



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国购物商场产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国购物商场产业发展现状及市场监测报告》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/278477.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

购物商城分为两类：一类是我们非常熟悉的例如百货商场等现实生活中的实体商城；

另一类就是网上购物商城。网上购物商城是指依托互联网技术把线下实体商品和网上虚拟产品移到网络购物平台上，并能在平台上实现下单、支付、物流配送等一条龙服务。

现实生活中的商城：

优点：可以直接看到要购买的商品，可以亲身体验一下，可以对身心锻炼，可以作为生活的方式。

缺点：购物受地域的限制，可选种类少。容易受到环境的影响，区域限制。

在虚拟的网络的一个购物平台：

优点：信息量大，购物不受地域限制、省时、方便，不宜受到环境的影响，方便省钱。

缺点：消费者对商品的了解比较少，主要通过视觉感觉，因而购买者对商品没有真实的体验。

Online To Offline，线下商务的机会与互联网结合在一起的购物平台：

优点：通过网购导购机，把互联网与地面店完美对接，实现互联网落地。让消费者在享受线上优惠价格的同时，又可享受线下贴身的服务。同时，O2O模式还可实现不同商家的联盟。

缺点：在线支付、线下体验，很容易造成"付款前是上帝，付款后什么都不是"的窘境。比如定制类实体商品与消费者预定不符，一旦质量低于预期，甚至极为低劣，消费者会处于非常被动的境地

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：购物商场产业发展综述 24

1.1 购物商场的定义及分类 24

1.1.1 购物商场的定义 24

1.1.2 购物商场的分类 24

1.2 购物商场的产业本质 26

1.2.1 购物商场的特点 26

1.2.2 购物商场与百货商场的比较分析	26
1.2.3 购物商场与传统商业街的比较分析	32
1.3 购物商场发展的推动因素	33
1.3.1 商业地产投资推动购物商场发展	33
1.3.2 地方政府的投资冲动推动购物商场发展	39
1.3.3 城市扩容及城市化进程加快推动购物商场发展	41

