



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年购物中心市场运营 态势及战略咨询研究报告

一、调研说明

《2012-2016年购物中心市场运营态势及战略咨询研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/208684.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章、购物中心相关概述

第一节、购物中心简介

- 一、国内外购物中心的概念
- 二、购物中心的分类
- 三、购物中心需要科学的定义与分类方法
- 四、购物中心的一般特点简述

第二节、大型购物中心（SHOPPING MALL）简析

- 一、shopping mall的概念
- 二、shopping mall的特点
- 三、shopping mall的物业管理服务要求
- 四、shopping mall的起源与蔓延

第三节、大型购物中心与其他业态的区别

- 一、与传统商业街的比较
- 二、与百货公司及量贩店的比较
- 三、对百货公司、量贩店的影响

第二章、世界购物中心分析

第一节、世界购物中心发展概述

- 一、世界购物中心的兴起及深层原因
- 二、世界购物中心的演变历程
- 三、世界各地大型购物中心发展走势
- 四、世界大型购物中心的典型模式解析
- 五、世界十大知名购物中心介绍

第二节、美国

- 一、美国购物中心发展简况
- 二、美国购物中心呈衰败趋势
- 三、美国大型购物中心经营管理的特点
- 四、美国超级购物中心面临的难题及应对策略
- 五、美国典型shopping mall发展特色

第三节、日本

- 一、日本购物中心的大规模兴起与扩张
- 二、日本购物中心趋向小型化发展
- 三、日本大型购物中心开发持续升温
- 四、日本典型shopping mall发展特色

第四节、欧洲

- 一、欧洲兴起大型购物中心开发热潮
- 二、德国购物中心发展进程及趋向
- 三、英国大型购物中心发展状况
- 四、奥地利维也纳大型购物中心发展状况
- 五、2010年土耳其购物中心发展动态

第五节、其他地区

- 一、新加坡购物中心发展状况浅析
- 二、新加坡购物中心的管理特色透析
- 三、印度购物中心发展势头强劲
- 四、巴西购物中心产业发展概况

第三章、中国购物中心发展分析

第一节、中国购物中心发展概况

- 一、中国购物中心发展的历史阶段剖析
- 二、中国购物中心发展的基本状况
- 三、中国购物中心发展态势分析
- 四、中国购物中心从开发时代向运营时代转变
- 五、中国购物中心发展的特点解析
- 六、中国shopping mall发展态势剖析
- 七、市场竞争激烈催旺国内主题购物中心

第二节、中国购物中心开发的影响因素

- 一、购物中心与经济发展紧密联系
- 二、消费和生活方式对购物中心的影响
- 三、购物中心开发量与城市化水平的相关性
- 四、中国购物中心区域分布特征

第三节、中国区域型购物中心的发展分析

- 一、中国不同类型购物中心的基本概况

- 二、区域型购物中心的定位与特点
- 三、中国区域型购物中心发展潜力广阔
- 四、中国区域型购物中心开发的问题及对策

第四节、郊外型购物中心发展分析

- 一、对郊外型购物中心概述
- 二、商业集聚的原理
- 三、郊外型购物中心建设的风险
- 四、郊外型购物中心经营的难点

第五节、购物中心消费者心理及行为透析

- 一、消费心理的深入分析
- 二、消费者购买行为分析
- 三、产品制造环节的细节设计
- 四、产品销售环节的细节设计

第六节、中国购物中心发展存在的问题

- 一、我国大型购物中心发展的阻碍
- 二、我国购物中心发展面临的挑战
- 三、大型购物中心在我国遭遇诸多困扰
- 四、我国购物中心开发存在的误区透析

第七节、中国购物中心发展的对策分析

- 一、促进我国购物中心快速发展的建议
- 二、大型购物中心建设的要点探讨
- 三、我国购物中心开发的三大要素
- 四、大型购物中心可持续发展的对策

第四章、主要区域购物中心的发展

第一节、北京

- 一、2008年成北京购物中心发展分水岭
- 二、2009年北京购物中心发展概况
- 三、2010年北京购物中心发展概况
- 四、北京市大型购物中心分布状况
- 五、2011年北京购物中心发展趋势

