

# 2010-2015年中国大型购物中心 前景预测与投资盈利分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2010-2015年中国大型购物中心前景预测与投资盈利分析报告》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/201005/40309.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 大型购物中心相关概述

#### 第一节 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

#### 第二节 大型购物中心

一、Shopping Mall的物业管理服务要求

二、Shopping Mall的起源与蔓延

#### 第三节 大型购物中心与其他业态的区别

一、与传统商业街的比较

二、与百货公司及量贩店的比较

三、对百货公司、量贩店的影响

### 第二章 2009-2010年世界大型购物中心运行状况分析

#### 第一节 2009-2010年国外购物中心的特点

一、美国式购物中心（大型摩尔购物中心的起源地）

二、以法国为代表的欧洲式购物中心（缩小版的美国式购物中心）

三、日本式购物中心（特大百货商厦型购物中心）

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

#### 第二节 2009-2010年世界各国大型购物中心发展情况

一、欧洲：购物中心发展势头迅猛

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

### 第三章 2009-2010年全球十大购物中心运行浅析

#### 第一节 华南购物中心

#### 第二节 金源时代购物中心

#### 第三节 SM Mall of Asia

#### 第四节 西爱德蒙顿购物中心

#### 第五节 SM Megamall

#### 第六节 柏嘉雅时代广场

#### 第七节 北京购物中心

#### 第八节 正佳广场

#### 第九节 SM City North Edsa

#### 第十节 普鲁士国王购物中心

### 第四章 2009-2010年中国购物中心产业运行环境解析

#### 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP分析

##### 二、中国CPI分析

##### 三、城乡居民家庭人均可支配收入分析

##### 四、我国主要商品价格监测分析

##### 五、金融危机中国购物中心的影响

#### 第二节 2009-2010年中国购物中心产业政策环境分析

##### 一、购物中心开发的经济背景和政策

##### 二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费

##### 三、中国起草大型购物中心监管规定

##### 四、相关政策法规

##### 1、国内缺统一标准

##### 2、商务部发布《纲要》，要控制发展大型购物中心

##### 3、商务部将出台规范，新建购物中心将分级严控

#### 第三节 2009-2010年中国购物中心产业社会环境分析

### 第五章 2009-2010年中国大型购物中心运行新形势分析

#### 第一节 我国大型购物中心发展历程

##### 一、萌芽阶段

## 二、起步阶段

## 三、发展阶段

### 第二节 2009-2010年中国大型购物中心运行简况

#### 一、发展迅速

#### 二、实力较强，世界十大购物中心中国占四席

#### 三、呈多元化发展格局

#### 四、长三角购物中心数量占全国1/4

#### 五、外资青睐购物中心

### 第三节 2009-2010年中国大型购物中心发展存在的问题

#### 一、我国大型购物中心发展速度超越消费能力

#### 二、大型购物中心存在四大问题倾向

#### 二、大型购物中心自身发展存在问题

#### 三、大型购物中心结构性矛盾突出

#### 四、购物中心发展面临的困境

## 第六章 2009-2010年中国大型购物中心的开发管理探析

### 第一节 2009-2010年中国大型购物中心的开发策略

#### 一、开发的基本思路 and 关键控制因素

#### 二、定位不应脱离“特色”

#### 三、要注重自身价值的创造与提高

### 第二节 2009-2010年中国大型购物中心的开发规划要点

#### 一、街廓及道路计划

#### 二、建筑配置计划

#### 三、商业空间系统规划

#### 四、造型、景观设计构想

### 第三节 2009-2010年中国大型购物中心的区位原则

#### 一、用地区位和交通人口状况分析

#### 二、用地经济状况评估

#### 三、用地的物理状况

## 第七章 2009-2010年中国大型购物中心的运营分析

### 第一节 2009-2010年中国大型购物中心的经营管理模式

- 一、建制原则