第2章：购物商场产业链分析 45

2.1 购物商场产业链上游行业发展状况分析 45

2.1.1 土地市场运营分析 45

(1) 全国土地市场购置情况 45

(2) 全国土地市场价格分析 46

2.1.2 房地产行业运营分析 47

(1) 全国房地产开发景气指数 47

(2) 全国房地产投资情况 50

(3) 全国房地产供应情况 52

(4) 全国房地产市场销售情况 52

2.2 购物商场下游行业发展状况分析 54

2.2.1 中国零售行业发展状况分析 54

(1) 行业发展规模分析 54

(2) 行业盈利情况分析 56

(3) 行业运营情况分析 58

(4) 行业偿债情况分析 60

2.2.2 中国社会消费现状分析 61

(1) 中国居民人口特征分析 61

(2) 不同年龄段人口的消费特征分析 64

(3) 中国居民收入与消费情况分析 66

第3章：中国购物商场的发展现状分析 74

3.1 购物商场在中国的发展历程 74

3.2 中国购物商场的分布 75

3.2.1 中国购物商场的分布形式分析 75

3.2.2 中国购物商场的分布数量分析 76

3.2.3 中国购物商场的分布趋势分析 77

3.3 中国购物商场的业态分析	79
3.3.1 中国购物商场的业态构成分析	79
(1) 中国购物商场的业态构成	79
(2) 中国购物商场的业态构成特点	80
3.3.2 中国购物商场主/次力店分析	85
(1) 购物商场主力店及次主力店的作用	85
(2) 购物商场主力店及次主力店规模分析	86
(3) 不同类型购物商场的主力店类型	88
3.3.3 中国购物商场零售业态分析	90
3.3.4 中国购物商场餐饮业态分析	93
3.3.5 中国购物商场娱乐休闲业态分析	99
3.3.6 中国购物商场的品牌分析	104
3.3.7 中国购物商场的业态布局分析	106
3.4 中国购物商场的经营情况分析	112
3.4.1 中国购物商场管理模式分析	112
(1) 中国购物商场管理模式概述	112
(2) 中国购物商场管理模式现状	121
3.4.2 中国购物商场盈利模式分析	122
3.4.3 中国购物商场租赁模式分析	125
(1) 中国购物商场租赁模式简述	125
(2) 中国购物商场租赁模式现状	126
3.5 不同类型购物商场的发展现状及趋势分析	127
3.5.1 按位置(影响力)划分的购物商场发展现状及趋势分析	127
(1) 都市型购物商场的发展现状及趋势分析	127
(2) 区域型购物商场的发展现状及趋势分析	128
(3) 社区型购物商场的发展现状及趋势分析	130
(4) 郊区型购物商场的发展现状及趋势分析	131
3.5.2 按商业主题划分的购物商场发展现状及趋势分析	135
(1) 主题型购物商场运行发展现状及趋势分析	135
(2) 混合型购物商场发展现状及趋势分析	139
第4章：购物商场运营解析	141
4.1 购物商场的定位解析	141

- 4.1.1 目标市场定位 141
- 4.1.2 主题特色定位 141
- 4.1.3 商业功能定位 142
- 4.1.4 商业规模定位 142
- 4.1.5 运营模式定位 143
- 4.1.6 商业形象定位 144
- 4.2 购物商场运营模式分析 145
 - 4.2.1 纯销售模式 145
 - 4.2.2 租售并举模式 146
 - 4.2.3 纯物业经营模式 146
 - 4.2.4 连锁摩尔模式 147
- 4.3 购物商场的业态组合解析 148
 - 4.3.1 业态规划的基本原则 148
 - 4.3.2 业态组合的比例控制 150
 - 4.3.3 提高娱乐休闲业态的比例 153
 - 4.3.4 各种业态间的客流联系 155
- 4.4 购物商场的次/主力店规划 156
 - 4.4.1 租户在购物商场的功能角色划分 156
 - 4.4.2 核心租户（主力店）的定义与特征 158
 - 4.4.3 主力店和次主力店的标准 160
 - 4.4.4 次/主力店的选择 163
 - 4.4.5 购物商场主力店和次主力店格局变化 165
- 4.5 购物商场的布局分析 168
 - 4.5.1 空间布局分布 168
 - 4.5.2 业态布局分析 170
- 4.6 购物商场的动线设计分析 171
 - 4.6.1 水平动线设计分析 171
 - 4.6.2 垂直动线设计分析 172
 - 4.6.3 购物商场动线设计原则 172
- 4.7 购物商场的管理方法解析 174
 - 4.7.1 购物商场管理的"四个统一" 174
 - （1）统一招商 174

(2) 统一营销	175
(3) 统一服务监督	175
(4) 统一物业管理	175
4.7.2 购物商场管理的十个原则	105 176
4.8 购物商场的营销方式解析	176
4.8.1 文化营销	176
4.8.2 主题活动营销	178
4.8.3 节日营销	181
4.8.4 明星营销	184
4.8.5 主力店营销	186
4.8.6 场地营销	193
4.8.7 销售促进	193
4.9 购物商场运营的成功案例解析	199
4.9.1 日本故事主题式购物商场	199
4.9.2 美国摩尔购物商场	204
4.9.3 深圳海岸城	204
4.9.4 上海青浦奥特莱斯	207
第5章：中国购物商场竞争格局分析	211
5.1 中国购物商场竞争格局综述	211
5.2 主要外资企业在中国的投资布局	219
5.2.1 新加坡凯德置地	219
(1) 集团简介	219
(2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析	220
(3) 企业计划在中国投资的项目分析	220
5.2.2 菲律宾SM集团	222
(1) 集团简介	222
(2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析	223
(3) 企业计划在中国投资的项目分析	223
5.2.3 美国西蒙地产	224
(1) 集团简介	224
(2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析	226
(3) 企业计划在中国投资的项目分析	228

