

2018-2023年中国购物中心 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国购物中心市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/A25043N6CT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2018-01-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国购物中心市场竞争力分析及投资前景研究报告》介绍了购物中心行业相关概述、中国购物中心产业运行环境、分析了中国购物中心行业的现状、中国购物中心行业竞争格局、对中国购物中心行业做了重点企业经营状况分析及中国购物中心产业发展前景与投资预测。您若想对购物中心产业有个系统的了解或者想投资购物中心行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

按商务部的定义，购物中心是指多种零售店铺、服务设施集中在一个建筑物内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体。这种商业集合体内通常包含数十个甚至数百个服务场所，业态涵盖大型综合超市、专业店、专卖店、饮食店、杂品店以及娱乐健身休闲等。购物中心业态与百货业态的最大区别是，购物中心是由许多独立经营的商家组成，一般不进行统一收银，而百货业态是管理方整体经营卖场并实行统一收银。

购物中心在中国的发展可以追溯到二十世纪80年代末。经济起飞的中国，在社会变革、经济飞速发展的背景下，尤其是大城市商业房地产业的推动下，从沿海大城市开始，兴建一些综合性大型的商业设施；市场竞争加剧，传统零售经营模式受到极大的挑战，为了解脱经营和成本的双重压力，大型零售企业纷纷转变自己的经营模式，通过出租或出售的方式引入一些商户进场经营，开始时自营与招商杂合，后来从经营业绩取优的原则出发慢慢转变为以出租商业设施为主的商业房地产业运营商的角色。

目前中国是世界购物中心市场最活跃的地区，2016年全球新建成购物中心1250万平方米，同比增长11.4%。作为最活跃的市场，中国以575万平方米的新建面积再次位居全球之首，几乎占到新建购物中心总面积的一半。中国城市在全球十大在建购物中心面积排名中占据八席。其中上海是新增购物中心最多的城市，北京、重庆、成都、南京、深圳和天津依次进入了前十。

其中，上海排名第一，2016年新建成购物中心面积111.8万平方米；北京排名第二，新建面积80.15万平方米；重庆排名第四，新建面积63.71万平方米；成都排名第五，新建面积53.33万平方米；南京排名第六，新建面积49.9万平方米；深圳排名第七，新建面积48.71万平方米；天津排名第九，新建面积46.65万平方米。

购物中心的疯狂增长也出现一些供给过剩、空置率不断提高的势头，购物中心是目前零售行业最先进的形态，也是互联网时代下新零售的主要载体，但是当下中国一线城市购物中心已经趋于饱和，未来购物中心的发展将主要集中二线城市和经济雄厚的三四线城市。

报告目录：

第一章 购物中心行业相关基础概述及研究机构

1.1 购物中心的定义及分类

1.1.1 购物中心的界定

1.1.2 购物中心的分类

1.1.3 购物中心的特性

1.2 购物中心行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 购物中心行业研究机构

第二章 2014-2017年中国购物中心行业市场发展环境分析

2.1 中国购物中心行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

7、社会消费品零售总额

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国购物中心行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

1、主要法律法规

2、相关发展规划

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国购物中心行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、中国互联网用户数量
- 7、中国移动互联网用户数量
- 8、居民的各种消费观念和习惯

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国购物中心行业技术环境分析

2.4.1 购物中心技术分析

- 1、物联网技术的发展
- 2、云计算技术的发展
- 3、电子数据交换技术的应用
- 4、可视化技术的应用
- 5、货物跟踪技术的应用

2.4.2 购物中心技术发展水平

- 1、中国购物中心行业技术水平所处阶段
- 2、与国外购物中心行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国购物中心行业上、下游产业链分析

3.1 购物中心行业产业链简介

- 3.1.1 购物中心产业链上游行业分布
- 3.1.2 购物中心产业链中游行业分布
- 3.1.3 购物中心产业链下游行业分布

3.2 购物中心产业链上游行业调研

3.2.1 购物中心产业上游发展现状

3.2.2 购物中心产业上游竞争格局

3.3 购物中心产业链中游行业调研

3.3.1 购物中心行业中游经营效益

3.3.2 购物中心行业中游竞争格局

3.3.3 购物中心行业中游发展趋势

3.4 购物中心产业链下游行业调研

3.4.1 购物中心行业下游需求分析

3.4.2 购物中心行业下游运营现状

3.4.3 购物中心行业下游趋势预测

第四章 国际购物中心行业市场发展分析

4.1 2017年国际购物中心行业发展现状

4.1.1 国际购物中心行业发展现状

2016年全球购物中心项目开发呈现整体放缓趋势，全年在建购物中心总面积3350万平方米，同比下降22%。值得一提的是，中国零售项目开发热度并未减退，2016年在中国在建购物中心总面积1970万平方米，占全球总面积近六成。而在全球十大在建购物中心面积排名中，中国城市占据八席。

