

2026-2031年商业综合体行业市场全景调研咨询报告

报告简介

放眼国际繁华大都会，每个城市往往都有一张能够体现城市发展水平、汇聚城市顶尖价值、洋溢城市精神的都会“名片”--

城市综合体，如法国拉德芳斯、纽约洛克菲勒中心、日本六本木等，不仅在满足了居住、商务洽谈、餐饮、娱乐等各种消费功能需求的同时，也展示了它在城市地位中应有的王者之尊。

此外，城市综合体更是便捷生活和高效人居的一种生活方式。每天早上，走出家门，对面就是单位所在的写字楼；下班以后，楼下就能购物、吃饭、看电影，五分钟生活工作圈使生活极其便利。也正因为如此，城市综合体住宅与纯住宅相比，受到越来越多购房者的关注与青睐。总的来说，世界商业综合体价格受其价值影响，而价值受所在国家的经济以及世界经济的发展，地理位置，商业综合体的配套设施，以及营销等因素，都会受到影响商业综合体价格。

相比较纯住宅楼盘，城市综合体融合商业零售、商务办公、酒店餐饮、公寓住宅、综合娱乐等五大核心功能于一体的“城中之城”，综合体住宅占有资源越多价值越大，价格往往能高出不少。

纯住宅楼盘随着时间的更迭，物业硬件越来越陈旧，便不具备再次升值的潜力，只能随着城市房价的提升而略有提升，转让二手房的价格都会存在“天花板”。而城市综合体通过商业运营，商圈日渐繁荣，商家品牌逐步更新、提升，城市综合体住宅也将爆发出其他纯住宅楼盘无法匹敌的强劲升值潜力。同时，城市综合体在为片区打造配套价值的同时，也会引领区域经济腾飞，区域价值的飙升也会反哺二手房住宅价格的上涨。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国商业综合体市场进行了分析研究。报告在总结行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国商