5.2.4 日本永旺集团	233
(1) 集团简介	233
(2) 企业目前在中国的运营的主要项目分析	235
(3) 企业计划在中国投资的项目分析	236
5.3 中国企业的投资布局分析	236
5.3.1 华润集团	236
(1) 企业目前在运营的主要项目分析	236
(2) 企业计划投资的项目分析	249
5.3.2 中信集团	252
(1) 集团简介	252
(2) 企业目前在运营的主要项目分析	253
5.3.3 中粮集团	254
(1) 企业目前在运营的主要项目分析	254
(2) 企业计划投资的项目分析	255
5.3.4 铜锣湾集团	256
(1) 企业目前在运营的部分项目分析	256
(2) 企业最新发展动向分析	257
5.3.5 万达地产	260
(1) 企业目前在运营的主要项目分析	260
(2) 企业计划投资的项目分析	263
5.3.6 深国投商用置业	264
(1) 企业目前在运营的主要项目分析	264
(2) 企业计划投资的项目分析	267
5.4 购物商场竞争格局演变分析	268
5.4.1 传统百货公司转型或投资购物商场	268
5.4.2 房地产企业投资购物商场	271
5.4.3 购物商场投资热潮转向二三线城市	277
5.4.4 中国购物商场存在过度投资现象	279
5.4.5 中国购物商场同质化严重，招商困难	279
第6章：中国重点区域购物商场的运行态势分析	284
6.1 一线城市购物商场的运行态势分析	284
6.1.1 北京购物商场的运行态势分析	284

(1) 北京购物商场运营环境分析	284
1) 北京经济运行状况分析	284
2) 北京零售业发展状况分析	292
3) 北京的主要商圈分析	294
4) 北京市总体城市规划解读	342
(2) 北京购物商场运营情况分析	347
1) 2015年北京购物商场发展回顾	347
2) 2016年北京购物商场发展状况分析	349
1、2016年开业项目分析	349
2、空置率及租金情况分析	352
3) 北京购物商场发展特点分析	353
(3) 北京购物商场的发展趋势	355
6.1.2 上海购物商场的运行态势分析	358
(1) 上海购物商场运营环境分析	358
1) 上海经济运行状况分析	359
2) 上海零售业发展状况分析	366
3) 上海的主要商圈分析	368
4) 上海市商业网点布局规划解读	377
(2) 上海市购物商场运营情况分析	386
1) 上海购物商场的总体概况分析	386
2) 2015年上海购物商场发展回顾	390
3) 2016年上海购物商场新增项目分析	391
4) 上海购物商场发展特点分析	393
(3) 上海购物商场的发展趋势	396
6.1.3 深圳购物商场的运行态势分析	397
(1) 深圳购物商场运营环境分析	397
1) 深圳经济运行状况分析	397
2) 深圳零售业发展状况分析	425
3) 深圳的主要商圈分析	427
(2) 深圳购物商场运营情况分析	441
1) 2015年深圳购物商场发展回顾	441
1、2016新增项目分析	442

2、入驻零售品牌分析	445
2) 2016年深圳购物商场发展状况	447
3) 深圳购物商场发展特点分析	448
(3) 深圳购物商场的发展趋势	449
6.1.4 广州购物商场的运行态势分析	453
(1) 广州购物商场运营环境分析	453
1) 广州经济运行状况分析	453
2) 广州零售业发展状况分析	461
3) 广州的主要商圈分析	463
4) 广州商业网点发展规划	468
(2) 广州购物商场的运营情况分析	470
1) 2015年广州购物商场发展回顾	470
2) 2016年广州购物商场发展状况	471
1、空置率及租金情况分析	471
2、入驻零售品牌分析	472
3) 广州购物商场的发展特点分析	472
(3) 广州购物商场的发展趋势	475
6.2 二线城市购物商场的运行态势分析	476
6.2.1 武汉购物商场的运行态势分析	476
6.2.2 重庆购物商场的运行态势分析	478
6.2.3 天津购物商场的运行态势分析	481
6.2.4 青岛购物商场的运行态势分析	482
6.2.5 济南购物商场的运行态势分析	484
6.2.6 苏州购物商场的运行态势分析	488
6.2.7 大连购物商场的运行态势分析	488
6.3 购物商场在中小城市的投资现状及前景分析	490
6.3.1 购物商场在中小城市的投资现状	490
6.3.2 部分中小城市的商业规划及政府政策	495
6.3.3 购物商场下沉存在的阻力	496
6.3.4 购物商场在中小城市的投资前景	498
第7章：购物商场投资/运营领先企业分析	500
7.1 购物商场投资/运营上市企业分析	500

