

中国购物中心运营行业深度分析及发展战略研究咨询报告(2024-2029版)

报告简介

2019年，中国消费市场运行平稳，实现社会消费品零售总额41.16万亿元，同比增长8.0%。实际上与2018年相比，全年增长下降1个百分点，每个月均有不同程度的增速放缓，我国社零消费增长仍旧承压。《报告(2024-2029版)》显示，近五年来，购物中心总数一直由每年超500家的增量呈逐年增长态势，不过新增速度放缓。2019年，我国购物中心存量首次突破6000家。2019年，在消费升级的大趋势下，购物中心市场供应不减，商业功能也从产品消费转向场景、体验、社交消费，新物种、新经济模式出现，年轻消费力大放异彩。2020年，在疫情影响下，购物中心将呈现多元发展，商业地产企业肩负城市更新使命。

社会整体消费需求减少，购物中心新项目的入市也因为疫情延迟。2020年以来，购物中心的开业数量和体量相比2019年同期有一定下降。据统计，2020年1-9月全国开业购物中心为157个(体量≥2万平方米)，总体量为1322.19万平方米。从已开业项目的开业时间来看，基本集中在受疫情影响较小的几个月，社会活动逐渐恢复后，开业购物中心数量和体量呈现增长状态，9月数量和体量均达到前三季度最高。据不完全统计，2020年全国商场计划开业数量超过1000座。其中华东是重点区域，开业数量达347座，占全国34.22%，规模在5-10万平方的商场依旧是主力。从计划开业的城市分布上看，一二线城市依旧是购物中心的集中地。一线城市由于商业设施完善和拿地成本高，计划新开数量开始放缓。

购物中心是实体商业的主体力量，能最大程度反映实体商业的经营现状。2019年受全国消费意愿影响，全国购物中心空置率略高于2018年，达到9.6%。2020年由于受新冠肺炎疫情影响，实体零售商业已受震荡，品牌闭店潮暗涌，购物中心空置率风险持续高位，租金收入下行压力明显。商业消费对经济增长贡献突出，成为拉动经济增长的主要动力。2020年上半年，新冠肺炎疫情冲击了购物中心行业发展，随着疫情得到控制，2020下半年，多个购物中心拟开业，如上海南翔印象城MEGA、龙湖成都上城天街等。从长远来看，随着新增商业体入市，市场供应持续加大，购物中心积极转型升级，行业发展将保持良好态势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家财政部、国家住建部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国房地产业协会、中国商业联合会购物中心专业委员会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国购物中心及各子行业的运营状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，并重点分析了我国购物中心运营状况和特点，以及中国海购物中心运营将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的购物中心运营态势作了详细分析，并对购物中心运营进行了趋向研判，是购物中心运营，开发企业，科研，投资机构等单位准确了解目前购物中心运营动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 购物中心行业发展综述

第一节 购物中心行业定义及分类

一、购物中心的定义

二、购物中心的分类

三、与经济、消费间的关系

第二节 购物中心的行业本质

一、购物中心的特点

二、购物中心业态经营比例

三、购物中心与百货商场的比较分析

四、购物中心与传统商业街的比较分析

第三节 购物中心发展的推动因素

一、商业地产投资推动购物中心发展

二、地方政府投资推动推动购物中心发展

三、城市扩容及城市化进程加快推动购物中心发展

第二章 购物中心运营市场环境及影响分析

第一节 购物中心运营政策环境

一、商业地产行业法律政策解读

二、《购物中心等级划分规划》

三、《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》

四、政策环境对行业的影响

五、疫情影响下购物中心政策动向

第二节 购物中心运营经济环境分析

一、全球宏观经济环境运行分析

二、中国宏观经济环境运行分析

1、国民经济运行情况分析

- 2、消费者价格指数
 - 3、全国居民收入情况分析
 - 4、社会消费品零售总额
 - 5、我国主要商品价格监测分析
- 三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

