



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国购物中心行业市场 专项调研及投资前景分析报 告

一、调研说明

《2022-2027年中国购物中心行业市场专项调研及投资前景分析报告》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/360532.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

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：

第一部分产业透视环境

第一章购物中心行业发展综述

第一节 购物中心行业定义及分类

一、各国对购物中心的定义

二、购物中心的分类

三、购物中心在国民经济中的地位

第二节购物中心的行业本质

一、购物中心的特点

二、购物中心业态经营比例

三、购物中心与百货商场的比较分析

四、购物中心与传统商业街的比较分析

第三节购物中心发展的推动因素

一、商业地产投资推动购物中心发展

二、地方政府的投资冲动推动购物中心发展

三、城市扩容及城市化进程加快推动购物中心发展

第二章购物中心运营市场环境及影响分析

第一节 购物中心运营政策环境

一、行业管理体制分析

二、《购物中心等级划分规划》

三、购物中心或将实行等级评定-分宝鼎级与金鼎级

四、三部门联合出台政策千方百计扩大消费

五、大型购物中心组织结构和管理制度规范

六、行业主要政策动向

七、政策环境对行业的影响

第二节购物中心运营经济环境分析

一、全球宏观经济环境运行分析

二、中国宏观经济环境运行分析

1、国民经济运行情况分析

2、消费者价格指数

3、全国居民收入情况分析

4、恩格尔系数

5、社会消费品零售总额

6、我国主要商品价格监测分析

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析

一、购物中心社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、购物中心发展对社会发展的影响

第三章世界大型购物中心所属行业运营状况分析

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、全球购物中心行业发展现状

四、世界大型购物中心的典型模式解析

第二节世界各地大型购物中心发展走势

一、美国式购物中心

二、以法国为代表的欧洲式购物中心

三、日本式购物中心

四、香港、新加坡式购物中心

五、以菲律宾、泰国为代表的东南亚式连锁摩尔购物中心

第三节世界各国大型购物中心发展态势

一、欧洲：购物中心发展势头迅猛

二、美国：组合优化，专业管理

三、德国：市区的优势

四、英国：选准位置，找准客户

五、巴西：购物中心发展前景看好

六、新加坡：规划科学节约第一

七、奥地利维也纳：公众监督，合理竞争

第四节全球十大购物中心所属行业运行浅析

第五节全球主要地区购物中心具体情况

一、美国

二、日本

三、欧洲

1、欧洲兴起大型购物中心开发热潮

2、德国购物中心发展进程及趋向

3、英国大型购物中心发展状况

4、土耳其购物中心发展动态

第二部分行业深度分析

第四章我国购物中心行业运行现状分析

第一节 购物中心产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、购物中心产业链上游行业发展状况分析

1、土地市场运营分析

2、房地产行业运营分析

五、购物中心下游行业发展状况分析

1、中国零售行业发展状况分析

2、中国社会消费现状分析

第二节购物中心在中国的发展历程

第三节中国购物中心发展现状

一、我国购物中心发展呈现的新特点

二、增长势头强劲

三、出现局部过剩

四、应纠正过度地产化倾向

五、2021年新开业购物中心项目盘点

第四节中国购物中心的分布

一、中国购物中心的分布形式分析

二、中国购物中心的分布数量分析

三、中国购物中心的分布趋势分析

第五节中国购物中心的业态分析

- 一、中国购物中心的业态构成分析
- 二、中国购物中心主/次力店分析
- 三、中国购物中心零售业态分析
- 四、中国购物中心餐饮业态分析
- 五、中国购物中心娱乐休闲业态分析
- 六、中国购物中心的品牌分析
- 七、中国购物中心的业态布局分析

