

2017-2022年中国购物中心行业市场深度调查及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国购物中心行业市场深度调查及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/300906.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

购物中心是指一群建筑，是组合在一起的商业设施，按商圈确定其位置、规模，将多种店铺作为一个整体来计划、开发和经营，并且拥有一定规模的停车场。

近年来，购物中心建设行业在我国方兴未艾，项目兴建如火如荼。但是在购物中心高速发展过程中也存在很多问题，如：购物中心的盈利模式、管理模式、定位、发展速度过快、重复建设等等问题，有些问题已经成为制约产业发展的关键因素。

现代购物中心加速引进品牌集合店。金源新燕莎MALL和富力购物中心都引进了爱慕内衣品牌集合店，金源新燕莎MALL在5月还引进了“大嘴猴”(PAUL FRANK)品牌集合店，国瑞购物中心则引进了MAP by BELLE，金宝汇引进了双妹……业内人士认为，随着商业不断向差异化方向发展，购物中心的集合店发展已成为一种必然趋势。

现代购物中心加速引进品牌集合店。金源新燕莎MALL和富力购物中心都引进了爱慕内衣品牌集合店，金源新燕莎MALL在5月还引进了“大嘴猴”(PAUL FRANK)品牌集合店，国瑞购物中心则引进了MAP by BELLE，金宝汇引进了双妹……业内人士认为，随着商业不断向差异化方向发展，购物中心的集合店发展已成为一种必然趋势。中国购物中心业态构成一般情况（单位：%）

与东南亚购物中心的业态构成：零售52%、餐饮18%、娱乐休闲20%、服务10%相比，目前国内大型购物中心的零售业态的比重与国际标准相比高12%。而娱乐休闲及服务业态与国际标准相比分别低8%、5%。这表明，与国外成熟购物中心相比，国内购物中心的业态结构不尽合理，尤其是娱乐休闲、服务等目的性消费业态较为单一，缺乏具有趣味性、娱乐性的项目。更多形式能聚集人气的家庭式“吃、喝、玩、乐、购”一站式消费将是购物中心应对挑战的发展方向。