第二节、上海

- 一、2007-2008年上海购物中心发展回顾
- 二、2009年上海购物中心发展状况
- 三、"十一五"上海购物中心发展成就综述
- 四、上海购物中心发展中面临的困扰
- 五、"十二五"上海购物中心发展规划

第三节、广东省

- 一、广东大型购物中心发展的演进历程
- 二、广东购物中心的产生与快速发展的动因
- 三、2010年广东大型购物中心开发迎来高潮
- 四、深圳市购物中心呈高速发展态势
- 五、广州购物中心发展综述

第四节、其他地区

- 一、天津
- 二、青岛
- 三、武汉
- 四、烟台
- 五、成都
- 六、杭州
- 七、三亚

第五章、购物中心的开发

第一节、购物中心开发的主要流程

- 一、总体概述
- 二、调研与论证
- 三、立项与决策
- 四、选址与选型
- 五、规划与设计
- 六、融资与招商

第二节、购物中心的市场调查要素

- 一、调查的范围
- 二、调查对象
- 三、问卷设计

四、调查方式

五、数据处理分析方法

第三节、购物中心开发的决策基础探析

一、问题演变的过程

二、深入剖析购物中心开发决策的基础因素

三、开发商应认真了解消费市场的需求情况

第四节、购物中心的选址依据

一、以区位和交通人口状况为依据

二、以用地经济状况为基准

三、以用地的物理状况为基准

第五节、购物中心的规划要点透析

一、购物中心的位置

二、购物中心的规模

三、购物中心的形状

四、超级市场的位置

五、停车设备

第六节、浅析购物中心的业态定位

一、项目区位

二、商圈条件

三、项目规模

四、市场竞争

五、商户沟通

六、建筑设计

七、业态分布

第七节、购物中心的项目招商分析

一、招商流程简述

二、项目招商的基础

三、招商原则探讨

第八节、SHOPPING MALL项目开发的可行性探究

一、可行性分析的内容

二、总体策划设计要点

三、营销策划要点

四、购物中心物业管理

第六章、购物中心的运营

第一节、购物中心的各种模式盘点

- 一、按开发商背景或经营管理的模式划分
- 二、按商场面积规模分类
- 三、按定位档次分类
- 四、按选址地点分类
- 五、按国际购物中心协会的分类
- 六、根据业态复合度划分

第二节、购物中心的经营策略探讨

- 一、购物中心成功运营的关键要素
- 二、购物中心面临的经营难题及应对策略
- 三、购物中心需要确立合适的商业业态
- 四、大型购物中心的品牌经营策略分析
- 五、大型购物中心可持续发展的综合方案

第三节、购物中心的管理思路分析

- 一、购物中心的管理特性及走势浅析
- 二、购物中心的信息化管理策略探讨
- 三、购物中心的工程管理方案剖析
- 四、购物中心的管理建议

第四节、探索购物中心的完整行销推广方案

- 一、创造特色形象和产品展示
- 二、实行顾客导向的满足需求规划
- 三、拟定完整的行销推广策略
- 四、建立一支行销推广的专业团队

第五节、购物中心的价值评估与盈利方法分析

- 一、购物中心的价值计算方法
- 二、shopping mall盈利效果不佳的缘由解析
- 三、Shopping mall的盈利模式选择
- 四、Shopping mall的商业利润挖掘

