

2020-2025年中国购物中心市场前景预测及投资规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国购物中心市场前景预测及投资规划研究报告》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/506938.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

购物中心也称购货中心。在一定区域内有计划地集结在一起的大型综合性商业网点群。是20世纪50年代以来在西方国家兴起的一种商业组织形式。战后，西方国家城市居民为逃避交通拥挤和城市污染，纷纷迁居城郊，为满足此类富裕居民的需要，购物中心由此应运而生。它一般由投资者根据实际需要，在统一规划、设计的基础上兴建，然后招商租赁所有承租的商店共同使用公共设施，也分担公共支出，彼此既互相联系，又相互竞争。

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 购物中心产业相关概述

第一节 购物中心概述

- 一、国内外购物中心的概念
- 二、购物中心的分类
- 三、购物中心的科学定义与分类方法
- 四、购物中心的一般特点简述

第二节 大型购物中心（Shopping Mall）简析

- 一、Shopping Mall的概念
- 二、Shopping Mall的特点
- 三、Shopping Mall的物业管理服务要求
- 四、Shopping Mall的起源与蔓延

第三节 大型购物中心与其他业态的区别

- 一、与传统商业街的比较
- 二、与百货公司及量贩店的比较
- 三、对百货公司、量贩店的影响

第二章 2015-2019年中国购物中心产业运行环境分析

第一节 2015-2019年中国购物中心产业政策分析

- 一、大型购物中心监管政策
- 二、购物中心开发的经济背景和政策
- 三、相关产业政策分析

第二节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第三节 2015-2019年中国购物中心产业社会环境分析

第三章 2015-2019年世界购物中心运行走势分析

第一节 2015-2019年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、世界十大购物中心介绍

第二节 2015-2019年世界购物中心运行动态分析

- 一、世界各地大型购物中心发展走势
- 二、世界大型购物中心的典型模式解析
- 三、国外购物中心面面观

第三节 2020-2025年世界购物中心产业发展趋势分析

第四章 2015-2019年世界主要国家购物中心所属行业产业运行动态分析

第一节 美国

- 一、美国购物中心发展简况
- 二、美国购物中心呈衰败趋势
- 三、美国大型购物中心经营管理的特点
- 四、美国超级购物中心面临的难题及应对策略
- 五、美国典型Shopping Mall发展特色

第二节 日本

- 一、日本购物中心的大规模兴起与扩张
- 二、日本购物中心趋向小型化发展
- 三、日本大型购物中心开发持续升温
- 四、日本典型Shopping Mall发展特色

第三节 欧洲

- 一、欧洲兴起大型购物中心开发热潮
- 二、德国购物中心发展综述
- 三、英国大型购物中心发展状况
- 四、奥地利维也纳大型购物中心发展状况

第四节 其他地区

- 一、新加坡购物中心发展状况浅析
- 二、新加坡购物中心的管理特色透析
- 三、印度大型购物中心发展势头强劲

第五章 2015-2019年中国购物中心发展走势分析

第一节 2015-2019年中国购物中心发展概况

- 一、中国购物中心发展的历史阶段剖析
- 二、中国购物中心发展基本情况简述
- 三、中国购物中心发展的特点解析
- 四、中国Shopping Mall发展态势剖析
- 五、外资抢滩中国购物中心市场

第二节 2015-2019年中国购物中心发展存在的问题分析

- 一、我国大型购物中心发展的阻碍
- 二、我国购物中心发展面临的挑战
- 三、大型购物中心在我国遭遇诸多困扰
- 四、我国购物中心开发存在的误区透析

第三节 2015-2019年中国购物中心发展的对策分析

- 一、促进我国购物中心快速发展的建议
- 二、大型购物中心建设的要点探讨
- 三、我国购物中心开发的三大要素
- 四、大型购物中心可持续发展的对策

第六章 2015-2019年中国购物中心所属行业市场运行动态分析

第一节 2015-2019年购物中心消费者心理及行为透析

- 一、消费心理的深入分析
- 二、消费者购买行为分析
- 三、产品制造环节的细节设计
- 四、产品销售环节的细节设计

第二节 2015-2019年中国区域型购物中心的发展分析

- 一、中国不同类型购物中心的基本概况
- 二、区域型购物中心的定位与特点
- 三、中国区域型购物中心发展潜力广阔
- 四、中国区域型购物中心开发的问题及对策

第七章 2015-2019年中国购物中心的开发情况分析

第一节 购物中心开发的主要流程

- 一、总体概述
- 二、调研与论证
- 三、立项与决策
- 四、选址与选型
- 五、规划与设计
- 六、融资与招商

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 2015-2019年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、以地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、购物中心的位置
- 二、购物中心的规模
- 三、购物中心的形状
- 四、超级市场的位置
- 五、停车设备