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：

第一章 购物中心行业发展综述 13

第一节 购物中心的定义与分类 13

一、购物中心的定义 13

（一）国际购物中心协会定义 13

（二）日本购物中心协会定义 13

(三) 商务部定义 13

二、购物中心的分类 13

(一) 国内外的划分标准 14

(二) 建筑综合体分类 15

第二节 购物中心的特点 15

一、购物中心的空间特点 15

二、购物中心的运营特点 16

第三节 大型购物中心相关概述 17

一、大型购物中心含义分析 17

二、大型购物中心特点分析 18

第四节 世界购物中心发展情况 19

一、世界购物中心的兴起及深层原因 19

二、世界购物中心的演变历程 21

三、世界大型购物中心的典型模式解析 24

第二章 中国购物中心关联产业发展分析 27

第一节 中国房地产业发展分析 27

一、房地产开发景气指数 27

二、土地开发及购置情况 27

三、房地产开发投资情况 28

四、房地产开发资金来源 30

五、中国房地产商品房建筑面积 31

六、中国房地产商品房销售情况 32

第二节 中国零售业发展分析 34

一、中国零售业发展规模分析 34

二、百家零售企业零售额分析 35

三、外资零售企业发展情况 36

四、中国零售业发展情况分析 37

(一) 国庆黄金周市场零售业情况 37

(二) 春节黄金周区域零售市场规模分析 38

(三) 中国零售业发展建议 40

第三节 中国社会消费现状分析 40

一、中国GDP增长情况分析 40

二、中国人口总量与结构 42

2015年中国总人口数量超13.6亿人 60周岁以上老龄人口2.1亿

三、全社会消费品零售总额 43

四、城乡居民收入增长分析 45

五、城乡居民消费情况分析 46

（一）城乡居民消费支出情况 46

（二）农村居民消费特点分析 47

六、居民消费信心指数分析 48

第三章 中国购物中心发展分析 50

第一节 购物中心在中国的发展历程 50

一、雏形阶段（20世纪80年代末） 50

二、形成阶段（20世纪90年代） 50

三、高速发展阶段（21世纪10年代初） 50

第二节 中国购物中心发展现状分析 51

一、中国购物中心发展规模分析 51

二、购物中心发展的推动因素 52

（一）城镇化和服务业增长 52

（二）地方政府的推动力量 52

三、中国购物中心分布特点 53

四、购物中心业态组成分析 57

五、中国购物中心发展指数分析 58

（一）上海购物中心发展指数 58

（二）北京购物中心发展指数 59

（三）深圳购物中心发展指数 60

（四）广州购物中心发展指数 61

六、中国购物中心开发投资情况 62

第三节 购物中心的发展方向分析 64

一、购物中心功能定位 64

二、购物中心运营因素 65

（一）消费者认为的运营因素 65

（二）商户认为的运营因素 66

（三）开发商认为的运营因素 67

三、购物中心业态组合 68

四、网络购物与商场购物 68

五、中国购物中心企业前十 70

六、购物中心拓展方向 70

七、品牌购物中心情况 71

八、品牌商户未来发展趋势 72

第四节 消费者购物中心购物体验分析 73

一、消费者在购物中心的行为分析 73

二、影响消费者满意度的因素分析 74

（一）商户类型 74

（二）交通便利度 75

（三）购物消费体验 75

第五节 中国购物中心零售业并购交易 75

第四章 中国购物中心运营状况解析 78

第一节 中国购物中心定位分析 78

一、休闲娱乐型定位 78

二、主题购物型定位 78

三、生活邻里型定位 79

第二节 购物中心经营模式分析 79

一、纯销售模式 79

二、租售并举模式 80

三、纯物业经营模式 81

第三节 购物中心投资收益分析 81

一、盈利模式选择 81

二、投资成本构成 82

三、各业态租金 83

四、投资回报率 83

（一）商业经营 84

（二）品牌输出 85

第四节 购物中心开发分析 85

一、购物中心开发流程 85

（一）总体概述 85

（二）调研与论证 86

（三）立项与决策 86

（四）选址与选型 87

（五）规划与设计 88

（六）融资与招商 89

二、购物中心开发可行性 90

（一）可行性分析的内容 90

（二）总体策划设计要点 92

（三）营销策划要点 95

（四）大型购物中心物业管理 96

三、购物中心开发策略 97

第五节 购物中心的业态组合方法 99

一、商圈研究 99

二、业态分类 99

三、租户权重 99

四、业态配比 100

五、分区布局 100

六、租约与期限 101

七、品牌建设 101

第六节 购物中心连锁品牌商户调研分析 102

一、商户业态分布 102

二、商户经营模式选择 102

三、商户未来开店计划 103

四、商户开店场所分析 103

五、选择购物中心的优先考虑因素 104

六、商户对购物中心的评价与期许 105

七、购物中心营销策略对促进销售的作用 106

第五章 中国购物中心竞争格局分析 107

第一节 购物中心的发展周期研究 107

一、购物中心的经济周期 107

二、购物中心的成长性与波动性 108

三、购物中心的成熟度 109

第二节 购物中心竞争格局综述 109

一、购物中心集中度分析 109

二、购物中心的竞争程度 109

三、购物中心城市竞争力 109

第三节 大型购物中心企业竞争状况 111

一、领导企业的市场力量 111

二、追随企业的竞争力 112

第四节 大型购物中心国际竞争者的影响分析 112

- 一、外资抢滩中国购物中心市场 112
- 二、大型购物中心国际进入情况分析 112
- 三、国内外大型购物中心企业的SWOT比较分析 113

第六章 中国购物中心成功案例分析 115

第一节 太古汇购物中心 115

- 一、购物中心基本情况分析 115
- 二、购物中心所在商圈竞争 115
- 三、传统高端消费习性分析 115
- 四、传统高端消费市场竞争 116