第六节中国购物中心的经营情况分析

- 一、中国购物中心管理模式分析
- 二、中国购物中心盈利模式分析
- 三、中国购物中心租赁模式分析

第七节不同类型购物中心的发展现状及趋势分析

- 一、按位置（影响力）划分的购物中心发展现状及趋势
- 二、按商业主题划分的购物中心发展现状及趋势分析

第五章我国购物中心所属行业运营形势分析

第一节 中国购物中心所属行业总体规模分析

- 一、购物中心数量结构分析
- 二、购物中心人员规模状况分析
- 三、购物中心资产规模分析
- 四、购物中心市场规模分析

第二节我国购物中心所属行业供给情况

- 一、购物中心数量分析
- 二、购物中心累计商业建筑面积分析
- 三、购物中心开业数量增长

第三节我国购物中心所属行业需求情况

- 一、购物中心销售收入分析
- 二、购物中心商户结构分析
- 三、购物中心销售收入地区差异

第四节2022-2027年购物中心需求预测需求预测

- 一、2022-2027年购物中心消费人群量预测
- 二、2022-2027年购物中心销售收入预测

三、2022-2027年各行业对购物中心需求预测

第五节 商铺租金决定因素

第六节 影响购物中心聚客力的因素

第七节 决定购物中心生存与发展的关键因素

第六章 购物中心的开发

第一节 购物中心开发的主要流程

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、联系外部动线系统规划

二、入口及大堂动线规划

三、中庭动线规划

四、楼层水平动线规划

五、楼层垂直动线规划

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、主力商家招商工作的基础

二、其他商家招商工作的基础

第八节SHOPPINGMALL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

第三部分市场分析

第七章我国购物中心细分市场行业运营分析及预测

第一节 中国购物中心细分市场结构分析

一、购物中心行业市场结构现状分析

二、购物中心细分结构特征分析

三、购物中心市场结构变化趋势

第二节社区型购物中心运营分析预测

一、社区型购物中心总体发展情况

1、社区型购物中心发展分析

2、社区型购物中心累计面积

3、社区型购物中心数量分析

4、社区型购物中心辐射范围

5、新增购物中心投资规模

二、社区型购物中心运营特点

三、社区型与其他类型购物中心区别

四、主要社区型购物中心发展分析

五、社区型购物中心渐占主流

六、社区型购物中心典型主力店分析

七、社区型购物中心区位特征

八、社区型购物中心运营趋势预测

第三节区域型购物中心运营分析预测

一、区域型购物中心发展情况

- 二、区域型购物中心特点分析
- 三、区域型购物中心发展优势
- 四、区域大型购物中心需耐心"养铺"
- 五、主要区域型购物中心发展分析
- 六、区域型购物中心典型主力店分析
- 七、区域型购物中心区位特征
- 八、区域型购物中心运营趋势预测
- 第四节超级区域型购物中心运营分析预测
- 第五节邻里型购物中心运营分析预测
- 第八章购物中心所属行业运营情况
- 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
- 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营销推广方案
- 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、拟定完整的营销推广策略
- 四、建立一支营销推广的专业团队

第五节购物中心的价值评估与盈利方法分析

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

第九章购物中心运营解析

第一节购物中心的定位解析

- 一、目标市场定位
- 二、主题特色定位
- 三、商业功能定位
- 四、商业规模定位
- 五、运营模式定位
- 六、商业形象定位

第二节购物中心运营模式分析

一、购物中心经营模式

- 1、纯销售模式
- 2、租售并举模式
- 3、纯物业经营模式
- 4、连锁摩尔模式

二、购物中心管理模式

- 1、自营管理模式分析
- 2、委托管理模式分析
- 3、顾问管理模式分析

第三节购物中心的业态组合解析

- 一、业态规划的基本原则
- 二、业态组合的比例控制
- 三、提高娱乐休闲业态的比例
- 四、各种业态间的客流联系

第四节购物中心的次/主力店规划

- 一、租户在购物中心的功能角色划分
- 二、核心租户（主力店）的定义与特征

三、主力店和次主力店的标准

四、次/主力店的选择

第五节购物中心的布局分析

一、空间布局分布

二、业态布局分析

第六节购物中心的动线设计分析

一、水平动线设计分析

二、垂直动线设计分析

三、购物中心动线设计原则

第七节购物中心的管理方法解析

一、购物中心管理的"四个统一"

