

2024-2030年中国购物中心 行业前景展望与投资可行性报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国购物中心行业前景展望与投资可行性报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/414816.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

购物中心产业已成为最重要的零售经营方式之一，而且已远远突破商品零售的界限，它对一个城市的商业环境改善、消费与休闲方式的改变、投资结构的优化、对经济繁荣的贡献等越来越显示出它的重要性和生命力。

超大规模购物中心（Shopping Mall）产生于二十世纪初，五六十年代在美国等发达国家盛行，掀起了商业经营方式的新浪潮，并逐渐以其购物、餐饮、休闲、娱乐、旅游等综合性经营模式与完美的环境配套设施而风靡欧、美、日及东南亚国家。我国的购物中心建设起步较晚，开始于20世纪90年代初期，最早的项目是位于珠江三角洲的天河城购物中心。

2022年，疫情第三年，也是全国商业经历疫情冲击最严重的一年。在全国一波接一波的疫情下，全年仍迎来了366个购物中心，3268万平方米体量的开业。截止2022年12月31日，全国购物中心存量项目达5685个，体量达5.03亿平方米。2022年开业的366个购物中心中，存量改造项目超40个（体量超400万平方米），占全年开业量的比例超10%，剔除存量改造项目，2022年新增商业体仍超300个。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国购物中心行业前景展望与投资可行性报告》共八章。首先介绍了购物中心的定义、分类，Shopping Mall的概念、特点及与其他商业业态的区别等，接着分析了国际国内及我国主要省市购物中心的发展状况。然后对购物中心的开发、运营、典型范例做了细致分析，最后重点分析了购物中心的投资潜力，并科学预测了其未来前景趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、住建部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、房地产行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对购物中心有个系统深入的了解、或者想投资购物中心开发运营，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 购物中心相关概述

1.1 购物中心简介

1.1.1 购物中心基本概念

1.1.2 购物中心主要分类

1.1.3 购物中心业态分类

1.1.4 购物中心业态组合

- 1.1.5 购物中心发展模式
- 1.2 大型购物中心（shopping mall）简析
 - 1.2.1 shopping mall的概念
 - 1.2.2 shopping mall的特点
 - 1.2.3 shopping mall的物业管理服务要求
 - 1.2.4 shopping mall的起源与蔓延
- 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 2021-2023年世界购物中心分析

- 2.1 世界购物中心发展概述
 - 2.1.1 世界购物中心演变历程
 - 2.1.2 全球购物中心主题定位
 - 2.1.3 全球购物中心业态品牌
 - 2.1.4 全球购物中心商业模式
 - 2.1.5 全球购物中心科技应用
 - 2.1.6 世界购物中心发展趋势
 - 2.1.7 世界知名购物中心介绍
- 2.2 美国
 - 2.2.1 美国购物中心发展简况
 - 2.2.2 美国购物中心运营状况
 - 2.2.3 美国购物中心疫情影响
 - 2.2.4 美国知名购物中心介绍
 - 2.2.5 美国购物中心数字化趋势
- 2.3 日本
 - 2.3.1 日本购物中心的兴起
 - 2.3.2 日本购物中心发展现状
 - 2.3.3 日本购物中心销售情况
 - 2.3.4 日本知名购物中心介绍
- 2.4 欧洲

- 2.4.1 欧洲购物中心营收情况
- 2.4.2 俄罗斯购物中心发展现状
- 2.4.3 意大利购物中心营业额
- 2.4.4 法国购物中心宣布关闭
- 2.5 其他地区
 - 2.5.1 新加坡购物中心发展状况
 - 2.5.2 韩国购物中心企业发展
 - 2.5.3 巴西购物中心发展分析
 - 2.5.4 澳大利亚购物中心发展
 - 2.5.5 越南购物中心企业布局

第三章 2021-2023年中国购物中心发展分析

- 3.1 中国购物中心发展环境分析
 - 3.1.1 经济环境
 - 3.1.2 政策环境
 - 3.1.3 社会环境
 - 3.1.4 技术环境
- 3.2 2021-2023年中国购物中心发展概况
 - 3.2.1 中国购物中心发展历程
 - 3.2.2 中国购物中心开业规模
 - 3.2.3 中国购物中心开业分布
 - 3.2.4 购物中心新开首店数量
 - 3.2.5 中国购物中心竞争格局
 - 3.2.6 中国购物中心区域分布
 - 3.2.7 存量改造项目开业动态
 - 3.2.8 开业项目城市商业线级分布
 - 3.2.9 购物中心开业项目体量区间
 - 3.2.10 新潮运动频频亮相购物中心
- 3.3 2021-2023年中国购物中心经济社会贡献力分析
 - 3.3.1 城市经济发展晴雨表
 - 3.3.2 城市服务水平最佳实践场
 - 3.3.3 城市营商环境提升高速路