- 一、购物中心社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、购物中心发展对社会发展的影响

第三章 世界大型购物中心运营状况分析

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、全球购物中心发展现状
- 四、世界各地大型购物中心发展走势
- 五、世界大型购物中心的典型模式解析

第二节 世界各地大型购物中心发展走势

- 一、美国式购物中心
- 二、以法国为代表的欧洲式购物中心
- 三、日本式购物中心
- 四、香港、新加坡式购物中心
- 五、以菲律宾、泰国为代表的东南亚式连锁摩尔购物中心

第三节 世界各国大型购物中心发展态势

- 一、欧洲：购物中心发展形势分析

- 二、美国：组合优化，专业管理
- 三、德国：市区的优势
- 四、英国：选准位置，找准客户
- 五、巴西：购物中心发展前景看好
- 六、新加坡：规划科学节约第一
- 七、奥地利维也纳：公众监督，合理竞争

第四节 全球主要地区购物中心具体情况

一、美国

- 1、美国购物中心发展简况
- 2、美国大型购物中心市场份额分析
- 3、美国大型购物中心经营管理的特点
- 4、美国超级购物中心面临的难题及应对策略
- 5、美国典型shopping mall发展特色

二、日本

- 1、日本购物中心的大规模兴起与扩张
- 2、日本购物中心趋向小型化发展
- 3、日本大型购物中心开发持续升温
- 4、日本典型shopping mall发展特色

三、欧洲

- 1、欧洲购物中心发展现状
- 2、未来欧洲投资购物中心机遇分析

第二部分 行业深度分析

第四章 我国购物中心运行现状分析

第一节 购物中心产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、购物中心产业链上游行业发展状况分析
 - 1、土地市场运营分析
 - 2、房地产行业运营分析
- 五、购物中心下游行业发展状况分析
 - 1、中国零售行业发展状况分析
 - 2、中国社会消费现状分析
- 六、上下游行业影响及风险提示

第二节 购物中心在中国的发展历程

- 一、中国购物中心的雏形阶段(20世纪80年代)
- 二、中国购物中心的起源阶段(20世纪90年代)
- 三、中国购物中心的发展阶段(2000年至2010年)
- 四、中国购物中心的繁荣阶段(2010年至今)

第三节 中国购物中心发展现状

- 一、我国购物中心发展情况
- 二、我国购物中心业态分析
- 三、我国购物中心转型分析
- 四、各类电商对购物中心行业的冲击分析
- 五、2019-2023年新开业购物中心项目盘点