二、购物中心管理的十个原则

第八节购物中心的营销方式解析

一、文化营销

二、主题活动营销

三、节日营销

四、明星营销

五、主力店营销

六、场地营销

七、销售促进

第九节购物中心运营的成功案例解析

一、日本故事主题式购物中心

(一)企业发展简况分析

(二)企业经营情况分析

(三)企业经营优劣势分析

二、美国摩尔购物中心

(一)企业发展简况分析

(二)企业经营情况分析

(三)企业经营优劣势分析

三、深圳海岸城

(一)企业发展简况分析

(二)企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

四、上海青浦奥特莱斯

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

第十章重点大型购物运营分析

第一节 中关村广场购物中心

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节新华南MALL?生活城

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节北京金源新燕莎MALL

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节广州正佳广场

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节深圳华润中心-万象城

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四部分行业竞争格局

第十一章购物中心重点城市运营分析

第一节 购物中心区域结构特征及变化

一、购物中心结构总体特征

二、购物中心集中度分析

三、购物中心分布特点分析

四、购物中心规模指标分布分析

五、购物中心数量分布分析

第二节一二三线城市购物中心行业发展情况

一、一二三线城市购物中心主力店分布特点分析

二、一二三线城市购物中心数量分布

三、一二三线城市购物中心增速比较

四、一二三线城市的购物中心开业量增速比较分析

五、中国一二三线城市的商业建筑面积增速情况

六、一二三线城市行业发展现状分析

1、一线城市趋于饱和

2、一线城市购物中心空置率高

3、二线城市步入多极竞争与整合时代

4、二线城市购物中心单体面积超一线

5、三线城市购物中心开发要量力而行

七、中国二三线城市的消费率与购物中心开业数量的关系

第三节中国一线城市购物中心所属行业运营情况分析

一、北京购物中心的运行态势分析

1、北京购物中心运营环境分析

2、北京购物中心运营情况分析

3、北京购物中心总体概况分析

4、开业项目分析

5、北京购物中心规模

6、空置率及租金情况分析

7、北京购物中心发展特点分析

8、北京购物中心的发展趋势

二、上海购物中心的运行态势分析

三、深圳购物中心的运行态势分析

四、广州购物中心的运行态势分析

第四节二线城市购物中心所属行业运行态势分析

一、武汉购物中心的运行态势分析

二、重庆购物中心的运行态势分析

三、天津购物中心的运行态势分析

四、青岛购物中心的运行态势分析

五、济南购物中心的运行态势分析

六、苏州购物中心的运行态势分析

七、大连购物中心的运行态势分析

第十二章购物中心行业竞争策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、购物中心竞争结构分析

二、购物中心企业间竞争格局分析

三、购物中心行业集中度分析

第二节 中国购物中心竞争格局综述

一、购物中心竞争概况

二、中国购物中心竞争力分析

三、中国购物中心竞争力优势分析

四、购物中心主要企业竞争力分析

第三节 购物中心竞争格局分析

一、国内外购物中心竞争分析

二、我国购物中心竞争分析

1、传统百货公司转型或投资购物中心

2、房地产企业投资购物中心

3、购物中心投资热潮转向二三线城市

4、中国购物中心存在过度投资现象

5、中国购物中心同质化严重，招商困难

三、我国购物中心集中度分析

四、国内主要购物中心企业动向

五、国内购物中心企业拟在建项目分析

第四节 购物中心并购重组分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 购物中心竞争策略分析

第十三章 购物中心领先投资开发/运营企业分析

第一节 中国购物中心企业总体发展状况分析

第二节中国领先购物中心企业经营形势分析

一、华润置地（北京）股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

二、武汉南国置业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

三、庄胜百货集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

四、山东银座商城股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

五、文峰大世界连锁发展股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

六、上海益民商业集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

第五部分发展前景展望

第十四章2022-2027年购物中心前景及趋势预测

第一节 2022-2027年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、购物中心在三四线市场具有良好发展空间
- 三、2021年中国购物中心走势预测
- 四、2022-2027年中国购物中心发展预测分析