业综合体行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 行业环境透视

第一章 世界商业综合体行业发展情况分析 1

第一节 世界商业综合体行业分析 1

一、世界商业综合体行业特点 1

二、世界商业综合体行业动态 1

第二节 世界商业综合体市场分析 2

一、世界商业综合体消费情况 2

二、世界商业综合体消费结构 3

三、世界商业综合体价格分析 3

第三节 2021-2026年中外商业综合体市场对比 4

第二章 信息社会下商业综合体行业宏观经济环境分析 6

第一节 2021-2026年全球经济环境分析 6

一、2021-2026年全球经济运行概况 6

二、2026-2031年全球经济形势预测 7

第二节 信息时代对全球经济的影响 8

一、国际信息社会发展趋势及其国际影响 8

二、对各国实体经济的影响 9

第三节 信息时代对中国经济的影响 10

一、信息时代对中国实体经济的影响 10

二、信息时代影响下的主要行业 10

三、中国宏观经济政策变动及趋势 11

四、2021-2026年中国宏观经济运行概况 12

第二部分 行业市场状况

第三章 中国商业综合体行业供运营服务与运营成本分析 15

第一节 物业管理服务模式 15

一、“酒店式管理”“管家式服务”特色服务概述 15

二、服务内容 16

三、业主前期体验式服务 17

四、推行首接负责制 17

第二节 管理目标及服务承诺 19

一、目标定位 19

二、服务承诺 19

第三节 人员架构、配备、工作计划和物资装备 20

一、人员组织架构 20

二、工作内容 20

三、工作计划 21

四、物资装备 22

五、员工培训 23

六、员工管理中的激励制约机制 23

第四节 管理规章制度、物业档案的建立与管理 25

一、各项制度的目录如下 25

二、物业管理服务档案的建立 26

第五节 日常服务方案 27

一、客户服务 27

二、安全服务 28

三、工程管理 28

第四章 2021-2026年中国商业综合体行业发展概况 29

第一节 2021-2026年中国商业综合体行业发展态势分析 29

第二节 2021-2026年中国商业综合体行业发展特点分析 29

第三节 2021-2026年中国商业综合体行业市场供需分析 29

第五章 2021-2026年中国商业综合体行业整体运行状况 32

第一节 2021-2026年商业综合体行业盈利能力分析 32

第二节 2021-2026年商业综合体行业偿债能力分析 32

第三节 2021-2026年商业综合体行业营运能力分析 33

第三部分 行业规划管理

第六章 商业综合体行业规划设计分析 34

第一节 商业综合体的设计特色 34

一、商业综合体的外部设计特色 34

二、商业综合体的内在设计特色 36

第二节 商业综合体的设计要点 39

一、商业综合体设计概述 39

二、商业综合体的设计要点分析 40

第三节 商业综合体的规划设计 41

一、正确的规划布局思想 41

二、合理的整合设计 42

三、完善的停车组织和交通系统 42

四、内部开放空间设计 44

五、商业综合体的规划设计展望 49

第四节 商业综合体的空间设计 50

一、商业综合体的功能系统 50

二、商业综合体的空间体系 60

三、商业综合体的交通组织与流线 75

四、商业综合体功能空间的复合模式 82

第五节 商业综合体的建筑设计 91

一、商业综合体总平面设计 91

二、商业综合体平面设计 95

三、商业综合体立面设计 96

四、商业综合体剖面设计 102

第七章 楼宇建筑的能源管理分析 103

第一节 楼宇建筑的能源管理概述 103

一、实施背景 103

二、现状分析 105

三、能耗类型分析 105

四、能耗面临的问题及解决措施 105

第二节 商业综合体能源管理云平台基本功能 106

一、物的管理----远程控制、经济快捷 106

二、环境管理----安全高效、节能减排 107

三、人的管理----条件预警、及时精准 107

四、信息管理----科学规范、有的放矢 107

第三节 能源监管平台系统构成 108

一、数据采集系统 108

二、电能监管子系统 108

三、用水监测子系统 109

四、蒸汽监测子系统 109

五、天然气监测子系统 109

六、中水站在线监测子系统 109

七、商业综合体能源管理云平台数据中心系统 110

第四节 商业综合体能源管理建议 110

一、商业综合体管理系统建议 110

二、商业综合体能源管理节能改造 111

第四部分 行业营销策略

第八章 我国商业综合体行业营销趋势及策略分析 112

第一节 商业综合体行业销售渠道分析 112

一、营销分析与营销模式推荐 112

二、商业综合体营销环境分析与评价 115

三、销售渠道存在的主要问题及策略 117

第二节 商业综合体营销主要关键因素 122

一、产品规划 122

二、推售节奏 122

三、媒体宣传 123

四、目标客户把握 123

第三节 商业综合体营销要素的应用 124

一、产品规划的应用 124

1、同类产品互动产生合力 124

2、产品规划内部应化繁为简 124

二、推售节奏的应用 124

1、项目整体形象树立及大类型产品的推售策略 124

2、项目单体内部的推售策略运用 125

3、打造产品主要卖点要清晰 126

4、产品与价格因子结合 126

三、媒体宣传的应用 126

四、客户特征的应用 129

1、成交客户外在基本属性 129

2、不同类型的客户特征 129

3、商业综合体客户群共性 131

4、利用客户特征进行媒体宣传 132

第九章 2021-2026年中国商业综合体行业重点企业竞争力分析 134

第一节 大连万达集团股份有限公司 134

一、公司基本情况 134

二、公司主要财务指标分析 134

三、公司投资情况 135