第四节 中国购物中心的分布

- 一、中国购物中心的分布形式分析
- 二、中国购物中心的分布数量分析

三、中国购物中心的分布趋势分析

第五节 中国购物中心的业态分析

一、中国购物中心的业态构成分析

二、中国购物中心主/次力店分析

三、中国购物中心零售业态分析

四、中国购物中心餐饮业态分析

五、中国购物中心娱乐休闲业态分析

六、中国购物中心的品牌分析

七、中国购物中心的业态布局分析

第六节 中国购物中心的经营情况分析

一、中国购物中心管理模式分析

二、中国购物中心盈利模式分析

三、中国购物中心租赁模式分析

第七节 不同类型购物中心的发展现状及趋势分析

一、按位置(影响力)划分的购物中心发展现状及趋势

二、按商业主题划分的购物中心发展现状及趋势分析

第五章 2024-2029年我国购物中心运营形势分析

第一节 中国购物中心总体规模分析

一、购物中心数量变化趋势

二、购物中心人员规模状况分析

三、购物中心资产规模分析

四、购物中心市场规模分析

第二节 我国购物中心供给情况

一、购物中心开发数量分析

二、购物中心累计商业建筑面积分析

三、购物中心开业数量增长

第三节 我国购物中心需求情况

一、购物中心销售收入分析

二、购物中心客户结构分析

三、购物中心销售收入地区差异

第四节 2024-2029年购物中心需求预测需求预测

一、2024-2029年购物中心消费人群量预测

二、2024-2029年购物中心销售收入预测

三、2024-2029年各行业对购物中心需求预测

第五节 商铺租金决定因素

第六节 影响购物中心聚客力的因素

第七节 决定购物中心生存与发展的关键因素

第六章 购物中心的开发

第一节 购物中心开发的主要流程

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透析

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、停车设施规划要点

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

第三部分 市场全景调研

第七章 我国购物中心细分市场运营分析及预测

第一节 中国购物中心细分市场结构分析

一、购物中心行业市场结构现状分析

二、购物中心细分结构特征分析

三、购物中心细分市场发展概况

四、购物中心市场结构变化趋势

第二节 社区型购物中心运营分析预测

一、社区型购物中心总体发展情况

1、社区型购物中心发展分析

2、社区型购物中心累计面积

3、社区型购物中心数量分析

4、社区型购物中心辐射范围

5、新增购物中心投资规模

二、社区型购物中心运营特点

三、社区型与其他类型购物中心区别

四、主要社区型购物中心发展分析

五、社区型购物中心渐占主流

六、社区型购物中心典型主力店分析

七、社区型购物中心区位特征

八、社区型购物中心运营趋势预测

第三节 区域型购物中心运营分析预测

- 一、区域型购物中心发展情况
- 二、区域型购物中心特点分析
- 三、区域型购物中心发展优势
- 四、区域大型购物中心需耐心“养铺”
- 五、主要区域型购物中心发展分析
- 六、区域型购物中心典型主力店分析
- 七、区域型购物中心区位特征
- 八、区域型购物中心运营趋势预测

第四节 超级区域型购物中心运营分析预测

- 一、超级区域型购物中心发展情况
- 二、超级区域型购物中心特点分析
- 三、超区域型购物中心“日薄山西”
- 四、主要超级区域型购物中心发展分析
- 五、超级区域型购物中心典型主力店分析
- 六、超级区域型购物中心区位特征
- 七、超级区域型购物中心运营趋势预测

第五节 邻里型购物中心运营分析预测

- 一、邻里型购物中心发展情况
- 二、邻里型购物中心特点分析
- 三、邻里型购物中心走热
- 四、主要邻里型购物中心发展分析
- 五、邻里型购物中心典型主力店分析

六、邻里型购物中心区位特征

七、邻里型购物中心运营趋势预测

第八章 购物中心的运营情况

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、拟定完整的行销推广策略

四、建立一支行销推广的专业团队

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解析

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

第九章 购物中心运营解析

第一节 购物中心的定位解析

一、目标市场定位

二、主题特色定位

三、商业功能定位

四、商业规模定位

五、运营模式定位

六、商业形象定位

第二节 购物中心运营模式分析

一、购物中心经营模式

1、纯销售模式

2、租售并举模式

3、纯物业经营模式

4、连锁摩尔模式

二、购物中心管理模式

1、自营管理模式分析

2、委托管理模式分析

3、顾问管理模式分析

第三节 购物中心的业态组合解析

一、业态规划的基本原则

二、业态组合的比例控制

三、提高娱乐休闲业态的比例

四、各种业态间的客流联系

第四节 购物中心的次/主力店规划

一、租户在购物中心的功能角色划分

二、核心租户(主力店)的定义与特征

三、主力店和次主力店的标准

四、次/主力店的选择

五、购物中心主力店和次主力店格局变化

第五节 购物中心的布局分析

一、空间布局分布

二、业态布局分析

第六节 购物中心的动线设计分析

一、水平动线设计分析

二、垂直动线设计分析

三、购物中心动线设计原则

第七节 购物中心的管理方法解析

一、购物中心管理的“四个统一”