第二节2017-2021年购物中心运营趋势预测

一、购物中心运营模式发展趋势

- 1、购物中心去百货化
- 2、购物中心向主题化方向发展
- 3、购物中心向休闲中心方向发展

二、购物中心布局趋势分析

三、购物中心类型发展趋势分析

- 1、区域型购物中心渐成主流形式
- 2、社区型购物中心正在兴起

四、2022-2027年购物中心规模预测

- 1、购物中心市场容量预测
- 2、购物中心销售收入预测
- 3、购物中心新增数量预测
- 4、购物中心累计面积预测

五、2022-2027年业态变化趋势预测

第十五章2022-2027年购物中心投资机会与风险

第一节 购物中心投融资情况

- 一、购物中心的投资特点
- 二、购物中心的融资分析
- 三、购物中心贷款偿还的方式

第二节购物中心的投资机会分析

- 一、我国购物中心投资状况回顾
- 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
- 五、我国购物中心发展潜力城市排行参考

第三节2022-2027年购物中心投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、供求风险及防范
- 三、宏观经济波动风险及防范
- 四、关联产业风险及防范
- 五、产品结构风险及防范

六、其他风险及防范

第四节中国购物中心投资建议

- 一、购物中心未来发展方向
- 二、购物中心的前期规划设计
- 三、量身打造购物中心
- 四、购物中心的公共关系

第六部分发展战略研究

第十六章2022-2027年购物中心面临的困境及对策

第一节 2021年购物中心面临的困境与原因

一、中国购物中心发展的主要困境

- 1、客流不旺
- 2、租户难求
- 3、管理乏力

二、中国购物中心面临困境的原因

- 1、主观原因
- 2、行业原因
- 3、环境原因

第二节购物中心企业面临的困境及对策

- 一、重点购物中心企业面临的困境及对策
- 二、中小购物中心企业发展困境及策略分析
- 三、国内购物中心企业的出路分析

第三节中国购物中心行业存在的问题及对策

- 一、中国购物中心行业存在的问题
- 二、购物中心发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施

第四节中国购物中心市场发展面临的挑战与对策

- 一、无序化现象突出
- 二、结构性失衡严重
- 三、地产化倾向明显
- 四、购物中心市场发展对策

第十七章购物中心运营战略研究

第一节 对我国购物中心品牌的战略思考

- 一、购物中心品牌的重要性
- 二、购物中心实施品牌战略的意义
- 三、购物中心企业品牌的现状分析
- 四、我国购物中心企业的品牌战略
- 五、购物中心品牌战略管理的策略

第二节购物中心经营策略分析

- 一、构筑核心竞争力
- 二、适时调整产权归属

第三节购物中心投资战略研究

- 一、2021年购物中心投资战略
- 二、2022-2027年购物中心投资战略

第十八章研究结论及发展建议

第一节 购物中心行业研究结论及建议

第二节购物中心子行业研究结论及建议

第三节购物中心发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2021年GDP初步核算数据

图表：2017-2021年GDP同比增长速度

图表：2017-2021年GDP环比增长速度

图表：2021年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表：2021年小杂粮重点品种批发、零售价格

图表：2021年调料干货重点品种批发、零售价格

图表：2021年中药材重点品种批发价格

图表：2017-2021年我国人口数量

图表：2017-2021年普通本专科、中等职业教育、普通高中招生人数

图表：2017-2021年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2021年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2021年全国居民人均支出及构成分析

图表：我国购物中心产业链结构

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/360532.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。