四、公司未来战略分析 136

第二节 凯德置地(中国)投资有限公司 137

一、公司基本情况 137

二、公司主要财务指标分析 138

三、公司投资情况 139

四、公司未来战略分析 140

第三节 恒隆地产有限公司 140

一、公司基本情况 140

二、公司主要财务指标分析 142

三、公司投资情况 142

四、公司未来战略分析 143

第四节 深圳万科企业股份有限公司 143

一、公司基本情况 143

二、公司主要财务指标分析 144

三、公司投资情况 145

四、公司未来战略分析 145

第五节 上海中星(集团)有限公司 148

一、公司基本情况 148

二、公司主要财务指标分析 148

三、公司投资情况 148

四、公司未来战略分析 149

第六节 华润置地有限公司 149

一、公司基本情况 149

二、公司主要财务指标分析 150

三、公司投资情况 150

四、公司未来战略分析 151

第七节 大悦城控股集团股份有限公司 151

一、公司基本情况 151

二、公司主要财务指标分析 152

三、公司投资情况 152

四、公司未来战略分析 153

第八节 深圳华侨城集团公司 154

一、公司基本情况 154

二、公司主要财务指标分析 155

三、公司投资情况 156

四、公司未来战略分析 156

第九节 深圳市益田集团股份有限公司 158

一、公司基本情况 158

二、公司主要财务指标分析 158

三、公司投资情况 159

四、公司未来战略分析 159

第十节 上海世茂股份有限公司 160

一、公司基本情况 160

二、公司主要财务指标分析 161

三、公司投资情况 162

四、公司未来战略分析 162

第十章 2026-2031年商业综合体行业面临的困境及对策 163

一、新城区博弈 163

二、“政府引导”的误区 163

三、散售带来的不利影响 164

第二节 商业综合体企业面临的困境及对策 164

一、商业综合体企业面临的困境及对策 164

二、国内商业综合体企业的出路分析 165

第三节 中国商业综合体行业存在的问题及对策 166

一、中国商业综合体行业存在的问题 166

二、商业综合体行业发展的建议对策 167

三、市场的重点客户战略实施 171

第四节 商业综合体发展策略建议 175

一、从政府角度建议 175

二、从开发主体建议 176

第五部分 行业投资建议

第十一章 中国商业综合体行业投资策略分析 179

第一节 2026-2031年商业综合体市场发展前景 179

一、2026-2031年商业综合体市场发展潜力 179

二、2026-2031年商业综合体市场发展前景展望 179

三、2026-2031年商业综合体细分行业发展前景分析 180

第二节 2026-2031年商业综合体行业设计趋势 182

一、2026-2031年商业综合体设计整体趋势 182

二、2026-2031年商业综合体业态设计趋势 185

第三节 商业综合体发展趋势预测 187

一、一二线城市商业综合体发展趋势 187

二、三四线城市商业综合体发展趋势 187

三、开发商商业综合体战略布局趋势 189

四、海外资本商业综合体布局趋势 189

五、商业综合体融资方式发展趋势 189

第十二章 中国商业综合体行业投资风险分析 191

第一节 中国商业综合体行业内部风险分析 191

一、市场竞争风险分析 191

二、技术水平风险分析 191

三、企业竞争风险分析 192

第二节 中国商业综合体行业外部风险分析 195

一、宏观经济环境风险分析 195

二、行业政策环境风险分析 195

三、关联行业风险分析 196

第十三章 2026-2031年商业综合体行业市场策略分析 197

第一节 多元化策略分析 197

一、行业多元化策略研究 197

二、现有竞争企业多元化业务模式 197

第二节 中国营销企业投资运作模式分析 197

第三节 项目投资建议 199

图表目录

图表：针对客户在生活、休闲的需要及自身实际情况考虑而提供的服务项目 16

图表：日常运作服务项目 17

图表：业主前期体验式服务项目 17

图表：管理服务承诺 19

图表：人员组织架构 20

图表：商业综合体主要工作计划 21

图表：物资装备 22

图表：商业综合体公众制度 25

图表：商业综合体员工岗位职责 25

图表：商业综合体内部管理和运作制度 26

图表：验收阶段档案内容 26

图表：入住阶段信息档案内容 27

图表：常规管理阶段信息档案内容 27

图表：2021-2026年商业综合体行业盈利能力分析 32

图表：2021-2026年商业综合体行业偿债能力分析 32

图表：2021-2026年商业综合体行业营运能力分析 33

图表：开放空间的不同围合方式 44

图表：空间隔断不同宽度带来的空间效果 45

图表：诱导方式分类示意图 49

图表：商业综合体功能单元空间的相互作用 51

图表：商业综合体内部功能系统流程图 51

图表：树形结构与半网络结构的概念图 59

图表：商业综合体的功能单元交叠示意图 59

图表：商业综合体建筑交通组织关系图 74

图表：不同功能单元的入口特点及适宜位置 82

图表：商业综合体的相关原则 84

图表：商业综合体的并列原则 85

图表：商业综合体的相斥原则 85

图表：商业综合体的功能构成 90

图表：以商业为例的功能单元复合分析 91

图表：整合的相关要素 92

图表：商业综合体能耗类型 105

图表：费效比反馈图 128

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：162379

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20200320/162379.shtml>

在线订购：[点击这里](#)