二、购物中心管理的十个原则

第八节 购物中心的营销方式解析

一、文化营销

二、主题活动营销

三、节日营销

四、明星营销

五、主力店营销

六、场地营销

七、销售促进

第九节 全球运营较早规模较大购物中心分析

一、美国摩尔购物中心

二、迪拜dubai mall

三、gpo购物中心

四、吉隆坡时代广场

第十章 重点大型购物运营分析

第一节 中关村广场购物中心

一、基本介绍

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 上海恒隆广场

一、基本介绍

二、上海恒隆广场的定位转变分析

三、上海恒隆广场的整合之路分析

四、上海恒隆广场业态升级分析

第三节 深圳华润中心-万象城

一、基本介绍

二、深圳万象城经营状况

三、万象城的经营理念透析

四、万象城的营销思路分析

五、万象城的物业管理策略探讨

第四节 广州正佳广场

一、基本介绍

二、正佳广场经营状况持续向好

三、广州正佳广场运营特点分析

第四部分 竞争格局分析

第十一章 购物中心重点城市运营分析

第一节 购物中心区域结构特征及变化

一、购物中心结构总体特征

二、购物中心集中度分析

三、购物中心分布特点分析

四、购物中心规模指标分布分析

第二节 一二三线城市购物中心发展情况

一、一二三线城市购物中心主力店分布特点分析

二、一二三线城市购物中心数量分布

- 三、一二三线城市购物中心增速比较
- 四、一二三线城市的购物中心开业量增速比较分析
- 五、中国一二三线城市的商业建筑面积增速情况
- 六、一二三线城市发展现状分析
 - 1、一线城市趋于饱和
 - 2、一线城市购物中心空置率高
 - 3、二线城市步入多极竞争与整合时代
 - 4、二线城市购物中心单体面积变化情况
 - 5、三线城市购物中心处于发展黄金期
- 七、中国二三线城市的消费率与购物中心开业数量的关系
- 八、一二三线城市的综合体数量分析及预测
- 九、一二线城市购物中心累计商业建筑面积增长情况比较

第三节 中国一线城市购物中心运营情况分析

一、北京购物中心的运行态势分析

【其他地区分析同下】

- 1、北京购物中心运营环境分析
- 2、北京购物中心运营情况分析
- 3、北京购物中心总体概况分析
- 4、开业项目分析
- 5、北京购物中心规模
- 6、空置率及租金情况分析
- 7、北京购物中心发展特点分析
- 8、北京购物中心的发展趋势

二、上海购物中心的运行态势分析

三、深圳购物中心的运行态势分析

四、广州购物中心的运行态势分析

第四节 二线城市购物中心的运行态势分析

一、武汉购物中心的运行态势分析

二、重庆购物中心的运行态势分析

三、天津购物中心的运行态势分析

四、青岛购物中心的运行态势分析

五、济南购物中心的运行态势分析

六、苏州购物中心的运行态势分析

七、大连购物中心的运行态势分析

第五节 中国城市最具活力购物中心市场及规模分析

一、深圳

二、广州

三、上海

四、重庆

五、武汉

六、成都

七、青岛

八、大连

第十二章 2024-2029年购物中心行业竞争策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、购物中心竞争结构分析