第二节 北京西单大悦城 117

- 一、购物中心基本情况分析 117
- 二、购物中心组织布局分析 118
- 三、购物中心品牌引进分析 118
- 四、购物中心流程设计分析 119

第三节 北京世纪金源购物中心 120

- 一、购物中心基本情况分析 120
- 二、购物中心整体规划分析 120
- 三、购物中心市场定位分析 120
- 四、购物中心经营情况分析 121

第四节 深圳华润中心·万象城 121

- 一、购物中心基本情况分析 121
- 二、购物中心竞争优势分析 121
- 三、购物中心主力店铺分析 122
- 四、购物中心物业管理分析 122

第五节 北京燕莎奥特莱斯 123

- 一、购物中心基本情况分析 123
- 二、购物中心经营理念分析 123
- 三、购物中心业态布局分析 123
- 四、购物中心品牌引入分析 124

第六节 上海奥特莱斯 124

- 一、购物中心基本情况分析 124
- 二、购物中心配套设施情况 124
- 三、购物中心品牌布局分析 125

四、购物中心建筑布局分析 125

第七章 中国购物中心投资运营企业分析 127

第一节 大连万达商业地产股份有限公司 127

一、企业基本情况介绍 127

二、购物中心运营分析 127

三、企业经营情况分析 129

四、企业发展战略分析 130

第二节 凯德集团 130

一、企业基本情况介绍 130

二、购物中心运营分析 131

三、企业经营情况分析 132

四、企业发展战略分析 133

第三节 华润置地有限公司 133

一、企业基本情况介绍 133

二、购物中心运营分析 134

三、企业经营情况分析 134

四、企业发展战略分析 135

第四节 上海世贸股份有限公司 136

一、企业基本情况介绍 136

二、购物中心运营分析 136

三、企业经营情况分析 136

四、企业发展战略分析 138

第五节 中粮地产（集团）股份有限公司 139

一、企业基本情况介绍 139

二、购物中心运营分析 139

三、企业经营情况分析 140

四、企业发展战略分析 142

第六节 文峰大世界连锁发展股份有限公司 142

一、企业基本情况介绍 142

二、购物中心运营分析 143

三、企业经营情况分析 143

四、企业发展战略分析 145

第七节 恒隆地产有限公司 145

一、企业基本情况介绍 145

二、购物中心运营分析 146

三、企业经营情况分析 147

四、企业资本运作策略 147

第八节 茂业国际控股有限公司 148

一、企业基本情况介绍 148

二、购物中心运营分析 148

三、企业经营情况分析 150

四、企业未来发展展望 152

第九节 天虹商场股份有限公司 152

一、企业基本情况介绍 152

二、购物中心运营分析 153

三、企业经营情况分析 153

四、企业发展战略分析 155

第十节 深圳市益田集团股份有限公司 156

一、企业基本情况介绍 156

二、企业组织架构分析 156

三、购物中心运营分析 158

四、企业发展战略分析 158

第十一节 阳光新业地产股份有限公司 159

一、企业基本情况介绍 159

二、购物中心运营情况 159

三、企业经营情况分析 160

四、企业未来发展展望 162

第十二节 武汉南国置业股份有限公司 163

一、企业基本情况介绍 163

二、购物中心运营情况 164

三、企业经营情况分析 164

四、企业发展经营策略 166

第八章 中国购物中心建设投融资与招商分析 168

第一节 购物中心的投融资分析 168

一、购物中心的投资特点 168

二、购物中心建设的融资渠道 168

（一）银行贷款 168

（二）项目融资 169

- (三) 分拆上市 169
- (四) 买壳上市 169
- (五) 典当融资 170
- (六) 金融租赁 170
- (七) 房地产信托 171
- (八) 发行企业债 171
- (九) 投资担保融资 171
- (十) 民间私募基金 172
- (十一) 海外私募基金 172
- 第二节 购物中心的招商分析 172
- 一、购物中心招商指导原则 172
- 二、购物中心招商的类型 175
 - (一) 招商顺序 175
 - (二) 商家开店模式 177
 - (三) 招商策略 178
 - (四) 商家招商的用途 178
 - (五) 商家租金的计算方式 178
- 三、购物中心招商的基础 179
 - (一) 主力店招商工作的基础 179
 - (二) 其他招商工作的基础 180
- 四、购物中心招商推进计划 180
 - (一) 开发前期 180
 - (二) 开发期(开发至开业前6-9个月) 181
 - (三) 开业(开业前6-9个月) 181
 - (四) 开业后及远期 181

第九章 2016-2022年中国购物中心发展前景与策略建议 182

第一节 2016-2022年中国购物中心发展前景分析 182

一、2016-2022年中国购物中心发展环境预测 182

- (一) 中国房地产市场展望 182
- (二) 中国商业地产发展前景分析 184

二、2016-2022年中国购物中心发展规模预测 187

三、购物中心体量变化趋势 187

第二节 2016-2022年中国购物中心发展趋势分析 189

一、产业发展与经济社会发展紧密相连 189

- 二、融合、变异实现大型购物中心的创新 190
- 三、购物中心逐渐朝小型化发展 190
- 四、泛购物中心成发展趋势 190
- 五、区域型购物中心或成主流 191
- 第三节 2016-2022年中国购物中心投资建设风险分析 192
 - 一、自然风险 192
 - 二、政策风险 192
 - 三、社会风险 192
 - 四、经济风险 194
 - 五、技术风险 195
 - 六、内部决策与管理风险 196
- 第四节 2016-2022年中国购物中心投资建议 197
 - 一、大型购物中心的前期规划设计 197
 - 二、量身打造大型购物中心 197
 - 三、人力资源战略 197
 - 四、大型购物中心的公共关系 198