- 3.3.4 城市现代商业文明贡献者
- 3.3.5 城市美好生活创建者
- 3.3.6 城市更新先锋试验基地
- 3.4 后疫情时代中国购物中心商业模式分析
 - 3.4.1 数字化线上运营商业模式
 - 3.4.2 共享经济模式
 - 3.4.3 新零售创新模式-社区团购
- 3.5 2021-2023年购物中心细分业态发展分析
 - 3.5.1 购物中心各品类开关店情况
 - 3.5.2 服饰零售细分业态开关店情况
 - 3.5.3 餐饮细分业态开关店情况
 - 3.5.4 儿童亲子细分业态开关店情况
 - 3.5.5 文体娱细分业态开关店情况
 - 3.5.6 生活服务细分业态开关店情况
- 3.6 购物中心市场高质量发展的政策建议
 - 3.6.1 确定购物中心的商业属性和城市基础设施属性
 - 3.6.2 区别购物中心行业与即售地产的调控政策
 - 3.6.3 建立健全商业地产REITs政策法规和体制机制

第四章 2021-2023年主要区域购物中心的发展

- 4.1 北京
 - 4.1.1 北京购物中心数量规模
 - 4.1.2 北京购物中心区域分布
 - 4.1.3 北京购物中心竞争态势
 - 4.1.4 北京购物中心项目情况
 - 4.1.5 北京购物中心发展动态
- 4.2 上海
 - 4.2.1 上海购物中心数量规模
 - 4.2.2 上海新开购物中心汇总
 - 4.2.3 上海购物中心日均客流
 - 4.2.4 上海购物中心的出租率
 - 4.2.5 上海购物中心开闭店情况

4.2.6 上海购物中心拟开业项目

4.3 广东省

4.3.1 广东购物中心标杆案例

4.3.2 广东购物中心开业汇总

4.3.3 深圳购物中心开业汇总

4.3.4 广州购物中心开业汇总

4.3.5 佛山购物中心开业汇总

4.3.6 东莞购物中心开业汇总

4.3.7 珠海购物中心标杆案例

4.4 其他地区

4.4.1 山东省

4.4.2 浙江省

4.4.3 江苏省

4.4.4 福建省

4.4.5 四川省

4.4.6 天津市

4.4.7 武汉市

4.4.8 西安市

4.4.9 重庆市

第五章 购物中心的开发

5.1 购物中心利益相关者分析

5.1.1 投资者

5.1.2 开发商

5.1.3 运营商

5.1.4 经营商

5.1.5 消费者

5.1.6 政府

5.2 购物中心开发的主要流程

5.2.1 总体概述

5.2.2 调研与论证

5.2.3 立项与决策

- 5.2.4 选址与选型
- 5.2.5 规划与设计
- 5.2.6 融资与招商
- 5.3 购物中心的市场调查要素
 - 5.3.1 调查的范围
 - 5.3.2 调查对象
 - 5.3.3 问卷设计
 - 5.3.4 调查方式
 - 5.3.5 数据处理分析方法
- 5.4 购物中心开发的决策基础探析
 - 5.4.1 问题演变的过程
 - 5.4.2 深入剖析购物中心开发决策的基础因素
 - 5.4.3 开发商应认真了解消费市场的需求情况
- 5.5 购物中心的选址依据
 - 5.5.1 消费人群和客流
 - 5.5.2 交通网络
 - 5.5.3 配套服务
 - 5.5.4 以用地经济状况为基准
 - 5.5.5 以用地的物理状况为基准
- 5.6 购物中心的规划要点透析
 - 5.6.1 购物中心的位置
 - 5.6.2 购物中心的规模
 - 5.6.3 购物中心的形状
 - 5.6.4 购物中心的局部设计
 - 5.6.5 超级市场的位置
 - 5.6.6 停车设备
- 5.7 浅析购物中心的业态定位
 - 5.7.1 商圈定位
 - 5.7.2 规模定位
 - 5.7.3 客户定位
 - 5.7.4 经营定位
 - 5.7.5 主题定位