二、购物中心企业间竞争格局分析

三、购物中心行业集中度分析

第二节 中国购物中心竞争格局综述

一、购物中心竞争概况

二、中国购物中心竞争力分析

三、中国购物中心竞争力优势分析

四、购物中心主要企业竞争力分析

第三节 购物中心竞争格局分析

一、国内外购物中心竞争分析

二、我国购物中心竞争分析

1、传统百货公司转型或投资购物中心

2、房地产企业投资购物中心

3、购物中心投资热潮转向二三线城市

4、中国购物中心存在过度投资现象

5、中国购物中心同质化严重，招商困难

三、国内购物中心企业拟在建项目分析

第四节 购物中心并购重组分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 购物中心竞争策略分析

第十三章 2024-2029年购物中心领先投资开发/运营企业分析

第一节 中国购物中心企业总体发展状况分析

一、购物中心企业主要类型

二、购物中心企业资本运作分析

三、购物中心企业创新及品牌建设

四、购物中心企业国际竞争力分析

五、2019-2023年购物中心活跃度排名分析

第二节 中国领先购物中心企业经营形势分析

一、华润置地有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业发展模式分析

4、企业购物中心规模分析

5、企业经济指标分析

6、企业销售网络情况

7、企业主要项目分析

8、企业运营优劣势分析

9、企业购物中心分布

10、企业未来发展战略

二、王府井集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业发展模式分析

4、企业购物中心规模分析

5、企业经济指标分析

6、企业销售网络情况

7、企业主要项目分析

8、企业运营优劣势分析

9、企业购物中心分布

10、企业未来发展战略

三、天虹数科商业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业发展模式分析

4、企业购物中心规模分析

5、企业经济指标分析

6、企业销售网络情况

7、企业主要项目分析

8、企业运营优劣势分析

9、企业购物中心分布

10、企业未来发展战略

四、大连万达商业管理集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业发展模式分析

4、企业购物中心规模分析

5、企业经济指标分析

6、企业销售网络情况

7、企业主要项目分析

8、企业运营优劣势分析

9、企业购物中心分布

10、企业未来发展战略

五、上海百联集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业发展模式分析
- 4、企业购物中心规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业销售网络情况
- 7、企业主要项目分析
- 8、企业运营优劣势分析
- 9、企业购物中心分布
- 10、企业未来发展战略

六、凯德置地(中国)投资有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业发展模式分析
- 4、企业购物中心规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业销售网络情况
- 7、企业主要项目分析
- 8、企业运营优劣势分析
- 9、企业购物中心分布
- 10、企业未来发展战略

七、武汉武商集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析

- 3、企业发展模式分析
- 4、企业购物中心规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业销售网络情况
- 7、企业主要项目分析
- 8、企业运营优劣势分析
- 9、企业购物中心分布
- 10、企业未来发展战略

八、德基广场有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业发展模式分析
- 4、企业购物中心规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业销售网络情况
- 7、企业主要项目分析
- 8、企业运营优劣势分析
- 9、企业购物中心分布
- 10、企业未来发展战略

九、世纪金源投资集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业发展模式分析
- 4、企业购物中心规模分析

- 5、企业经济指标分析
- 6、企业销售网络情况
- 7、企业主要项目分析
- 8、企业运营优劣势分析
- 9、企业购物中心分布
- 10、企业未来发展战略

十、新城控股集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业发展模式分析
- 4、企业购物中心规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业销售网络情况
- 7、企业主要项目分析
- 8、企业运营优劣势分析
- 9、企业购物中心分布
- 10、企业未来发展战略

第五部分 发展前景展望

【购物中心的发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资机会在哪里?投资风险又有哪些?】

第十四章 2024-2029年购物中心前景及趋势预测

第一节 2024-2029年购物中心的发展前景展望

- 一、中国开发购物中心的潜力分析
- 二、商业地产在三四线城市的发展空间
- 三、未来3年中国购物中心增长趋势预测

四、2024-2029年中国购物中心发展预测分析

第二节 2024-2029年购物中心运营趋势预测

- 一、全渠道拥抱互联网
- 二、社区型购物中心飞跃式发展
- 三、电商发展促进购物中心优化升级
- 四、新兴业态品牌的不断崛起
- 五、商业竞争由实转虚(比拼硬件到比拼软件)
- 六、ip创新营销模式

第十五章 2024-2029年购物中心投资机会与风险

第一节 购物中心投融资情况

- 一、购物中心的投资特点
- 二、购物中心的融资分析
- 三、购物中心贷款偿还的方式

第二节 购物中心的投资机会分析

- 一、我国购物中心投资状况回顾
- 二、购物中心模式受投资者青睐
- 三、投资购物中心地产的方法
- 四、人性化设计成购物中心投资关注要点
- 五、国内二三线城市购物中心具有良好投资机会
- 六、我国购物中心发展潜力城市排行参考

第三节 2024-2029年购物中心投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、供求风险及防范
- 三、宏观经济波动风险及防范