7.1.1 华润置地（北京）股份有限公司经营情况分析 500

- (1) 企业发展简况分析 500
- (2) 主要经济指标分析 500
- (3) 企业盈利能力分析 502
- (4) 企业运营能力分析 503
- (5) 企业偿债能力分析 504
- (6) 企业发展能力分析 505
- (7) 企业经营业态分析 506
- (8) 公司销售网络情况 507
- (9) 企业经营状况优劣势分析 507
- (10) 企业最新发展动向分析 508

7.1.2 武汉南国置业股份有限公司 508

- (1) 企业发展简况分析 508
- (2) 主要经济指标分析 509

7.1.3 庄胜百货集团有限公司 517

- (1) 企业发展简况分析 517
- (2) 主要经济指标分析 518

7.1.4 山东银座商城股份有限公司 524

- (1) 企业发展简况分析 524
- (2) 主要经济指标分析 525

7.1.5 文峰大世界连锁发展股份有限公司 534

- (1) 企业发展简况分析 534
- (2) 主要经济指标分析 535

7.1.6 上海益民商业集团股份有限公司 544

- (1) 企业发展简况分析 544
- (2) 主要经济指标分析 545

7.1.7 恒隆地产有限公司 554

- (1) 企业发展简况分析 554
- (2) 主要经济指标分析 556

7.1.8 福建新华都购物广场股份有限公司 559

- (1) 企业发展简况分析 559
- (2) 主要经济指标分析 560

7.1.9 保利房地产（集团）股份有限公司 569

（1）企业发展简况分析 569

（2）主要经济指标分析 570

7.1.10 中百控股集团股份有限公司 579

（1）企业发展简况分析 580

（2）主要经济指标分析 580

7.1.11 龙湖地产有限公司 589

（1）企业发展简况分析 589

（2）主要经济指标分析 592

7.1.12 阳光新业地产股份有限公司 597

（1）企业发展简况分析 597

（2）主要经济指标分析 597

7.1.13 宝龙地产控股有限公司 606

（1）企业发展简况分析 606

（2）主要经济指标分析 607

7.1.14 深圳天虹商场股份有限公司 611

（1）企业发展简况分析 611

（2）主要经济指标分析 612

7.2 购物商场投资/运营普通企业分析 621

7.2.1 世纪金源集团经营情况分析 621

（1）企业发展简况分析 621

（2）企业经营业态分析 622

（3）企业销售网络情况 624

（4）企业经营状况优劣势分析 625

（5）企业最新发展动向分析 626

7.2.2 绿地集团 626

（1）企业发展简况分析 626

7.2.3 深圳市益田集团股份有限公司 628

（1）企业发展简况分析 628

7.2.4 金鹰国际集团 629

（1）企业发展简况分析 629

7.2.5 中都控股集团有限公司 630

(1) 企业发展简况分析	630
7.2.6 柏联集团有限公司	634
(1) 企业发展简况分析	634
7.2.7 北京东方广场有限公司	635
(1) 企业发展简况分析	635
7.2.8 上海中融置业集团有限公司	636
(1) 企业发展简况分析	636
7.2.9 大连万达商业地产股份有限公司	637
(1) 企业发展简况分析	637
7.2.10 上海世茂股份有限公司	637
(1) 企业发展简况分析	637
7.2.11 凯德集团	638
(1) 企业发展简况分析	638
7.2.12 广东天河城(集团)股份有限公司	639
(1) 企业发展简况分析	639
7.2.13 重庆帝景集团有限公司	641
(1) 企业发展简况分析	641
7.2.14 群光实业(武汉)有限公司	643
(1) 企业发展简况分析	643
7.2.15 佳兆业集团控股有限公司	643
(1) 企业发展简况分析	643
7.2.16 新城控股集团有限公司	645
(1) 企业发展简况分析	645
第8章：购物商场产业发展趋势分析	647
8.1 购物商场运营模式发展趋势	647
8.1.1 购物商场向主题化方向发展	647
8.1.2 购物商场向休闲中心方向发展	647
8.2 购物商场布局趋势分析	648
8.2.1 从主要商业圈转向次级/新兴商业圈	648
8.2.2 逐渐向下级城市扩散	649
8.3 购物商场类型发展趋势分析	650
8.3.1 区域型购物商场渐成主流形式	650

8.3.2 社区型购物商场正在兴起 651 (AK WZY)

图表目录:

