

2008-2009年中国大型购物中心市场分析及投资前景预测报告

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

《2008-2009年中国大型购物中心市场分析及投资前景预测报告》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/200811/6870.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

第一章 2008年中国大型购物中心行业发展环境分析

一、2007-2008年中国经济发展环境分析

（一）2007年中国宏观经济运行情况

（二）2008年经济增长趋势预测

（三）2008年5月PPI涨幅8.2%

二、2008年中国大型购物中心行业政策环境分析

（一）商务部发布《纲要》：要控制发展大型购物中心

（二）行业其他政策分析

三、2008年中国大型购物中心行业社会环境分析

（一）人口规模分析

（二）年龄结构分析

（三）学历结构分析

第二章 大型购物中心发展特征分析

一、大型购物中心发展历程与特征分析

（一）大型购物中心定义分析

（二）大型购物中心发展历程分析

二、大型购物中心特征分析

（一）占地面积大

（二）公用空间大

（三）停车场大

（四）建筑规模大

（五）货物全

三、大型购物中心与百货商场区别分析

第三章 2008年全球各国大型购物中心发展状况分析

一、全球SHOPPING MALL概况

二、美国SHOPPING MALL

（一）美国购物中心的三个发展阶段

（二）美国购物中心的规模结构

（三）美国购物中心的规模效益分析

(四) 美国购物中心的地区分布与规模效益

(五) 美国购物中心小结

三、欧洲SHOPPING MALL

(一) 位置及区位环境

(二) 经营现状及布置特色

(三) 英国：选准位置 找准客户

(四) 俄罗斯是最活跃的市场

(五) 奥地利维也纳：公众监督 合理竞争

四、台湾SHOPPING MALL

(一) 产业特性

(二) 产业概况

(三) 开发方式

五、日本SHOPPING MALL

(一) 东京中心区大规模开发告一段落

(二) 东京近郊顶级购物中心落户埼玉

(三) 关西地区梅田打响商业设施竞争前哨战

(四) 奥特莱斯三井切尔西两强争霸

六、东南亚SHOPPING MALL

(一) 东南亚摩尔购物中心的发展简介

(二) 东南亚部分摩尔简介

七、福布斯全球十大购物中心分析

(一) 华南购物中心

(二) 金源时代购物中心

(三) SM Mall of Asia

(四) 西爱德蒙顿购物中心

(五) SM Megamall

(六) 柏嘉雅时代广场

(七) 北京购物中心

(八) 正佳广场

(九) SM City North EDSA

(十) 普鲁士国王购物中心

第四章 2008年中国大型购物中心的发展现状分析

一、2008年中国大型购物中心发展现状分析

- (一) 中国MALL路
- (二) 中国着“魔” (MALL)
- (三) 馅饼还是陷阱
- (四) 中国MALL需要把准城市化脉搏
- (五) 市场呼唤二代MALL
- (六) 城市化与MALL

二、2008年制约中国MALL发展的关键要素分析

- (一) 交通要素
- (二) 购买力要素
- (三) 国内购物方式要素
- (四) 开发资金及土地因素
- (五) 缺乏复合型MALL开发人才团队

三、2008年中国大型购物中心发展存在的问题分析

- (一) 发展过快，规模和结构存在偏差
- (二) 资金短缺、运作不规范
- (三) 定位不当，经营雷同没有特色
- (四) 缺乏专业人才
- (五) 管理存在问题
- (六) 选址不当

四、2008年中国大型购物中心定位分析

- (一) 休闲娱乐型定位
- (二) 主题购物型定位
- (三) 生活邻里型定位

五、2008年中国大型购物中心发展策略分析

- (一) 突出购物中心的特色
- (二) 加速引进和培养购物中心管理的专业人才
- (三) 要注意购物中心的选址
- (四) 加强购物中心的管理
- (五) 运营应遵循全球规范

第五章 2008年中国大型购物中心的开发与管理分析

一、2008年大型购物中心的专业协作军团

- (一) 大型购物中心开发过程的复杂性
- (二) 大型购物中心开发过程中涉及众多行业
- (三) 大型购物中心需要专业协作团队
- (四) 大型购物中心的专业协作团队分类与管理