四、关联产业风险及防范

五、产品结构风险及防范

六、其他风险及防范

第四节 未来五年中国购物中心投资建议

一、购物中心未来发展方向

二、购物中心主要投资建议

三、购物中心的前期规划设计

四、量身打造购物中心

五、人力资源战略

六、购物中心的公共关系

第六部分 发展战略研究

【购物中心面临哪些问题及瓶颈?有哪些解决对策?未来的投资战略和运营战略如何制定?】

第十六章 2024-2029年购物中心面临的困境及对策

第一节 购物中心面临的困境与原因

一、中国购物中心发展的主要困境

1、客流不旺

2、租户难求

3、管理乏力

二、中国购物中心面临困境的原因

1、主观原因

2、行业原因

3、环境原因

第二节 购物中心企业面临的困境及对策

一、重点购物中心企业面临的困境及对策

二、中小购物中心企业发展困境及策略分析

三、国内购物中心企业的出路分析

第三节 中国购物中心行业存在的问题及对策

一、中国购物中心行业存在的问题

1、购物中心发展过快，规模和结构存在偏差

2、资金短缺，运作不规范

3、定位不当，经营雷同没有特色

4、缺乏专业人才

5、购物中心自身管理存在问题

6、选址不当

二、购物中心发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

第四节 中国购物中心市场发展面临的挑战与对策

一、中国购物中心市场发展面临的挑战

二、中国购物中心市场发展对策研究分析

第十七章 购物中心运营战略研究

第一节 对我国购物中心品牌的战略思考

一、购物中心品牌的重要性

二、购物中心实施品牌战略的意义

三、购物中心企业品牌的现状分析

四、我国购物中心企业的品牌战略

五、购物中心品牌战略管理的策略

第二节 购物中心经营策略分析

一、构筑核心竞争力

二、适时调整产权归属

第三节 购物中心投资战略研究

一、2022年购物中心投资战略研究

二、2024-2029年购物中心开发企业投资战略

第十八章 研究结论及发展建议

第一节 购物中心行业研究结论及建议

第二节 购物中心子行业研究结论及建议

第三节 购物中心发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：美国购物中心基本分类(单位：平方英尺，英里)

图表：中国购物中心的基本分类

图表：按建筑物形式分类的购物中心类型

图表：按商业主题分类的购物中心类型

图表：国内十大有代表性购物中心的类型及操作策略

图表：2019-2023年中国购物中心活跃度排名

图表：2019-2023年上市房企租金收入

图表：国有企业租金收入占总租金收入比重

图表：2019-2023年三大经济圈购物中心数量比例

图表：2019-2023年中国购物中心城市分布数量图

图表：中国三大经济圈所辖城市购物中心普及度

图表：租户在购物中心中的功能角色分析

图表：购物中心主力店分布

图表：深圳深国投广场嘉兴茂购物中心平面图

图表：基于回环度的动线构成规律

图表：深圳万象城和cocopark的平面示意图

图表：不同区域购物中心零售业态情况表

图表：不同区域购物中心餐饮业态情况表

图表：不同区域购物中心娱乐业态情况表

图表：不同区域购物中心品牌情况图

图表：国内购物中心业态规划特征图

图表：2019-2023年国内购物中心经营方式情况图

图表：2019-2023年一二三线城市经营方式比例图

图表：一二三线城市租售方式比例图

图表：国内购物中心租售方式情况图

图表：一二三线城市租金收取方式比例图

图表：国内购物中心租金收取方式情况图

图表：全球十大最活跃新建成购物中心市场

图表：2024-2029年购物中心数量预测

图表：2024-2029年购物中心注册资本预测

图表：2024-2029年购物中心资产总额预测

图表：2024-2029年购物中心营业收入预测

图表：2024-2029年购物中心累计面积预测

图表：2024-2029年典当行业净利润预测

图表：2024-2029年购物中心细分结构预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20201216/193121.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)