

2023-2029年中国购物中心 市场现状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

《2023-2029年中国购物中心市场现状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/U25104HJ1F.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2023-09-14

【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《2023-2029年中国购物中心市场现状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。

2018年全国开业购物中心（专题阅读）总数量超530个，商业总体量超4600万平方米，对比2017年，数量增加了近30个，体量下降20多万平方米，变化量可忽略。整体看来，购物中心平均单体量变小，大体量项目缩减，小体量项目增加。

近三年来，购物中心体量区间占比基本维持稳定，5-10万 m^2 （不含10万 m^2 ）、10~20万 m^2 （不含20万 m^2 ）各占35%左右，3-5万 m^2 （不含5万 m^2 ）的约占20%， ≥ 20 万平方米区间的占10%以下。

值得注意的是，3-5万 m^2 （不含5万 m^2 ）近三年持续增长，20万 m^2 及以上体量的超大型购物中心项目总体呈现下滑，这也说明，“精致型”购物中心越来越受市场青睐，尤其是社区型小体量购物中心会成为新的增长趋势。另一方面，也说明开发商对商业的规划开始趋于理性，超大型购物中心占比逐渐缩小，更合理适配市场需求。

2018年统计到开业奥特莱斯项目19个，体量177万平方米，对比2017年的33家300万平方米、2016年的50家，400万平方米呈现大幅下降。连锁奥莱品牌发展也出现大幅收缩，2018年首创奥特莱斯3个，砂之船奥特莱斯1个，百联奥特莱斯1个。

从分布看，华东、华中奥特莱斯项目较多，市场下沉趋势明显，一线城市仅上海巴黎春天城市奥莱，而在山东临沂、广西百色、河南漯河、湖南衡阳、四川绵阳等多个三线及以下城市有布局。

第一章 购物中心行业发展综述

第一节 购物中心的分类

第二节 购物中心业态经营比例

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

第二节 购物中心运营经济环境分析

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

第三章 世界大型购物中心发展现状分析

第一节 世界购物中心发展概述

一、全球购物中心发展现状

二、世界购物中心的演变历程

三、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

第四章 我国购物中心运行现状分析

第一节 购物中心产业链分析

一、购物中心产业链上游行业发展状况分析

二、购物中心下游行业发展状况分析

三、上、下游行业影响及风险提示

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

第四节 中国购物中心的分布

一、中国购物中心的分布区域分析

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 中国购物中心的经营模式分析

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

二、按商业主题划分的购物中心发展现状分析

第五章 我国购物中心运营形势分析

第一节 中国购物中心总体规模分析

一、购物中心人员规模分析

二、购物中心资产规模分析

三、购物中心市场规模分析

第二节 我国购物中心供给情况

第三节 我国购物中心需求情况

第四节 2023-2029年购物中心需求预测

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 购物中心的市场运营状况分析要素

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

第七章 我国购物中心细分市场运营分析及预测

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

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、社区型购物中心渐占主流

五、社区型购物中心典型主力店分析

六、社区型购物中心区位特征

七、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、区域型购物中心典型业态分析

六、区域型购物中心区位特征

七、区域型购物中心运营趋势预测

第四节 邻里型购物中心运营分析预测

一、邻里型购物中心发展情况

二、邻里型购物中心特点分析

三、邻里型购物中心走热

四、主要邻里型购物中心发展分析

五、邻里型购物中心典型主力店分析

六、邻里型购物中心区位特征

七、邻里型购物中心运营趋势预测

第八章 购物中心的运营情况

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

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、购物中心的信息化管理策略探讨

二、购物中心的工程管理方案剖析

三、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、拟定完整的行销推广策略

四、建立一支行销推广的专业团队

第五节 中国购物中心的盈利模式

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

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

二、购物中心管理模式

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、基本介绍

二、区域人群特征分析

三、项目定位与业态布局

四、经营状况及前景探析

第二节 华南MALL

一、基本介绍

二、华南MALL的定位转变分析

三、华南MALL的整合之路分析

四、华南MALL业态升级分析

第三节 北京金源新燕莎MALL

一、基本介绍

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发展情况

一、一二三线城市购物中心主力店特点分析

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

第三节 中国一线城市购物中心运营情况分析

一、北京购物中心的运行态势分析

二、上海购物中心的运行态势分析

三、广州购物中心的运行态势分析

四、深圳购物中心的运行态势分析

第四节 二线城市购物中心的运行态势分析

一、武汉购物中心的运行态势分析

二、杭州购物中心的运行态势分析

三、西安购物中心的运行态势分析

第十二章 2023-2029年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提升分析

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、我国购物中心竞争分析

二、我国购物中心集中度分析

三、国内购物中心企业拟在建项目分析

第四节 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

一、购物中心企业主要类型

二、购物中心企业资本运作分析

三、购物中心企业国际竞争策略分析

四、购物中心活跃度排名分析

第二节 中国领先购物中心企业经营形势分析

一、华润置地有限公司

(一) 企业发展概况分析

(二) 企业主营业务分析

(三) 企业发展模式分析

(四) 企业购物中心规模分析

(五) 企业经济指标分析

二、南国置业股份有限公司

(一) 企业发展概况分析

(二) 企业主营业务分析

(三) 企业发展模式分析

(四) 企业购物中心规模分析

(五) 企业经济指标分析

三、文峰大世界连锁发展股份有限公司

(一) 企业发展概况分析

(二) 企业主营业务分析

(三) 企业发展模式分析

(四) 企业购物中心规模分析

(五) 企业经济指标分析

四、银座集团股份有限公司

(一) 企业发展概况分析

(二) 企业主营业务分析

(三) 企业发展模式分析

(四) 企业购物中心规模分析

(五) 企业经济指标分析

五、大连万达商业管理集团股份有限公司

(一) 企业发展概况分析

(二) 企业主营业务分析

(三) 企业发展模式分析

(四) 企业购物中心规模分析

(五) 企业经济指标分析

第十四章 2023-2029年购物中心前景及趋势预测

第一节 2023-2029年购物中心的趋势预测展望

一、中国开发购物中心的潜力分析

二、商业地产在三四线城市的发展空间

三、未来中国购物中心增长趋势预测

四、2023-2029年中国购物中心发展预测分析

第二节 2023-2029年购物中心运营趋势预测

一、全渠道拥抱互联网

二、社区型购物中心飞跃式发展

三、电商发展促进购物中心优化升级

四、新业态品牌的不断崛起

五、商业竞争由实转虚（比拼硬件到比拼软件）

六、IP创新营销模式

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/U25104HJ1F.html>