图表 1 2014年以来全国房地产开发企业土地平均购置价格及增长率 45

图表 2 2015年全国房地产开发和销售情况 47

图表 3 2015年东中西部地区房地产开发投资情况 49

图表 4 2015年东中西部地区房地产销售情况 49

图表 5 中国国房景气指数(月度) 49

图表 6 2012年至今全国房地产开发投资额增幅走势 50

图表 7 全国房地产开发投资增速 51

图表 8 全国房地产开发企业土地购置面积增速 52

图表 9 全国商品房销售面积及销售额增速 53

图表 10 分业态零售企业毛利率及净利率变化情况 单位：% 60

图表 11 2014年年末人口数及其构成 63

图表 12 2006-2015年我国人口及其自然增长率变化情况 63

图表 13 2006-2015年我国社会消费品零售总额及其增长率 67

图表 14 2012年6月-2015年11月我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 68

图表 15 2015年1-11月份社会消费品零售总额主要数据 69

图表 16 2006-2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 72

图表 17 2006-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 72

图表 18 中国购物中心的发展阶段 74

图表 19 2003-2015年我国每年新建购物中心数量（家） 75

图表 20 购物中心平均体量 76

图表 21 中国购物中心数量 76

图表 22 中国购物中心建筑面积 77

图表 23 中国各主要城市优质商圈空置率与租金环比增长表现 78

图表 24 大型购物中心业态构成 79

图表 25 截止2015年11月10十大快时尚品牌大陆城市开店统计表 81

图表 26 十大知名快时尚已开业门店数盘点（已开业门店指截止2014年12月10日数据） 82

图表 27 部分购物中心餐饮业态比重统计表 84

图表 28 国内10家知名购物中心主力店情况表 89

图表 29 不同区域购物中心主力店特点表 89

图表 30 中国部分面积10万平方米以上的奥特莱斯 107

图表 31 部分购物中心业态组合 109

图表 32 消费者认为购物中心运营的关键因素 109

图表 33 2015年全国主要城市商业营业用房开发投资额及近三年复合增速 110

图表 34 2010-2015年全国主要城市商业用房开发投资额占房地产开发投资额比重 110

图表 35 购物中心的拓展方向 111

图表 36 夏日购物受消费者青睐比例图 153

图表 37 租户在购物中心的功能角色分析 156

图表 38 核心租户的定义与特征 158

图表 39 中国购物中心类型 211

图表 40 2016-2022年中国网络购物市场交易规模 212

图表 41 消费者认为商场购物的优势 213

图表 42 消费者认为网络购物的优势 213

图表 43 品牌商户网店开设情况 213

图表 44 商户与客户互动渠道 214

图表 45 中国购物中心零售业态并购交易趋势 215

图表 46 2015年中国十大购物中心、百货、超市零售业并购交易 216

图表 47 知名购物中心品牌开设购物中心数量 217

图表 48 华润集团目前在运营的主要项目分析 237

图表 49 开发商市场前景展望 272

图表 50 开发商现状调查 272

图表 51 品牌商户的店铺首选目标 273

图表 52 品牌商户未来三年的扩张计划 274

图表 53 商户眼中购物中心运营的关键因素 275

图表 54 受访消费者去大型购物中心的时间选择 276

图表 55 受访消费者在购物中心的主要活动 276

图表 56 2009-2015年北京地区生产总值及增长速度 284

图表 57 2015年北京地区生产总值 284

图表 58 2009-2015年北京市地方公共财政预算收入及增长速度 286

图表 59 北京市居民消费价格涨跌幅度 286

