字楼市场竞争情况四、写字楼市场发展前景五、写字楼规划开发分析1、写字楼建筑规划设计要点2、写字楼配置规划要点3、写字楼智能办公设计4、写字楼生态办公设计5、联合办公设计第三节 住宅一、住宅行业运行现状二、住宅市场需求情况三、住宅市场竞争情况四、住宅市场发展前景五、住宅规划开发分析第四节 酒店一、酒店行业运行现状二、酒店市场需求情况三、酒店市场竞争情况四、酒店市场发展前景五、酒店规划开发分析第五节 餐饮一、餐饮行业运行现状二、餐饮市场需求情况三、餐饮市场竞争情况四、餐饮市场发展前景五、餐饮规划开发分析 第七章 中国商业综合体行业营销分析第一节 商业综合体营销主要关键因素一、产品规划二、推售节奏三、媒体宣传四、目标客户把握第二节 商业综合体营销要素的应用一、产品规划的应用1、同类产品互动产生合力2、产品规划内部应化繁为简二、推售节奏的应用1、项目整体形象树立及大类型产品的推售策略2、项目单体内部的推售策略运用3、打造产品主要卖点要清晰4、产品与价格因子结合三、媒体宣传的应用四、客户特征的应用1、成交客户外在基本属性2、不同类型的客户特征3、商业综合体客户群共性4、利用客户特征进行媒体宣传第三节 商业综合体营销策略分析一、建立价值高地二、形成互动关系三、传播商业文明四、理清推盘顺序五、整合营销模式 第八章 商业综合体行业区域市场分析第一节 一线城市投资机会分析一、北京市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析二、上海市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析三、广州市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析四、深圳市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析第二节 二线城市投资机会分析一、成都市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析二、沈阳市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、

区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析三、武汉市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析第三节 三线城市投资机会分析一、常州市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析二、宜昌市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析三、绍兴市商业综合体投资机会分析1、城市建设与发展规划分析2、城市消费能力及潜力分析3、商业综合体体量规模分析4、区位特征与轨道交通分析5、商业综合体物业组合分析6、商业综合体增量市场分析7、商业综合体市场需求分析8、商业综合体投资机会分析第九章 商业综合体行业领先企业经营形势分析第一节 大连万达集团股份有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第二节 凯德置地（中国）投资有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第三节 大连恒隆地产有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第四节 万科企业股份有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第五节 上海中星（集团）有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第六节 华润置地控股有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第七节 大悦城控股集团股份有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第八节 深圳华侨城房地产有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第九节 深圳市益田集团股份有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第十节 SOHO中国有限公司一、企业发展简介二、企业业务布局三、企业经营情况四、企业开发实力五、企业典型项目六、企业竞争优势第十章 2022-2028年商业综合体行业前景及趋势第一节 2022-2028年商业综合体市场发展前景一、2022-2028年商业综合体市场发展潜力二、2022-2028年商业综合体市场发展前景 随着城市的发展，商业综合体应运而生。它是多

个使用功能不同的建筑空间组合而成的建筑群，其合理性在于节约用地、缩短交通距离、提高工作效率、发挥投资效益等。2022-2028年中国商业综合体行业总资产预测 三、2022-2028年商业综合体行业供需预测四、2022-2028年商业综合体市场规模预测第二节 2022-2028年商业综合体行业设计趋势一、2022-2028年商业综合体设计整体趋势1、尺度近人2、空间的限定3、风格色彩的多元化4、面材的软化与精化5、重视非建筑元素二、2022-2028年商业综合体业态设计趋势1、零售类设计趋势2、餐饮店类设计趋势3、娱乐类设计趋势4、酒店类设计趋势5、办公和居住类设计趋势6、商业综合体业态设计趋势总结第三节 商业综合体发展趋势预测一、一二线城市商业综合体发展趋势二、三四线城市商业综合体发展趋势三、开发商商业综合体战略布局趋势四、海外资本商业综合体布局趋势五、商业综合体融资方式发展趋势 第十一章 商业综合体行业投资价值评估分析第一节 商圈等级和规模的影响分析一、商圈理论及其作用分析二、商圈等级及规模的影响第二节 投资价值模型的构建分析一、销售价值定位模型的构建二、单一业态的价值区间分析三、整体价值最佳规模及最佳区间的计算第三节 投资价值综合分析体系一、商业综合体投资模型指标设计的原则二、商业综合体投资模型指标体系的建立三、商业综合体投资评价模型的建立第四节 商业综合体投资决策影响因素一、项目决策的柔性因素分析二、项目投资的不可逆性分析三、项目的不确定性因素分析第五节 商业综合体行业投资风险识别一、商业综合体开发投资各阶段风险分析1、商业综合体开发各阶段风险识别2、商业综合体投资风险特征分析3、商业综合体项目主要投资风险分析二、商业综合体风险预估模式设计1、风险预估与评价流程2、风险预估的数学模型3、风险预估的CPRS模型4、风险预估的风险因素指标基准5、风险对策的常见措施分析6、CPRS结果在风险对策的应用第六节 商业综合体城市投资机会分析一、城市消费指标分析1、社会消费品零售额分析2、城市消费水平系数分析二、城市存量指标分析1、主要城市存量指标分析2、消费水平存量系数分析三、城市增量指标分析1、城市增量指标分析2、增量指标应用分析四、“现状饱和指数”分析1、零售饱和指数IRS分析2、多业态饱和指数分析五、“千人拥有商场面积”分析1、“千人拥有商场面积”的含义2、“千人拥有商场面积”评估依据分析3、“千人拥有商场面积”与城市规划分析六、“逐级消费”的市场分析1、“逐级消费”基本内容2、“逐级消费”市场背景分析3、“逐级消费”指导价值与意义第七节 “互联网+”商业综合体发展机遇一、“互联网+”零售业打造新零售二、“互联网+”商业综合体经营者机会分析三、“互联网+”经营主体发展机遇四、“互联网+”帮助商业综合体实现转型 第十二章 商业综合体行业面临的困境及对策第一节 商业综合体企业面临的困境及对策一、商业综合体企业面临的困境二、商业综合体企业发展的对策第二节 商业综合体行业存在的问题及对策一、商业综合体行业存在的问题二、商业综合

