

中国购物中心市场深度调研与发展趋势分析报告 (2012-2016)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国购物中心市场深度调研与发展趋势分析报告（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/139544139544.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

目前，我国购物中心的发展过程当中存在追求数量、规模的开发商与追求成功率和品质的开发商并存的现象。尽管已经有很多购物中心，有着很好的租金收益，但是其总拥有的项目规模、项目体量并不大，追求数量规模的开发商与追求经营品质的开发商之间，目前正在展开一种博弈。此外，当超大的购物中心转向社区型购物中心的商业设施成为重点的时候，以住宅作为主导的开发商将会发挥非常重要的角色。“十二五”期间，国民消费将成为国家重点扶持的经济增长点，商业地产市场的良好前景是可以预期的。转型商业地产并不限于以上几个问题，短期内付出一定的代价是不可避免的。从长远来说，如果能坚持，这些代价都是值得的。经历成长的阵痛，5年之内必将有一批有实力的商业地产开发商实现快速扩张。

中国报告网发布的《中国购物中心市场深度调研与发展趋势分析报告（2012-2016）》共十二章。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 购物中心产业相关概述

1.1 购物中心简介

1.1.1 国内外购物中心对比

1.1.2 购物中心类型划分

1.1.3 购物中心特点简述

1.2 大型购物中心（SHOPPING MALL）简析

1.2.1 shopping mall的特点

1.2.2 shopping mall的物业管理服务要求

1.2.3 shopping mall的起源与兴起

1.3 大型购物中心与其他业态的区别

1.3.1 与传统商业街的比较

1.3.2 与百货公司及量贩店的比较

1.3.3 对百货公司、量贩店的影响

第二章 2012年世界购物中心产业运行态势分析

2.1 2012年世界购物中心产业运行概况

- 2.1.1 世界购物中心的兴起及影响因素
- 2.1.2 世界购物中心的历程演进
- 2.1.3 世界各地大型购物中心发展走势
- 2.1.4 世界大型购物中心的典型模式解析
- 2.2 美国
 - 2.2.1 美国购物中心发展简况
 - 2.2.2 美国购物中心呈衰败趋势
 - 2.2.3 美国大型购物中心经营管理的特点
 - 2.2.4 美国超级购物中心面临的难题及应对策略
 - 2.2.5 美国典型shopping mall发展特色
- 2.3 日本
 - 2.3.1 日本购物中心的大规模兴起与扩张
 - 2.3.2 日本购物中心趋向小型化发展
 - 2.3.3 日本大型购物中心开发持续升温
 - 2.3.4 日本典型shopping mall发展特色
- 2.4 欧洲
 - 2.4.1 欧洲兴起大型购物中心开发热潮
 - 2.4.2 德国购物中心发展综述
 - 2.4.3 英国大型购物中心发展状况
 - 2.4.4 奥地利维也纳大型购物中心发展状况
 - 2.4.5 芬兰购物中心接轨低碳经济
- 2.5 其他地区
 - 2.5.1 新加坡购物中心发展状况浅析
 - 2.5.2 新加坡购物中心的管理特色透析
 - 2.5.3 印度大型购物中心发展势头强劲
- 第三章 2012年中国购物中心产业整体运行形势探析
 - 3.1 2012年中国购物中心发展综述
 - 3.1.1 中国购物中心发展的历史阶段剖析
 - 3.1.2 中国购物中心发展基本概况
 - 3.1.3 中国购物中心亮点分析
 - 3.1.4 外资抢滩中国购物中心市场
 - 3.2 2012年中国购物中心开发的影响因素探析
 - 3.2.1 购物中心与经济发展紧密联系
 - 3.2.2 消费和生活方式对购物中心的影响
 - 3.2.3 购物中心开发量与城市化水平的相关性

