

# 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

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 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>