二、2008年我国大型购物中心管理信息系统的设计与应用分析

- (一) 信息网设计方案
- (二) 计算机网络及商业经营管理信息系统应用

第六章 2008年中国大型购物中心的运营分析

一、大型购物中心物业营销策划初探

- (一) 地段选择
- (二) 产品规划设计
- (三) 购物中心招商应与规划设计同时进行

二、实现大型购物中心完美运营

- (一) 租户经营具有独立性
- (二) 多种POS系统
- (三) 以顾客为中心而非以商品为中心
- (四) 购物中心的目标是逐年提高租金率

第七章 2008年中国主要城市大型购物中心发展分析

一、北京大型购物中心发展分析

- (一) 北京商业快速进入购物中心时代
- (二) 京城购物中心建设的重点应建社区型购物中心
- (三) 北京切勿盲目开发大型郊区购物中心

二、天津大型购物中心发展分析

- (一) 天津大型购物中心迎来发展期
- (二) 天津大型购物中心为何缺少“商气”
- (三) 天津百丽集团首次自建大型购物中心

三、上海大型购物中心发展分析

- (一) 上海将开始兴起市郊独立大型摩尔购物中心

- (二) 上海大型购物中心：辐射力强 综合消费功能不足
- (三) 三大问题正制约着上海购物中心的发展
- (四) 上海购物中心发展的五大特点
- (五) 沪粤两地大型购物中心差异化研究

四、深圳大型购物中心发展分析

- (一) 深圳人爱上MALL
- (二) 数十家大型购物中心上马
- (三) Mall扩张暗藏危机
- (四) 我市对市区购物中心面积有限定
- (五) 借鉴港台“购物中心”运营经验

五、厦门大型购物中心发展分析

- (一) 大型购物广场“扎堆”厦门
- (二) 他山之石

六、香港大型购物中心发展分析

- (一) 太古城中心
- (二) 又一城
- (三) 新世纪广场
- (四) 时代广场
- (五) 崇光 SOGO

第八章 中国著名大型购物中心发展分析

一、华南购物中心

- (一) 地理位置分析
- (二) 购物中心整体规划分析
- (三) 发展优势分析

二、金源时代购物中心

- (一) 地理位置分析
- (二) 购物中心整体规划分析
- (三) 发展优势分析

三、北京购物中心

- (一) 地理位置分析
- (二) 购物中心整体规划分析

（三）发展优势分析

四、正佳广场

（一）地理位置分析

（二）购物中心整体规划分析

（三）发展优势分析

五、海南第一MALL

（一）地理位置分析

（二）购物中心整体规划分析

（三）发展优势分析

六、上海正大广场

（一）地理位置分析

（二）购物中心整体规划分析

（三）发展优势分析

七、深圳华润中心万象城

（一）地理位置分析

（二）购物中心整体规划分析

（三）发展优势分析

八、中华广场

（一）地理位置分析

（二）购物中心整体规划分析

（三）发展优势分析

九、爱家民族园购物中心

（一）地理位置分析

（二）购物中心整体规划分析

（三）发展优势分析

十、天河城广场

（一）地理位置分析

（二）购物中心整体规划分析

（三）发展优势分析

第九章 2009-2012年中国大型购物中心发展及投资分析

一、2009-2012年中国大型购物中心发展趋势分析

- (一) 购物中心渐成商业地产主流
- (二) 中国购物中心迈向金融与运营并进时代
- (三) 从日本香港MALL看我国MALL的发展趋势

二、2009-2012年中国大型购物中心发展的三大方向分析

- (一) 改变单一的封闭式趁筑模式，发展具有开放式建筑格局的购物中心
- (二) 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
- (三) 改变贪大求全现象，发展具有特色主题的中小型购物中心

三、2009-2012年中国大型购物中心行业投资分析

- (一) 中国大型购物中心行业投资环境分析
- (二) 中国大型购物中心行业投资机会分析
- (三) 中国大型购物中心行业投资风险分析

四、2009-2012年中国大型购物中心行业投资建议分析

- (一) 谨慎发展超大型购物中心
- (二) 大力培养和引进Mall经营人才
- (三) Mall经营应强调自己的特色
- (四) 把握Mall的规模和区位
- (五) 注重Mall的综合管理
- (六) 分步进行投资

图表目录（部分）：

图表：1995年-2007年全国粮食总产量分析

图表：1995年-2007年全国工业增加值分析

图表：1995年-2007年全国固定资产投资分析

图表：1995年-2007年社会消费品零售总额分析

图表：2007年1-12月CPI指数图

图表：2007年1-12月CPI指数表

图表：1995年-2007年进出口总额

图表：1995年-2007年农民人均纯收入

图表：1995年-2007年城镇居民人均可支配收入

图表：2007年1月-2008年5月CPI及PPI走势图

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200811/6870.html>