

2024-2030年中国商业综合体行业前景展望与市场调查预测报告

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

《2024-2030年中国商业综合体行业前景展望与市场调查预测报告》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/202401/434079.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

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。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国商业综合体行业前景展望与市场调查预测报告》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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

第十章 2024-2030年商业综合体行业前景及趋势

第一节 2024-2030年商业综合体市场发展前景

一、2024-2030年商业综合体市场发展潜力

二、2024-2030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。

三、2024-2030年商业综合体行业供需预测

四、2024-2030年商业综合体市场规模预测

第二节 2024-2030年商业综合体行业设计趋势

一、2024-2030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、2024-2030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

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、背景介绍
- 二、项目概况
- 三、规划设计
 - 1、选址
 - 2、总体布局
 - 3、概念引入
 - 4、动线设计
 - 5、人流引导

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、2022年商业综合体行业投资战略

二、2022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

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

5、营销领域建立客户管理思维

图表目录

图表：2024-2030年办公楼开发投资完成额

图表：2024-2030年商业营用房开发投资完成额

图表：2024-2030年其他房地产开发投资完成额

图表：2024-2030年房屋施工及竣工面积

图表：2024-2030年住宅施工及竣工面积

图表：2024-2030年商品房销售面积及销售额

图表：2024-2030年住宅商品房销售面积及销售额

图表：2024-2030年商业综合体存量分布

图表：2024-2030年商业综合体增量情况

图表：2024-2030年重点城市的商业综合体存量分布

图表：2024-2030年20个重点城市商业综合体增量

图表：2024-2030年房地产开发投资完成额预测

图表：2024-2030年各区域房地产开发投资完成额预测

图表：2024-2030年住宅开发投资完成额预测

图表：2024-2030年办公楼开发投资完成额预测

图表：2024-2030年商业营用房开发投资完成额预测

图表：2024-2030年其他房地产开发投资完成额预测

图表：2024-2030年房屋施工面积预测

图表：2024-2030年住宅施工面积预测

图表：2024-2030年房屋竣工面积预测

图表：2024-2030年住宅竣工面积预测

图表：2024-2030年商品房销售面积预测

图表：2024-2030年住宅商品房销售面积预测

图表：2024-2030年商品房销售额预测

图表：2024-2030年住宅商品房销售额预测

图表：2024-2030年商业综合体存量分布预测

图表：2024-2030年商业综合体市场供需预测

图表：2024-2030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/202401/434079.html>