5.8 购物中心的项目招商分析

5.8.1 招商流程简述

5.8.2 项目招商的基础

5.8.3 招商原则探讨

5.8.4 项目招商内容

5.8.5 项目招商问题

5.9 shopping mall项目开发的可行性探究

5.9.1 可行性分析的内容

5.9.2 总体策划设计要点

5.9.3 营销策划要点

5.9.4 购物中心物业管理

第六章 购物中心的运营

6.1 购物中心发展模式分析

6.1.1 运营特点

6.1.2 重奢市场

6.1.3 高能级市场

6.1.4 下沉市场

6.2 购物中心的经营策略探讨

6.2.1 购物中心成功运营的关键要素

6.2.2 购物中心面临的经营难题及应对策略

6.2.3 购物中心需要确立合适的商业业态

6.2.4 大型购物中心的品牌经营策略分析

6.2.5 大型购物中心可持续发展的综合方案

6.3 新零售时代下购物中心运营策略剖析

6.3.1 新零售模式基本特性

6.3.2 新零售模式的影响

6.3.3 购物中心营销改革必要性

6.3.4 购物中心的运营转变

6.3.5 购物中心经营优化策略

6.3.6 购物中心营销创新策略

6.3.7 购物中心智慧运营策略

6.4 购物中心的管理思路分析

6.4.1 商业运营管理类型

6.4.2 信息化管理分析

6.4.3 工程管理方案分析

6.4.4 精细化运营管理分析

6.5 购物中心财务管理模式剖析

6.5.1 财务动态管理模式的内涵及应用原则

6.5.2 购物中心运营中财务管控主要问题

6.5.3 提升购物中心财务管控的主要措施

6.6 探索购物中心的完整营销推广方案

6.6.1 创造特色形象和产品展示

6.6.2 实行顾客导向的满足需求规划

6.6.3 拟定完整的营销推广策略

6.6.4 建立一支营销推广的专业团队

6.7 购物中心的价值评估与盈利方法分析

6.7.1 购物中心盈利模式要素

6.7.2 购物中心价值评估方法

6.7.3 shopping mall盈利效果不佳的缘由解析

6.7.4 Shopping mall的盈利模式选择

6.7.5 Shopping mall的商业利润挖掘

6.8 购物中心O2O转型深入分析

6.8.1 购物中心O2O转型发展阶段

6.8.2 购物中心O2O转型典型案例

6.8.3 购物中心O2O转型路径

第七章 2020-2023年中国购物中心重点企业布局及经营状况

7.1 华润万象生活

7.1.1 企业发展概述

7.1.2 企业营收状况

7.1.3 购物中心营收

7.1.4 购物中心面积

7.1.5 购物中心出租率

- 7.1.6 拟开业项目汇总
- 7.2 龙湖集团
 - 7.2.1 企业发展概述
 - 7.2.2 企业营收状况
 - 7.2.3 购物中心租金
 - 7.2.4 购物中心业绩
 - 7.2.5 零售业态分布
 - 7.2.6 购物中心汇总
 - 7.2.7 购物中心产品线
- 7.3 王府井
 - 7.3.1 企业发展概述
 - 7.3.2 企业商业模式
 - 7.3.3 企业营收状况
 - 7.3.4 购物中心门店数量
 - 7.3.5 购物中心营业收入
 - 7.3.6 购物中心门店分布
- 7.4 新城控股
 - 7.4.1 企业发展概述
 - 7.4.2 企业发展现状
 - 7.4.3 企业营收状况
 - 7.4.4 购物中心开业汇总
- 7.5 其他企业
 - 7.5.1 万达
 - 7.5.2 金融街
 - 7.5.3 爱琴海
 - 7.5.4 保利商业
 - 7.5.5 世纪金源
 - 7.5.6 印力/万科

第八章 2023-2027年对中国购物中心行业发展前景和趋势预测

- 8.1 2023年中国购物中心拟开业项目分析
 - 8.1.1 拟开业项目数量规模

- 8.1.2 拟开业项目区域分布
- 8.1.3 拟开业项目城市分布
- 8.1.4 拟开业项目城市排名
- 8.1.5 拟开业项目体量区间
- 8.1.6 拟开业项目竞争格局
- 8.2 中国购物中心行业发展趋势分析
 - 8.2.1 购物中心总体发展前景向好
 - 8.2.2 购物中心集中度越来越高
 - 8.2.3 空置率上升且轻资产加速
- 8.3 对2024-2030年中国购物中心行业预测分析
 - 8.3.1 2024-2030年中国购物中心行业影响因素分析
 - 8.3.2 2024-2030年中国购物中心开业数量预测

图表目录

- 图表1 ICSC购物中心的分类
- 图表2 购物中心业态分类
- 图表3 购物中心三种发展模式比较
- 图表4 全球购物中心首进品牌/新兴品牌
- 图表5 全球购物中心创新业态
- 图表6 全球购物中心商业模式
- 图表7 2021-2022年美国购物中心市场业绩情况
- 图表8 2021年日本奥特莱斯销售榜单
- 图表9 2021-2022年社会消费品零售总额同比增速
- 图表10 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速
- 图表11 2022年社会消费品零售总额主要数据
- 图表12 2022年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速
- 图表13 2022年居民人均消费支出及构成
- 图表14 2016-2022年中国购物中心开业数量对比
- 图表15 2022年中国购物中心开业数量（分月）
- 图表16 2022年购物中心开业项目热力图
- 图表17 2022年购物中心开业项目大区分布
- 图表18 2022年购物中心开业量城市榜（项目量 $\geq$ 5个）

- 图表19 2022年部分企业购物中心开业项目数量
- 图表20 2021-2023年全国购物中心拟开业数量前十
- 图表21 部分代表性存量改造项目
- 图表22 2022年购物中心开业项目城市商业线级分布
- 图表23 2022年购物中心开业项目体量区间分布
- 图表24 部分购物中心代表性运动体验品牌
- 图表25 2021年核心40城商场销售坪效比对
- 图表26 2021年核心40城商场人均消费比对
- 图表27 2021年商业建筑面积客流量销售额关系
- 图表28 2021年核心40城购物中心数量、GDP、常住人口
- 图表29 某购物中心团队架构图
- 图表30 购物中心相关服务人员活动边界图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414816.html>