其中，深圳2016年在中国在建购物中心面积457.58万平方米，排名第一；上海在建面积303.79万平方米，排名第二；重庆在建面积238.37万平方米，排名第三；成都在建面积215.78万平方米，排名第四；武汉在建面积134.46万平方米，排名第五；沈阳在建面积114.02万平方米，排名第八；北京在建面积105.69万平方米，排名第九；天津在建面积102.2万平方米，排名第十。

中国作为全球第二大消费市场，强大的消费能力是支撑中国建造购物中心最基本的原因。另外，业态多元化的购物中心，越来越受到消费者的青睐，因此近年吸引了大量的资金进入，购物中心也随之越建越多。

纵观全局，一线以及强二线城市的购物中心总体运行良好，但是三四线城市确实存在重复建设，定位不清，经营不良的情况，国家相关部门正在加强对这些城市购物中心的建设引导。

4.1.2 国际购物中心行业发展规模

4.1.3 国际购物中心主要技术水平

4.2 2017年国际购物中心市场总体分析

4.2.1 国际购物中心市场特点

4.2.2 国际购物中心市场结构

4.2.3 国际购物中心市场规模

4.3 2017年国际区域购物中心行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2018-2024年国际购物中心行业发展展望

4.4.1 国际购物中心行业发展趋势

4.4.2 国际购物中心行业规模预测

4.4.3 国际购物中心行业发展机会

第五章 2014-2017年中国购物中心行业发展概述

5.1 中国购物中心行业发展状况分析

5.1.1 中国购物中心行业发展阶段

5.1.2 中国购物中心行业发展总体概况

5.1.3 中国购物中心行业发展特点分析

5.2 2014-2017年购物中心行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国购物中心行业发展热点

5.2.2 2014-2017年中国购物中心行业发展现状

5.2.3 2014-2017年中国购物中心企业发展分析

5.3 中国购物中心行业细分市场概况

5.3.1 市场细分充分程度

5.3.2 细分市场结构分析

5.3.3 物业型购物中心

5.3.4 百货公司型购物中心

5.3.5 连锁型购物中心

5.4 中国购物中心行业发展问题及对策建议

5.4.1 中国购物中心行业发展制约因素

5.4.2 中国购物中心行业存在问题分析

5.4.3 中国购物中心行业发展对策建议

第六章 中国购物中心行业运行指标分析及预测

6.1 中国购物中心行业企业数量分析

6.1.1 2014-2017年中国购物中心行业企业数量情况

6.1.2 2014-2017年中国购物中心行业企业竞争结构

6.2 2014-2017年中国购物中心行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国购物中心行业市场规模分析及预测

6.3.1 2014-2017年中国购物中心行业市场规模分析

6.3.2 2018-2024年中国购物中心行业市场规模预测

6.4 中国购物中心行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国购物中心行业市场供给分析

1、2014-2017年中国购物中心行业供给规模分析

2、2018-2024年中国购物中心行业供给规模预测

6.4.2 中国购物中心行业市场需求分析

1、2014-2017年中国购物中心行业需求规模分析

2、2018-2024年中国购物中心行业需求规模预测

第七章 中国互联网+购物中心行业发展现状及前景

7.1 互联网给购物中心行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代购物中心行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给购物中心行业带来的突破机遇分析

7.1.3 互联网给购物中心行业带来的挑战分析

7.1.4 互联网+购物中心行业融合创新机会分析

7.2 中国互联网+购物中心行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+购物中心行业投资布局分析

1、中国互联网+购物中心行业投资切入方式

2、中国互联网+购物中心行业投资规模分析

3、中国互联网+购物中心行业投资业务布局

7.2.2 购物中心行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+购物中心行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+购物中心行业竞争格局分析

1、中国互联网+购物中心行业参与者结构

2、中国互联网+购物中心行业竞争者类型

3、中国互联网+购物中心行业市场占有率

7.3 中国互联网+购物中心行业市场趋势预测分析

7.3.1 中国互联网+购物中心行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+购物中心行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+购物中心行业市场发展趋势分析