体行业发展的对策

第三节 传统商业综合体转型升级策略探讨

一、传统商业综合体界定与发展状况

二、中国传统商业综合体发展影响因素

- 1、经济大环境影响
- 2、社会消费能力下降
- 3、产业单一化格局
- 4、电商冲击下的瓶颈与变化

三、中国传统商业综合体的局限性

- 1、业态老旧
- 2、营销模式单调
- 3、管理模式呆板

四、中国传统商业综合体改革升级方向

- 1、升级品牌业态
- 2、重建营销模式
- 3、调整管理模式

第十三章 商业综合体行业案例分析研究

第一节 商业综合体设计案例分析

一、商业综合体设计案例分析

- 1、背景介绍
- 2、设计原则
- 3、设计要点
- 4、结论

二、超大型商业综合体设计案例分析

- 1、建筑设计原则
- 2、功能布局
- 3、商业空间业态布局
- 4、建筑造型设计
- 5、消防设计

第二节 商业综合体规划案例分析

一、商业综合体规划案例分析

- 1、背景介绍
- 2、项目概况
- 3、规划设计
- 4、选址
- 5、总体布局
- 6、概念引入
- 7、动线设计
- 8、人流引导
- 9、景观及节点
- 10、动态交通
- 11、静态交通
- 12、货运物流
- 13、摩托车、自行车、电动自行车存放

第三节 商业综合体典型建设案例分析

一、商业综合体建设典型成功案例分析

- 1、天津信达广场
- 2、广州天河正佳广场
- 3、北京华贸中心
- 4、深圳中信城市广场
- 5、天津嘉里中心

二、商业综合体建设典型失败案例分析

- 1、湖南“福中福”国际城
- 2、北京首都时代广场
- 3、东莞“华南Mall”

第十四章 商业综合体行业发展战略研究

第一节 商业综合体行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 商业综合体经营策略分析

一、商业综合体市场细分策略

二、商业综合体市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

第三节 商业综合体行业投资战略研究

- 一、2019年商业综合体行业投资战略
- 二、2019年商业综合体开发商投资战略

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 商业综合体行业研究结论

（一）商业综合体发展建议

- 一、从政府角度建议
- 1、强化规划
- 2、强化招商
- 3、强化服务
- 4、强化政策
- 5、强化管理

- 二、从开发主体建议
- 1、以价值链管理的系统思维进行决策
- 2、项目开发中强调边界管理和变革
- 3、确保项目的开发速度与成功复制
- 4、确保项目的开发速度与建筑质量
- （二）商业综合体发展建议
- 5、营销领域建立客户管理思维

第二节 商业综合体发展建议

一、从政府角度建议

- 1、强化规划
- 2、强化招商
- 3、强化服务
- 4、强化政策
- 5、强化管理

二、从开发主体建议

- 1、以价值链管理的系统思维进行决策
- 2、项目开发中强调边界管理和变革
- 3、确保项目的开发速度与成功复制
- 4、确保项目的开发速度与建筑质量
- （二）商业综合体发展建议
- 5、营销领域建立客户管理思维

图表目录

图表：2015-2019年办公楼开发投资完成额
图表：2015-2019年商业营用房开发投资完成额
图表：2015-2019年其他房地产开发投资完成额
图表：2015-2019年房屋施工及竣工面积
图表：2015-2019年住宅施工及竣工面积
图表：2015-2019年商品房销售面积及销售额
图表：2015-2019年住宅商品房销售面积及销售额
图表：2015-2019年商业综合体存量分布
图表：2015-2019年商业综合体增量情况
图表：2015-2019年重点城市的商业综合体存量分布
图表：18个重点城市商业综合体具体存量
图表：20个重点城市商业综合体存量属性
图表：20个重点城市商业综合体面积预测
图表：20个重点城市商业综合体数量预测
图表：20个重点城市商业综合体增量预估
图表：2019年中国重点城市新增商业综合体面积
图表：2022-2028年20个重点城市商业综合体增量
图表：2022-2028年房地产开发投资完成额预测
图表：2022-2028年各区域房地产开发投资完成额预测
图表：2022-2028年住宅开发投资完成额预测
图表：2022-2028年

办公楼开发投资完成额预测图表：2022-2028年商业营用房开发投资完成额预测图表
：2022-2028年其他房地产开发投资完成额预测图表：2022-2028年房屋施工面积预测图表
：2022-2028年住宅施工面积预测图表：2022-2028年房屋竣工面积预测图表：2022-2028年住宅
竣工面积预测图表：2022-2028年商品房销售面积预测图表：2022-2028年住宅商品房销售面积
预测图表：2022-2028年商品房销售额预测图表：2022-2028年住宅商品房销售额预测图表
：2022-2028年商业综合体存量分布预测图表：2022-2028年商业综合体市场供需预测图表
：2022-2028年商业综合体投资规模预测更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/262902.html>