第六节、中国购物中心的新型盈利模式

- 一、小型店中店、租金+流水
- 二、四成零售业+六成餐饮娱乐服务业
- 三、订单商业
- 四、外资零售巨头试水新业态

第七章、重点大型购物中心介绍

第一节、中关村广场购物中心

- 一、基本简介
- 二、区域人群特征分析
- 三、市场发展空间分析
- 四、项目定位与业态布局
- 五、经营状况及未来前景探析

第二节、新华南MALL•生活城

- 一、基本简介
- 二、华南MALL的定位转变分析
- 三、新华南MALL的整合之路分析
- 四、新华南MALL创建直销中心成功转型

第三节、北京金源新燕莎MALL

- 一、基本简介
- 二、金源新燕莎MALL经营状况综述
- 三、金源新燕莎MALL的发展阶段及成功关键

第四节、广州正佳广场

- 一、基本简介
- 二、正佳广场经营状况持续向好
- 三、迎接亚运商机正佳广场M层改造升级

第五节、深圳华润中心•万象城

- 一、基本简介
- 二、2010年深圳万象城的营业额逾40亿元
- 三、万象城的经营理念透析
- 四、万象城的营销思路分析
- 五、万象城的物业管理策略探讨

第八章、购物中心的投资潜力及发展前景分析

第一节、购物中心的投资分析

- 一、我国购物中心投资现况简析
- 二、投资购物中心地产的方法
- 三、人性化设计成购物中心投资关注要点
- 四、国内二三线城市购物中心具有良好投资机会

第二节、购物中心的发展前景展望

- 一、中国开发购物中心具有巨大潜力
- 二、中国购物中心未来发展的影响因素分析
- 三、2012-2016年中国购物中心发展规模预测

第三节、购物中心的未来发展趋势

- 一、购物中心的未来发展方向探析
- 二、购物中心的未来商业模式剖析
- 三、购物中心的开发趋势分析

图表目录：

- 图表1 美国国际购物中心协会关于购物中心的分类和定义
- 图表2 中国零售业态分类和基本特点（购物中心部分）
- 图表3 日本购物中心发展阶段情况
- 图表4 1992-2006年日本购物中心开业情况
- 图表5 日本购物中心地理位置分布情况
- 图表6 日本购物中心主力店构成情况
- 图表7 2007-2008年欧洲购物中心分布
- 图表8 2008年全国购物中心主力店的分布比例
- 图表9 2008年全国购物中心形态分布比例
- 图表10 2008年全国购物中心类型分布比例
- 图表11 2000-2008年全国购物中心开业比例情况
- 图表12 2000-2008年累计商业建筑面积、社会消费品零售总额、GDP三者增长率的对比
- 图表13 2000-2008年全国购物中心投资额和GDP的相关性
- 图表14 2000-2008年平均每个购物中心新增商业建筑面积与人均GDP的相关性
- 图表15 2002-2008年我国国际旅游收入与购物中心商业项目投资额
- 图表16 2000-2008年全国购物中心商业项目商业建筑面积与社会消费品零售总额线性相关

图表17 2000-2008年购物中心开业数量与城镇居民人均可支配收入相关性

图表18 2000-2008年购物中心开业比例与恩格尔系数的相关性

图表19 2002-2008年购物中心开业比例与恩格尔系数呈现负相关关系

图表20 2001-2008年我国人民生活水平消费指数变化情况

图表21 2001-2008年我国消费水平与发达国家的比较

图表22 2001-2008年中国餐饮零售额年增长情况

图表23 累计新增商业建筑面积与城市化率间的线性相关关系（2002年）

图表24 累计商业建筑面积与城市化率间的线性相关关系（2008年）

图表25 截止2008年底城市化率与购物中心开业数量关系图

图表26 2000-2008年购物中心商业项目平均新增商业建筑面积

图表27 2001-2008年全国购物中心新增商业建筑面积情况统计

图表28 中国购物中心开发体量的区域状况

图表29 截止2008年各区域累计商业建筑面积占全国比重

图表30 2001-2008年新增商业建筑面积的区域对比情况

图表31 截止2008年底各城市购物中心占全国的比重

图表32 截止2008年底累计商业建筑面积排名前十五的城市

图表33 2001-2008年商业建筑面积排名前五的城市新增商业建筑面积情况

图表34 2010年北京开业的社区型项目

图表35 2010年北京开业的市区型项目

图表36 北京购物中心分布状况

图表37 北京各区购物中心分布比例图

图表38 北京各区人口分布状况

图表39 2011年一季度北京购物中心数据

图表40 2009年各季度上海购物中心营业收入增长情况

图表41 2009年上海购物中心各业态增幅

图表42 起步阶段广州开业的购物中心

图表43 成长阶段广州开业的购物中心

图表44 加速成长阶段广州开业的购物中心

图表45 广州市三个阶段新建购物中心商业面积总规模及增长速度

图表46 2008年广州市各区域购物中心个数

图表47 2008年中国十大MALL排行榜（按建筑面积排序）

图表48 中关村广场购物中心区域人群受教育程度

图表49 2002-2008年我国购物中心投资占商业营业用房开发投资额比重

图表50 2012-2016年中国购物中心累计商业建筑面积预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208684.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。