图表 60 2015年北京市居民消费价格月度同比涨跌幅度 287

图表 61 2009-2015年北京市城镇居民人均可支配收入及实际增速 288

图表 62 2009-2015年北京市农村居民人均纯收入及实际增速 288

图表 63 2009-2015年城镇新增就业人数 289

图表 64 社会保障相关待遇标准 290

图表 65 2014年末北京市常住人口及构成 290

图表 66 2015年北京社会消费品零售总额 291

图表 67 2009-2015年北京市社会消费品零售总额及增长速度 292

图表 68 2009-2015年上海市生产总值及其增长速度 359

图表 69 2015年战略性新兴产业增加值及其增长速度 360

图表 70 2015年地方财政收支及其增长速度 360

图表 71 2015年全社会固定资产投资及其增长速度 361

图表 72 2015年居民消费价格指数 362

图表 73 2009-2015年上海市城镇居民人均住房居住面积 363

图表 74 2009-2015年上海市新增就业岗位情况 365

图表 75 2015年社会消费品零售总额及其增长速度 365

图表 76 商业地产中国城市40强 368

图表 77 上海商圈商场分析报告 368

图表 78 全市市级、地区级商业中心布局图 382

图表 79 中心城市级商业中心布局图 383

图表 80 中心城地区级商业中心布局图 384

图表 81 外环线以外地区级商业中心布局图 385

图表 82 2009-2015年深圳本地生产总值 398

图表 83 2015年深圳分区本地生产总值 399

图表 84 2009-2015年深圳公共财政预算收入及增长速度 400

图表 85 2015年深圳居民消费价格单月同比上涨幅度 400

图表 86 2009-2015年居民消费价格指数（上年为100） 400

图表 87 2015年深圳居民消费价格指数 401

图表 88 2015年深圳主要畜产品产量 402

图表 89 2015年规模以上工业增加值分月累计增长速度（%） 402

图表 90 2009-2015年工业增加值及增长速度 403

图表 91 2015年深圳分区规模以上工业增加值 403

图表 92 2015年深圳主要工业产品产量及增长速度 404

图表 93 2009-2015年建筑业增加值及增长速度 406

图表 94 2009-2015年固定资产投资及增长速度 406

图表 95 2009-2015年社会消费品零售总额及增长速度 410

图表 96 2015年深圳分区社会消费品零售额 410

图表 97 2009-2015年深圳进出口总额及增长速度 411

图表 98 2015年深圳分区外贸进出口总额及增长速度 412

图表 99 2015年深圳主要商品出口金额及增长速度 413

图表 100 2015年深圳对主要国家和地区进出口总额及增长速度 415

图表 101 2015年深圳分行业外商直接投资及增长速度 416

图表 102 2009-2014年年末电话用户数 418

图表 103 2009-2015年居民人均可支配收入及增长速度 423

图表 104 深圳八大商圈地理位置 430

图表 105 深圳市各商圈商铺销售成交均价（单位：元/m²） 431

图表 106 2000-2015年深圳购物中心面积走势 449

图表 107 未来一至两年深圳即将入市的部分购物中心统计 450

图表 108 2015年分区域主要指标 454

图表 109 2015年居民消费价格比上年涨跌幅度 455

图表 110 2015年末全省参加各类保险人数及其增长速度 458

图表 111 2015年常住人口数及其构成 460

图表 112 大连市社会消费品零售总额 488

图表 113 购物商场市场数据 489

图表 114 华润置地（北京）股份有限公司负债能力分析 500

图表 115 华润置地（北京）股份有限公司盈利能力分析 502

图表 116 华润置地（北京）股份有限公司运营能力分析 503