第六节 购物中心的业态定位浅析

- 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、招商流程简述
- 二、项目招商的基础
- 三、招商原则探讨

第八节 Shopping Mall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

第八章 2015-2019年中国购物中心的发展现状分析

第一节 2015-2019年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 2015-2019年中国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 2015-2019年中国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 2015-2019年中国购物中心的完整行销推广方案探索

- 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 2015-2019年中国购物中心的价值评估与盈利方法分析

- 一、购物中心的价值计算方法
- 二、Shopping Mall盈利效果不佳的缘由解析
- 三、Shopping Mall的盈利模式选择
- 四、Shopping Mall的商业利润挖掘

第九章 2015-2019年中国主要区域购物中心的发展格局分析

第一节 北京

- 一、2019年成北京购物中心发展分水岭
- 二、北京大型购物中心受服装纺织品牌青睐
- 三、2019年北京购物中心开发向远郊推进
- 四、2019年北京购物中心供需状况
- 五、北京购物中心发展的业态思考

第二节 上海

- 一、上海购物中心基本发展态势
- 二、上海市购物中心开发现状浅析
- 三、上海购物中心供需状况分析
- 四、2019年上海社区购物中心发展抢眼
- 五、上海购物中心发展中面临的困扰

第三节 广东省

- 一、广东大型购物中心发展的演进历程
- 二、贸易战暴露广东购物中心发展弊端
- 三、深圳市购物中心呈高速发展态势
- 四、广州购物中心发展综述
- 五、2015-2019年广州市大型购物中心开发状况

第四节 其他地区

- 一、天津
- 二、重庆
- 三、武汉
- 四、济南
- 五、沈阳

第十章 中国重点大型购物中心发展概况及竞争力分析

第一节 中关村广场购物中心

- 一、基本概述
- 二、区域人群特征分析

- 三、市场发展空间分析
- 四、项目定位与业态布局
- 五、经营状况及未来前景探析
- 第二节 新华南MALL·生活城
 - 一、基本概述
 - 二、华南MALL的定位转变分析
 - 三、华南MALL的区域竞争环境
 - 四、新华南MALL的整合之路分析
- 第三节 北京金源时代购物中心
 - 一、基本概述
 - 二、金源MALL经营状况分析
 - 三、金源MALL积极寻求振兴之路
- 第四节 广州正佳广场
 - 一、基本概述
 - 二、正佳广场经营状况持续向好
 - 三、正佳广场的营销策略剖析
- 第五节 深圳华润中心·万象城
 - 一、基本概述
 - 二、万象城的经营理念透析
 - 三、万象城的营销思路分析
 - 四、万象城的物业管理策略探讨

第十一章 2020-2025年中国购物中心产业投资机会与风险分析

- 第一节 2020-2025年中国购物中心产业投资环境分析
 - 一、宏观经济预测分析
 - 二、贸易战影响分析
- 第二节 2020-2025年中国购物中心产业投资机会分析
- 第三节 2020-2025年中国购物中心产业投资前景分析
 - 一、市场竞争风险
 - 二、政策风险
 - 三、进入退出风险
- 第四节 投资建议

第十二章 2020-2025年中国购物中心的趋势预测及趋势分析

- 第一节 2020-2025年中国购物中心的趋势预测展望

一、中国开发购物中心具有巨大潜力

二、长三角地区购物中心趋势预测光明

三、购物中心的未来发展方向探析

四、购物中心的未来商业模式剖析

五、购物中心的开发趋势分析

第二节 2020-2025年中国影响购物中心发展的因素分析

一、人口区位变化和老龄化趋势

二、零售业全球化

三、电子商务的兴起

四、线上购物的高速发展

五、购物中心网路解决方案

六、CLICK POWERPOINT

第三节 2020-2025年中国购物中心行业市场趋势分析

图表目录：

图表：2015-2019年国内生产总值

图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2015-2019年年末国家外汇储备

图表：2015-2019年财政收入

图表：2015-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：美国国际购物中心协会关于购物中心的分类和定义

图表：零售业态分类和基本特点（购物中心部分）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/506938.html>