部分图表目录：

- 图表 1 ICSC对购物中心的分类 14
- 图表 2 我国对购物中心的分类 15
- 图表 3 购物中心的空间形态引发的商业价值的转变 17
- 图表 4 2011-2016年中国房地产开发综合景气指数走势图 27
- 图表 5 2011-2016年中国房地产企业土地购置面积情况统计 28
- 图表 6 2011-2016年不同用途房地产开发投资构成情况 28
- 图表 7 2011-2016年中国房地产开发投资累计完成情况 29
- 图表 8 2013-2016年房地产开发投资额月度增长情况 29
- 图表 9 2016年东中西部地区房地产开发投资情况统计 29
- 图表 10 2011-2016年全国房地产开发企业资金来源构成情况 30
- 图表 11 2016年中国房地产开发资金来源结构 31
- 图表 12 2011-2016年房地产开发企业房屋施工面积情况统计 31
- 图表 13 2011-2016年房地产开发企业房屋施工面积细分产品情况 32
- 图表 14 2011-2016年房地产开发企业房屋竣工面积情况统计 32
- 图表 15 2011-2016年房地产开发企业房屋竣工面积细分产品情况 32
- 图表 16 2011-2016年中国房地产商品房销售面积趋势图 33
- 图表 17 2013-2016年中国商品房销售面积增长趋势图 33

图表 18	2016年不同地区房地产商品房销售面积情况	34
图表 19	2011-2016年房地产开发企业商品房销售额情况	34
图表 20	中国零售业主要经济指标统计	35
图表 21	2011-2016年百强零售企业销售规模情况	36
图表 22	2011-2016年零售百强外企销售额占比及增速	37
图表 23	2016年春节黄金周中国主要城市销售规模	39
图表 24	2011-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图	41
图表 25	2012-2016年国内生产总值构成及增长速度统计	41
图表 26	2011-2016年中国人口总量增长趋势图	42
图表 27	2016年中国人口数量及其构成情况统计	43
图表 28	2011-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	44
图表 29	2016年中国主要消费品零售额及增长速度统计	44
图表 30	2011-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	45
图表 31	2011-2016年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图	46
图表 32	2011-2016年城镇人均现金消费支出额变化趋势图	47
图表 33	2011-2016年农村人均现金消费支出额变化趋势图	47
图表 34	2013-2016年中国居民消费者信心指数月度变化情况	49
图表 35	2010-2016年中国购物中心数量情况统计	51
图表 36	2011-2016年全国40个大中城市土地成交面积增长情况	52
图表 37	2012-2016年不同类型城市土地成交溢价率	53
图表 38	2011-2016年中国新开业购物中心类型分布比例	54
图表 39	上海市购物中心主力店分布图	54
图表 40	成都市购物中心主力店分布图	55
图表 41	郑州市购物中心主力店分布图	56
图表 42	南宁市购物中心主力店分布图	57
图表 43	目前中国购物中心业态构成比例	58
图表 44	上海购物中心发展指数（SCDI）情况	59
图表 45	上海购物中心发展指数（SCDI）各指数排名	59
图表 46	北京购物中心发展指数（SCDI）情况	60
图表 47	北京购物中心发展指数（SCDI）各指数排名	60
图表 48	深圳购物中心发展指数（SCDI）情况	61
图表 49	深圳购物中心发展指数（SCDI）各指数排名	61
图表 50	广州购物中心发展指数（SCDI）情况	62
图表 51	广州购物中心发展指数（SCDI）各指数排名	62
图表 52	2011-2016年中国购物中心累计商业建筑面积情况	63

