

中国购物中心产业竞争态势及投资战略研究报告 (2012-2016)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国购物中心产业竞争态势及投资战略研究报告（2012-2016）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/140317140317.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

根据购物中心的建筑、设施和形态的不同，国际购物中心协会又将购物中心细分为“摩尔”(Mall，停车场与店铺间有一定的距离，通常在整体建筑的地下或外围，而店铺间有专门的步行街连接，如区域型、超区域型购物中心)和带状中心(店铺前各有停车场，店铺间通常没有专门的步道连接，如邻里型、社区型等)。由此可见，从严格意义上讲，购物中心不是一种商业业态，而是一种有计划地实施的全新的商业聚集形式，有着较高的组织化程度，是业态不同的商店群和功能各异的文化、娱乐、金融、服务、会展等设施以一种全新的方式有计划地聚集在一起。它通常以零售业为主体。与自发形成的商业街相比，购物中心在其开发、建设、经营管理中，均是作为一个单体来操作：一般是物业公司建楼、出租场地，专业商业管理公司实行统一招租、管理、促销，承租户分散经营。

中国报告网发布的《中国购物中心产业竞争态势及投资战略研究报告(2012-2016)》共八章。首先介绍了购物中心相关概述、中国购物中心市场运行环境等，接着分析了中国购物中心市场发展的现状，然后介绍了中国购物中心重点区域市场运行形势。随后，报告对中国购物中心重点企业经营状况分析，最后分析了中国购物中心行业发展趋势与投资预测。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。

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。

第一章、购物中心相关概述

第一节、购物中心简介

- 一、国内外购物中心的概念
- 二、购物中心的分类
- 三、购物中心需要科学的定义与分类方法
- 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、世界购物中心分析

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、世界各地大型购物中心发展走势
- 四、世界大型购物中心的典型模式分析
- 五、世界十大知名购物中心介绍

第二节、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

第三节、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

第四节、欧洲

- 一、欧洲兴起大型购物中心开发热潮
- 二、德国购物中心发展进程及趋向
- 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
- 五、2011年土耳其购物中心发展动态

第五节、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分析
- 三、印度购物中心发展势头强劲
- 四、巴西购物中心产业发展概况

第三章、中国购物中心发展分析

第一节、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、中国购物中心发展的基本状况
- 三、中国购物中心发展态势分析

四、中国购物中心从开发时代向运营时代转变

五、中国购物中心发展的特点分析

六、中国shopping mall发展态势剖析

七、市场竞争激烈催旺国内主题购物中心

第二节、中国购物中心开发的影响因素

一、购物中心与经济发展紧密联系

二、消费和生活方式对购物中心的影响

三、购物中心开发量与城市化水平的相关性

四、中国购物中心区域分布特征

第三节、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

第四节、郊外型购物中心发展分析

一、对郊外型购物中心概述

二、商业集聚的原理

三、郊外型购物中心建设的风险

四、郊外型购物中心经营的难点

第五节、购物中心消费者心理及行为分析

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

第六节、中国购物中心发展存在的问题

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分析

第七节、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

第四章、主要区域购物中心的发展

第一节、北京

- 一、2008年北京购物中心发展分水岭
- 二、2009年北京购物中心发展概况
- 三、2010年北京购物中心发展概况
- 四、北京市大型购物中心分布状况
- 五、2011年北京购物中心发展趋势

第二节、上海

- 一、2007-2008年上海购物中心发展回顾
- 二、2009年上海购物中心发展状况
- 三、“十一五”上海购物中心发展成就综述
- 四、上海购物中心发展中面临的困扰
- 五、“十二五”上海购物中心发展规划

第三节、广东省

- 一、广东大型购物中心发展的演进历程
- 二、广东购物中心的产生与快速发展的动因
- 三、2010年广东大型购物中心开发迎来高潮
- 四、深圳市购物中心呈高速发展态势
- 五、广州购物中心发展综述

第四节、其他地区

- 一、天津
- 二、青岛
- 三、武汉
- 四、烟台
- 五、成都
- 六、杭州
- 七、三亚

第五章、购物中心的开发

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分析

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、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、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

第六章、购物中心的运营

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

一、购物中心的价值计算方法

二、shopping mall盈利效果不佳的缘由分析

三、Shopping mall的盈利模式选择

四、Shopping mall的商业利润挖掘

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

第七章、重点大型购物中心介绍

第一节、中关村广场购物中心

- 一、基本简介
- 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、基本简介
- 二、华南MALL的定位转变分析
- 三、新华南MALL的整合之路分析
- 四、新华南MALL创建直销中心成功转型

第三节、北京金源新燕莎MALL

- 一、基本简介
- 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

第四节、广州正佳广场

- 一、基本简介
- 二、正佳广场经营状况持续向好
- 三、迎接亚运商机正佳广场M层改造升级

第五节、深圳华润中心·万象城

- 一、基本简介
- 二、2010年深圳万象城的营业额逾40亿元
- 三、万象城的经营理念分析
- 四、万象城的营销思路分析
- 五、万象城的物业管理策略探讨

第八章、购物中心的投资潜力及发展前景分析

第一节、购物中心的投资分析

- 一、我国购物中心投资现况简析
- 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

第二节、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、中国购物中心未来发展的影响因素分析

三、2012-2016年中国购物中心发展规模预测

第三节、购物中心的未来发展趋势

一、购物中心的未来发展方向探析

二、购物中心的未来商业模式剖析

三、购物中心的开发趋势分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/140317140317.html>