- 二、组织架构
- 三、经营管理理念

## 第二节 2009-2010年中国大型购物中心的运营策略

- 一、运营原则
- 二、运营体制：“三权分离”的经营体制
- 三、运营管理目标
- 四、运营要点
- 五、招商组织

## 第八章 2009-2010年中国大型购物中心竞争状况分析

### 第一节 2009-2010年大型购物中心的发展周期分析

- 一、大型购物中心的经济周期
- 二、大型购物中心的增长性与波动性
- 三、大型购物中心的成熟度

### 第二节 2009-2010年中国大型购物中心竞争格局综述分析

- 一、大型购物中心集中度分析
- 二、大型购物中心的竞争程度

### 第三节 2009-2010年中国大型购物中心企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、追随企业的竞争力

### 第四节 2009-2010年大型购物中心国际竞争者的影响分析

- 一、大型购物中心国际进入情况分析
- 二、国内外大型购物中心企业的 SWOT 比较分析

### 第五节 2009-2010年中国大型购物中心区域竞争态势分析

- 一、华北地区
- 二、华东地区
- 三、华南地区
- 四、西北地区
- 五、东北地区
- 六、华中地区
- 七、西南地区

## 第九章 2009-2010年中国重点区域大型购物中心运行动态分析

### 第一节 北京大型购物中心发展情况

- 一、大型购物中心市场状况
- 二、大型购物中心放量激增，商场透支商圈
- 三、市场展望
- 四、北京开始控制购物中心发展

### 第二节 上海大型购物中心发展情况

- 一、上海大型购物中心发展特点
- 二、品牌匮乏成上海购物中心发展“瓶颈”
- 三、发展趋势

### 第三节 广东大型购物中心发展情况

- 一、发展阶段
- 二、发展的特点
- 三、发展的趋势

## 第十章 2009-2010年中国重点大型购物中心运营状况同比分析

### 第一节 华南购物中心

- 一、中心概况
- 二、北大资源重组华南Mall
- 三、运营情况

### 第二节 金源时代购物中心

- 一、中心概况
- 二、项目定位
- 三、经营情况

### 第三节 正佳广场

- 一、发展概况
- 二、经营情况
- 三、孕育了三家主题百货公司

### 第四节 华润万象城

- 一、发展概况
- 二、经营理念与经营战略
- 三、营销思路

## 四、物业管理体系

### 第十一章 2010-2015年中国大型购物中心发展趋势及投资建议

#### 第一节 2010-2015年中国大型购物中心发展的趋势

- 一、产业发展与经济社会发展紧密相连
- 二、融合、变异实现大型购物中心的创新
- 三、购物中心逐渐朝小型化发展
- 四、泛购物中心成发展趋势
- 五、区域型购物中心或成主流

#### 第二节 2010-2015年中国大型购物中心投融资情况分析

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

#### 第三节 2010-2015年中国大型购物中心投资建议

- 一、大型购物中心的前期规划设计
- 二、量身打造大型购物中心
- 三、人力资源战略
- 四、大型购物中心的公共关系

### 第十二章 2010-2015年中国大型购物中心发展趋势分析

#### 第一节 2010-2015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

#### 第二节 2010-2015年中国大型购物中心发展的三大方向分析

- 一、改变单一的封闭式趋筑模式，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

#### 第三节 2010-2015年中国大型购物中心市场供需状况预测分析

图表目录：

图表：美国对购物中心的分类



图表：美国购物中心总数排名前十位的州

图表：英国对购物中心的分类

图表：中国购物中心历年开业数量表

图表：中国历年购物中心开业数量及面积

图表：中国购物中心新开业数量图

图表：中国购物中心体量大小分布表

图表：中国购物中心体量分布图

图表：世界十大购物中心

图表：主要国家和地区购物中心比较

图表：北京中高端购物中心占有面积、空置面积和空置率

图表：北京中高端购物中心新增供应量、净吸纳量和空置率

图表：2009年北京中高端购物中心分商圈占有面积和空置率

图表：2009年北京零售市场主要成交案例

图表：北京中高端购物中心首层租金及租金增长率

图表：2009-2010年年第三季度北京中高端购物中心首层租金

图表：北京2012年前计划开业部分项目示意

图表：华南板块主要大型购物中心一览表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201005/40309.html>