图表 53 2011-2016 年中国购物中心投资占全国商业用房总投资比重情况 63

图表 54 中国不同购物中心类型特点 64

图表 55 消费者认为购物中心运营的关键因素 66

图表 56 商户眼中购物中心运营的关键因素 67

图表 57 购物中心开发商认为运营最关键因素 68

图表 58 部分购物中心业态组合 68

图表 59 2010-2016 年中国网络购物市场交易规模 69

图表 60 消费者认为商场购物优势 69

图表 61 消费者认为网络购物优势 70

图表 62 中国购物中心企业前 10 70

图表 63 购物中心拓展放心调查结果 71

图表 64 知名购物中心品牌开设购物中心数量 72

图表 65 品牌商户店铺的首选目标 72

图表 66 品牌商户未来三年的扩张计划 73

图表 67 消费者在购物中心的逗留时间分布 74

图表 68 消费者在购物中心的主要活动比例分布 74

图表 69 中国购物中心零售业态并购交易趋势 76

图表 70 2016 年中国十大购物中心、百货、超市零售业并购交易 76

图表 71 中国购物中心业态布局特征 82

图表 72 购物中心各业态的单店面积与租金的关系 83

图表 73 购物中心连锁品牌商户调研商户业态分布 102

图表 74 购物中心连锁品牌商户调研商户经营模式分布 103

图表 75 受访商户未来三年全国开店计划 103

图表 76 受访商户开店所在场所 104

图表 77 商户选择购物中心的优先考虑因素 105

图表 78 商户对大型购物中心关键素质的关注度 105

图表 79 购物中心的生命周期 107

图表 80 购物中心的周期特征 108

图表 81 中国购物中心发展潜力城市排名情况 110

图表 82 北京燕莎奥特莱斯购物中心业态分布 123

图表 83 2016 年开业的万达广场一览 128

图表 84 2016 年在建的万达广场一览 129

图表 85 2016 年大连万达集团主要财务指标 130

图表 86 凯德商用中国区购物中心统计 131

图表 87 2012-2016 年凯德商用主要财务指标统计 133

图表 88	华润置地差异化生意模式图	134
图表 89	2012-2016年华润置地有限公司部分购物中心运营情况统计	134
图表 90	2011-2016年华润置地有限公司资产与负债统计	135
图表 91	2011-2016年华润置地有限公司收入与利润统计	135
图表 92	2011-2016年华润置地有限公司营业收入分行业情况表	135
图表 93	上海世贸股份有限公司运营的购物中心情况	136
图表 94	2016年上海世贸股份有限公司分行业情况表	137
图表 95	2016年上海世贸股份有限公司业务结构情况	138
图表 96	2016年上海世贸股份有限公司分地区情况表	138
图表 97	中粮地产（集团）股份有限公司“大悦城”系类重点项目一览	140
图表 98	2016年中粮地产（集团）股份有限公司分行业情况表	141
图表 99	2016年中粮地产（集团）股份有限公司业务结构情况	141
图表 100	2016年中粮地产（集团）股份有限公司分地区情况表	141
图表 101	文峰大世界连锁发展股份有限公司购物中心门店情况	143
图表 102	2016年文峰大世界连锁发展股份有限公司分行业情况表	144
图表 103	2016年文峰大世界连锁发展股份有限公司业务结构情况	144
图表 104	2016年文峰大世界连锁发展股份有限公司分地区情况表	145
图表 105	恒隆地产有限公司购物中心分布	146
图表 106	2010-2016年恒隆地产有限公司收入与利润统计	147
图表 107	2010-2016年恒隆地产有限公司资产与负债统计	147
图表 108	茂业国际控股有限公司全国开店进度情况	149
图表 109	茂业国际控股有限公司购物中心情况	149
图表 110	2012-2016年茂业国际控股公司营业收入与利润统计	151
图表 111	2012-2016年茂业国际控股公司资产负债情况统计	151
图表 112	2016年茂业国际控股有限公司主要商店经营情况表	151
图表 113	天虹商场股份有限公司门店类型分布情况统计	153
图表 114	2016年天虹商场股份有限公司分行业及产品情况表	154
图表 115	2016年天虹商场股份有限公司业务结构情况	155
图表 116	2016年天虹商场股份有限公司分地区情况表	155
图表 117	深圳市益田集团股份有限公司集团本部组织架构	157
图表 118	深圳市益田集团股份有限公司下属企业示意图	157
图表 119	深圳市益田集团股份有限公司购物中心运营情况	158
图表 120	深圳市益田集团股份有限公司区域发展战略示意图	159
图表 121	阳光新业地产股份有限公司购物中心运营情况	160
图表 122	2016年阳光新业地产股份有限公司分行业及产品情况表	161

图表 123	2016年阳光新业地产股份有限公司业务结构情况	162
图表 124	2016年阳光新业地产股份有限公司分地区情况表	162
图表 125	武汉南国置业股份有限公司购物中心运营情况	164
图表 126	2016年武汉南国置业股份有限公司在建项目一览表	165
图表 127	2016年武汉南国置业股份有限公司分行业及产品情况表	165
图表 128	2016年武汉南国置业股份有限公司业务结构情况	166
图表 129	2016年武汉南国置业股份有限公司分地区情况表	166
图表 130	开业后招商的类别	176
图表 131	购物中心招商的类型（商家开店模式）	177
图表 132	主力店招商工作的基础	179
图表 133	其他商家招商工作的基础	180
图表 134	2016-2022年主要年份中国购物中心数量预测	187
图表 135	2011-2015年中国购物中心体量变化趋势	188
图表 136	2011-2015年购物中心商铺数量变化趋势	188
图表 137	购物中心业态多元化趋势	189

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/300906.html>