图表 117 华润置地（北京）股份有限公司偿债能力分析 504

图表 118 华润置地（北京）股份有限公司发展能力分析 505

图表 119 武汉南国置业股份有限公司负债能力分析 509

图表 120 武汉南国置业股份有限公司利润能力分析 511

图表 121 武汉南国置业股份有限公司财务指标分析 513

图表 122 近4年庄胜百货集团有限公司流动资产周转次数变化情况 518

图表 123 近4年庄胜百货集团有限公司流动资产周转次数变化情况 518

图表 124 近4年庄胜百货集团有限公司产权比率变化情况 519

图表 125 近4年庄胜百货集团有限公司产权比率变化情况 519

图表 126 近4年庄胜百货集团有限公司销售毛利率变化情况 520

图表 127 近4年庄胜百货集团有限公司销售毛利率变化情况 520

图表 128 近4年庄胜百货集团有限公司资产负债率变化情况 521

图表 129 近4年庄胜百货集团有限公司资产负债率变化情况 521

图表 130 近4年庄胜百货集团有限公司总资产周转次数变化情况 522

图表 131 近4年庄胜百货集团有限公司总资产周转次数变化情况 522

图表 132 近4年庄胜百货集团有限公司固定资产周转次数情况 523

图表 133 近4年庄胜百货集团有限公司固定资产周转次数变化情况 523

图表 134 山东银座商城股份有限公司负债能力分析 525

图表 135 山东银座商城股份有限公司利润能力分析 528

图表 136 山东银座商城股份有限公司财务指标分析 530

图表 137 文峰大世界连锁发展股份有限公司负债能力分析 535

图表 138 文峰大世界连锁发展股份有限公司利润能力分析 538

图表 139 文峰大世界连锁发展股份有限公司财务指标分析 540

图表 140 上海益民商业集团股份有限公司负债能力分析 545

图表 141 上海益民商业集团股份有限公司利润能力分析 548

图表 142 上海益民商业集团股份有限公司财务指标分析 549

图表 143 恒隆地产有限公司负债能力分析 556

图表 144 恒隆地产有限公司综合损益分析 557

图表 145 恒隆地产有限公司财务指标分析 558

图表 146 福建新华都购物广场股份有限公司负债能力分析 560

图表 147 福建新华都购物广场股份有限公司利润能力分析 563

图表 148 福建新华都购物广场股份有限公司财务指标分析 565

图表 149 保利房地产（集团）股份有限公司负债能力分析 570

图表 150 保利房地产（集团）股份有限公司利润能力分析 573

图表 151 保利房地产（集团）股份有限公司财务指标分析 575

图表 152 中百控股集团股份有限公司负债能力分析 580

图表 153 中百控股集团股份有限公司利润能力分析 583

图表 154 中百控股集团股份有限公司财务指标分析 585

图表 155 龙湖地产有限公司负债能力分析 592

图表 156 龙湖地产有限公司综合损益分析 594

图表 157 龙湖地产有限公司财务指标分析 596

图表 158 阳光新业地产股份有限公司负债能力分析 597

图表 159 阳光新业地产股份有限公司利润能力分析 600
图表 160 阳光新业地产股份有限公司财务指标分析 602
图表 161 宝龙地产控股有限公司负债能力分析 607
图表 162 宝龙地产控股有限公司综合损益分析 609
图表 163 宝龙地产控股有限公司财务指标分析 610
图表 164 深圳天虹商场股份有限公司负债能力分析 612
图表 165 深圳天虹商场股份有限公司利润能力分析 615
图表 166 深圳天虹商场股份有限公司财务指标分析 617
图表 167 购物中心开发商认为运营成功最重要的因素 653
图表 168 吸引客户光临购物中心的关键因素 653
图表 169 受访消费者对购物中心的位置选择 654

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278477.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。