3.2.4 中国购物中心区域分布特征

3.3 2012年中国区域型购物中心运行透析

3.3.1 中国不同类型购物中心的基本概况

3.3.2 区域型购物中心的定位与特点

3.3.3 中国区域型购物中心发展潜力广阔

3.3.4 中国区域型购物中心开发的问题及对策

3.4 2012年购物中心消费者心理及行为透析

3.4.1 消费心理的深入分析

3.4.2 消费者购买行为分析

3.4.3 产品制造环节的细节设计

3.4.4 产品销售环节的细节设计

3.5 2012年中国购物中心产业热点问题探讨

3.6 2012年中国购物中心发展的对策分析

第四章 2012年中国大型购物中心运行新形势分析

4.1 我国大型购物中心发展历程

4.1.1 萌芽阶段

4.1.2 起步阶段

4.1.3 发展阶段

4.2 2012年中国大型购物中心运行简况

4.2.1 中国大型购物中心发展迅速

4.2.2 中国大型购物中心实力较强及世界所占比重

4.2.3 中国大型购物中心呈多元化发展格局

4.2.4 长三角购物中心数量占全国1/4

4.2.5 外资青睐购物中心

4.3 2012年中国大型购物中心存在的热点问题探讨

4.3.1 我国大型购物中心发展速度超越消费能力

4.3.2 大型购物中心存在四大问题倾向

4.3.3 大型购物中心自身发展存在问题

4.3.4 大型购物中心结构性矛盾突出

4.4 2012年中国大型购物中心发展的三大方向分析

4.4.1 改变单一的封闭式趋筑模式，发展具有开放式建筑格局的购物中心

4.4.2 改变“重购物”“轻休闲”的模式，发展具有丰富休闲功能的购物中心大型

4.4.3 改变贪大求全现象，发展具有特色主题的中小型购物中心

第五章 2012年中国重点区域购物中心运行动态分析

5.1 北京

- 5.1.1 北京购物中心发展面临拐点
- 5.1.2 北京大型购物中心受服装纺织品牌青睐
- 5.1.3 北京购物中心开发向远郊推进
- 5.1.4 2012年第二季度北京购物中心供需状况
- 5.1.5 经济危机致北京购物中心发展环境不佳
- 5.1.6 北京购物中心发展的业态思考

5.2 上海

- 5.2.1 上海购物中心基本发展态势
- 5.2.2 上海市购物中心开发现状浅析
- 5.2.3 2012年上海购物中心供需状况分析
- 5.2.4 2012年上海社区购物中心发展抢眼
- 5.2.5 2012年上海购物中心总体发展概况
- 5.2.6 上海购物中心发展中面临的困扰

5.3 广东省

- 5.3.1 广东大型购物中心发展的演进历程
- 5.3.2 金融危机暴露广东购物中心发展弊端
- 5.3.3 深圳市购物中心呈高速发展态势
- 5.3.4 广州购物中心发展综述
- 5.3.5 2012年广州市大型购物中心开发状况

5.4 其他地区

- 5.4.1 天津
- 5.4.2 重庆
- 5.4.3 武汉
- 5.4.4 济南
- 5.4.5 沈阳

第六章 2012年中国购物中心的开发研究

- 6.1 购物中心开发的主要流程
- 6.2 购物中心的市场调查要素
- 6.3 购物中心开发的决策基础探析
- 6.4 购物中心的选址依据
- 6.5 购物中心的规划要点透析
- 6.6 浅析购物中心的业态定位
- 6.7 购物中心的项目招商分析
- 6.8 SHOPPING MALL项目开发的可行性探究

第七章 2012年中国购物中心的运营状况解析

- 7.1 2012年中国购物中心运营模式盘点
 - 7.1.1 按开发商背景或经营管理的模式划分
 - 7.1.2 按商场面积规模分类
 - 7.1.3 按定位档次分类
 - 7.1.4 按选址地点分类
 - 7.1.5 按国际购物中心协会的分类
 - 7.1.6 根据业态复合度划分
- 7.2 2012年中国购物中心的经营策略探讨
 - 7.2.1 购物中心成功运营的关键要素
 - 7.2.2 购物中心面临的经营难题及应对策略
 - 7.2.3 购物中心需要确立合适的商业业态
 - 7.2.4 大型购物中心的品牌经营策略分析
 - 7.2.5 大型购物中心可持续发展的综合方案
- 7.3 2012年中国购物中心的管理思路分析
 - 7.3.1 购物中心的管理特性及走势浅析
 - 7.3.2 购物中心的信息化管理策略探讨
 - 7.3.3 购物中心的工程管理方案剖析
 - 7.3.4 购物中心的管理建议
- 7.4 2012年中国购物中心的完整营销推广方案探析
 - 7.4.1 创造特色形象和产品展示
 - 7.4.2 实行顾客导向的满足需求规划
 - 7.4.3 拟定完整的营销推广策略
 - 7.4.4 建立一支营销推广的专业团队
- 7.5 2012年中国购物中心的价值评估与盈利方法分析
 - 7.5.1 购物中心的价值计算方法
 - 7.5.2 shopping mall盈利效果不佳的缘由解析
 - 7.5.3 Shopping mall的盈利模式选择
 - 7.5.4 Shopping mall的商业利润挖掘
- 第八章 2012年全球十大购物中心运行浅析
 - 8.1 华南购物中心
 - 8.2 金源时代购物中心
 - 8.3 SM Mall of Asia
 - 8.4 西爱德蒙顿购物中心
 - 8.5 SM Megamall
 - 8.6 柏嘉雅时代广场