第八章 购物中心影响租金的因素及业态配比与模式分析

8.1 影响大型购物商场租金主要因素

8.1.1 区位因素

8.1.2 品牌因素

8.1.3 主力商户因素

8.2 购物中心业态总体分析

8.2.1 购物中心业态分类

8.2.2 购物中心业态销售额结构

8.2.3 购物中心业态利润结构

8.2.4 购物中心业态创新趋势

8.3 购物中心业态配比分析

8.3.1 零售业态分析

8.3.2 餐饮业业态分析

8.3.3 娱乐休闲业态分析

8.3.4 服务业态分析

第九章 中国购物中心行业市场竞争格局分析

9.1 中国购物中心行业竞争格局分析

9.1.1 购物中心行业区域分布格局

9.1.2 购物中心行业企业规模格局

9.1.3 购物中心行业企业性质格局

- 9.2 中国购物中心行业竞争五力分析
 - 9.2.1 购物中心行业上游议价能力
 - 9.2.2 购物中心行业下游议价能力
 - 9.2.3 购物中心行业新进入者威胁
 - 9.2.4 购物中心行业替代产品威胁
 - 9.2.5 购物中心行业现有企业竞争
- 9.3 中国购物中心行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 购物中心行业优势分析（S）
 - 9.3.2 购物中心行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 购物中心行业机会分析（O）
 - 9.3.4 购物中心行业威胁分析（T）
- 9.4 中国购物中心行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国购物中心行业竞争策略建议分析

第十章 中国购物中心行业领先企业竞争力分析

- 10.1 大连万达商业地产股份有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业经营情况分析
 - 10.1.3 企业投资前景分析
- 10.2 华润置地有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业经营情况分析
 - 10.2.3 企业投资前景分析
- 10.3 上海世茂股份有限公司
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业经营情况分析
 - 10.3.3 企业投资前景分析
- 10.4 武汉南国置业股份有限公司
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业经营情况分析

- 10.4.3 企业投资前景分析
- 10.5 文峰大世界连锁发展股份有限公司
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业经营情况分析
 - 10.5.3 企业投资前景分析
- 10.6 金融街控股股份有限公司
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业经营情况分析
 - 10.6.3 企业投资前景分析
- 10.7 广州富力地产股份有限公司
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业经营情况分析
 - 10.7.3 企业投资前景分析
- 10.8 银座集团股份有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业经营情况分析
 - 10.8.3 企业投资前景分析
- 10.9 中百控股集团股份有限公司
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业经营情况分析
 - 10.9.3 企业投资前景分析
- 10.10 深圳天虹商场股份有限公司
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业经营情况分析
 - 10.10.3 企业投资前景分析

- 第十一章 2018-2024年中国购物中心行业发展趋势与投资机会研究
 - 11.1 2018-2024年中国购物中心行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1 中国购物中心行业市场空间分析
 - 11.1.2 中国购物中心行业竞争格局变化
 - 11.1.3 中国购物中心行业互联网+前景
 - 11.2 2018-2024年中国购物中心行业发展趋势分析

- 11.2.1 中国购物中心行业品牌格局趋势
- 11.2.2 中国购物中心行业渠道分布趋势
- 11.2.3 中国购物中心行业市场趋势分析
- 11.3 2018-2024年中国购物中心行业投资机会与建议
 - 11.3.1 中国购物中心行业行业前景调研展望
 - 11.3.2 中国购物中心行业投资机会分析
 - 11.3.3 中国购物中心行业投资建议分析

第十二章 2018-2024年中国购物中心行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国购物中心行业关键成功要素分析
- 12.2 中国购物中心行业投资壁垒分析
- 12.3 中国购物中心行业投资前景与规避
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避
 - 12.3.2 行业政策风险与规避
 - 12.3.3 上游市场风险与规避
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避
 - 12.3.5 技术风险分析与规避
 - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国购物中心行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 购物中心行业融资渠道分析
 - 1、银行抵押或信用贷款
 - 2、股权融资
 - 3、融资租赁
 - 4、政府补助
 - 5、民间借贷
 - 12.4.2 购物中心行业融资策略分析

第十三章 2018-2024年中国购物中心行业盈利模式与投资规划建议规划分析

- 13.1 国外购物中心行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外购物中心行业成长情况调查
 - 13.1.2 经营模式借鉴
 - 13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国购物中心行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式

13.2.2 “统一开发+分割销售+返租经营”模式分析

13.2.3 租售结合模式分析

13.3 中国购物中心行业投资投资前景规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 专家建议

14.2.1 行业投资策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：购物中心行业特点

图表：购物中心行业生命周期

图表：购物中心行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2014-2017年我国商业营业用房完成投资额及同比增速

图表：基于回环度的动线构成规律

图表：购物中心内部动线设计原则

图表：我国不同商业地产开发商对购物中心运营策略的选择

图表：连锁摩尔购物中心模式的特点

图表：收取固定租金模式的优劣势分析

图表：上海市各商圈整体情况

图表：深圳商圈分布图

图表：广州市主要商圈情况

图表：广州市主要商圈地理表现

图表：中国购物中心行业盈利能力分析

图表：中国购物中心行业运营能力分析

图表：中国购物中心行业偿债能力分析

图表：中国购物中心行业发展能力分析

图表：中国购物中心行业经营效益分析

图表：2014-2017年购物中心行业重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国购物中心行业竞争力分析

图表：2018-2024年中国购物中心行业发展趋势预测

图表：区域投资前景规划

略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/A25043N6CT.html>