8.7 北京购物中心

8.8 正佳广场

8.9 SM City North Edsa

8.10 普鲁士国王购物中心

第九章 2012年中国重点大型购物中心运营状况分析

9.1 中关村广场购物中心

9.1.1 基本简介

9.1.2 区域人群特征分析

9.1.3 市场发展空间分析

9.1.4 项目定位与业态布局

9.1.5 经营状况及未来前景探析

9.2 新华南MALL?生活城

9.2.1 基本简介

9.2.2 华南MALL的定位转变分析

9.2.3 华南MALL的区域竞争环境

9.2.4 新华南MALL的整合之路分析

9.3 北京金源时代购物中心

9.3.1 基本简介

9.3.2 金源MALL经营状况分析

9.3.3 金源MALL积极寻求振兴之路

9.4 广州正佳广场

9.4.1 基本简介

9.4.2 正佳广场经营状况持续向好

9.4.3 正佳广场的营销策略剖析

9.5 深圳华润中心?万象城

9.5.1 基本简介

9.5.2 万象城的经营理念透析

9.5.3 万象城的营销思路分析

9.5.4 万象城的物业管理策略探讨

第十章 2012-2016年中国购物中心的发展前景及趋势分析

10.1 2012-2016年中国购物中心前景展望

10.1.1 中国开发购物中心具有巨大潜力

10.1.2 长三角地区购物中心发展前景光明

10.1.3 购物中心的未来发展方向探析

10.1.4 购物中心的未来商业模式剖析

10.1.5 购物中心的开发趋势分析

10.2 2012-2016年中国购物中心发展的影响因素

10.2.1 人口区位变化和老龄化趋势

10.2.2 电子商务的兴起

10.2.3 线上购物的高速发展

10.2.4 购物中心网路解决方案

10.2.5 CLICK POWERPOINT

10.3 2012-2016年中国购物中心发展趋势分析

10.3.1 购物中心渐成商业地产主流

10.3.2 中国购物中心迈向金融与运营并进时代

10.3.3 购物中心逐渐朝小型化发展

10.3.4 泛购物中心成发展趋势

10.3.5 区域型购物中心或成主流

10.4 2012-2016年中国购物中心盈利预测分析

第十一章 2012年中国购物中心产业投资环境解析

11.1 2012年中国宏观经济环境分析

11.1.1 中国GDP分析

11.1.2 城乡居民家庭人均可支配收入

11.1.3 恩格尔系数

11.1.4 我国主要商品价格监测分析

11.1.5 存贷款利率变化

11.1.6 财政收支状况

11.2 2012年中国购物中心产业政策环境分析

11.2.1 购物中心开发的经济背景和政策

11.2.2 我国将采取七大措施搞活流通扩大消费

11.2.3 中国起草大型购物中心监管规定

11.2.4 相关政策法规

11.3 2012年中国购物中心产业社会环境分析

第十二章 2012-2016年中国购物中心产业投资战略研究

12.1 2012-2016年中国购物中心行业投资概况

12.1.1 购物中心行业投资特性

12.1.2 大型购物中心的融资

12.1.3 大型购物中心贷款偿还的方式

12.2 2012-2016年中国购物中心投资机会分析

12.2.1 购物中心投资热点

12.2.2 购物中心投资吸引力分析

12.3 2012-2016年中国购物中心投资风险及防范

12.3.1 金融风险分析

12.3.2 竞争风险分析

12.3.3 政策风险分析

12.4 权威专家投资建议

12.4.1 大型购物中心的前期规划设计

12.4.2 量身打造大型购物中心

12.4.3 人力资源战略

12.4.4 大型购物中心的公共关系

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/139544139544.html>