



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国商业地产市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国商业地产市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/268128.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

商业地产，顾名思义，作为商业用途的地产，故又名做商铺地产。以区别于以居住功能为主的住宅房地产，以工业生产功能为主的工业地产等。商业地产广义上通常指用于各种零售、批发、餐饮、娱乐、健身、休闲等经营用途的房地产形式，从经营模式、功能和用途上区别于普通住宅、公寓、别墅等房地产形式。以办公为主要用途的地产，属商业地产范畴，也可以单列。国外用的比较多的词汇是零售地产的概念。泛指用于零售业的地产形式，是狭义的商业地产。

近年来，大型综合购物中心已经迅速成为不少城市商业零售市场的主力军，而传统的商业物业已经很难满足它们对硬件和软件的要求，这给房地产行业留下了巨大的市场空白，于是融合传统流通业与地产业的商业地产企业就应运而生。

据统计，2010年开始，房地产紧缩型调控拉开大幕，新政主要针对住宅市场，而商业地产成为楼市调控新政的受益者。2010年我国商业地产呈爆发式增长，达到历史新高。2010年1-12月，商业营业用房和办公楼开发投资完成额分别达到5,598.84、1,806.55亿元，分别增长33.90%和31.2%。

2011年，随着地产格局的更替和政策的调整，住宅地产发展开始趋缓，而商业地产市场却焕发出前所未有的活力。俨然进入到了黄金发展期。2011年全年，办公楼和商业营业用房销售额同比增长率分别高达16.1%和23.7%。

2012年以来，我国商业地产发展整体依然向好，市场逐渐步入理性。2012年1-9月份，商业营业用房和办公楼开发投资完成额同比增长率分别达到25.3%和36.1%。1-9月份，办公楼销售额下降4.2%，商业营业用房销售额增长2.3%。

从部分重点城市2011年一季度的土地出让种类以及商业地产项目开发数量来看，商业地产已经呈现超越住宅地产的趋势，结合部分城市的经济发展状况，部分地区商业地产泡沫已成定局。商业地产泡沫在二三线城市尤为严重。中国购物中心产业资讯中心此前曾发布报告称，珠海、中山、海口、银川、西宁等5个三线城市商业建筑面积增幅将高达83.9%，出现过剩化的趋势。

在房企接连涉足商业地产领域之后，对商业地产人才的渴求自然提上日程，也造成了人才的频繁流动。不过，由于高校里并没有相关专业的设置，商业地产人才的培训一方面依靠成人和继续教育的外部培训，另一方面是依靠实力企业的内训。对于绝大多数新成立商业地产公司及项目来说，通过猎头挖角成了最便捷的手段。不过，每个企业都有自己独需的人才，与团队相匹配，才能优化配置资源。

随着住宅限购令在全国范围的蔓延，其已对投资性需求产生了明显的挤出效应。部分资金

已陆续抽离住宅市场，流入商业地产，致使短期内非住宅产品销售量出现明显增长。与住宅销售消化相反的是，2011年写字楼销售同比增加13%。与此同时，特别在2011年3月限购令严格执行后，四大城市（北京、上海、深圳、广州）商品房销售面积中的写字楼占比已从15%上升至20%。

2011年，四大城市一、二手写字楼销售面积约为360万平方米，与2010年同期相比增加13%，与2010年下半年相比下滑5%。而2011年四大城市一、二手住宅的销售面积为3353万平方米，同比减少13%，与2010年下半年相比下降28%。

受投资气氛逐步增强、写字楼成交量稳中有升的影响，2011年，深圳、广州、成都、杭州的样本甲级写字楼均价分别为50161、25715、15819、37339元/平方米，半年累积涨幅分别达到24%、18%、7%、8%。其中深圳的中心西区商圈、广州的天河北商圈、成都的人民南路商圈、杭州的黄龙商圈分别为各自城市价格上涨最为显著的区域，涨幅分别达到27%、31%、7%、16%。

在商办用地供应方面，从2007年到2011年，北京、上海、成都的商办用地供应出现了逐年大幅增加的现象，这些新增的土地供应将在最近几年逐步进入商办物业市场，短期内必将对写字楼市场的供求结构产生明显的冲击。反观广州、深圳、杭州的商办用地供应，基本呈现较为合理的水平。

预计在限购令退出之前，商业地产的政策利好因素仍将存在。在房地产调控政策趋于"常态化"和保障房大力建设的背景下，中国的房地产行业新的突破和转型势在必行。商业地产是房地产转型和突破的一个重要方向。

未来，商业的集中是必然趋势，无论是一线还是二线、三线城市，集中式的商业必然是主流。随着二三线城市化进程的加快以及一线城市向二三线城市的产业转移将会使得二三线城市对于商业地产的需求大大增加。根据仲量联行发布的最新研究报告预计，到2020年，一线城市在中国商业地产总量中的比重将仅占10%，这预示着今后10年里二、三线城市蕴含着巨大商机。

国土资源部公布的数据，全国国有建设用地供应61.0万公顷，同比下降16.5%。其中，工矿仓储用地14.7万公顷，同比下降29.9%；房地产用地15.1万公顷，同比下降25.5%；基础设施等其他用地31.1万公顷，同比下降1.9%。

据数据显示，2014年四季度末，全国105个主要监测城市综合、商业、住宅、工业地价分别为3522元/平方米、6552元/平方米、5277元/平方米和742元/平方米。四类用地价格环比增长率分别为0.94%、0.39%、0.69%和1.45%，同比增长率分别为5.16%、3.90%、4.85%和6.03%。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市

场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一篇发展现状篇31

第一章 中国商业地产行业相关概述31

第一节商业地产的相关概述31

一、商业地产的定义31

二、商业地产的分类31

三、商业地产的模式32

第二节2015年中国宏观经济环境分析32

一、中国GDP增长情况分析32

二、工业经济发展形势分析33

三、社会固定资产投资分析34

四、全社会消费品零售总额35

五、城乡居民收入增长分析36

六、居民消费价格变化分析37

七、对外贸易发展形势分析38

第三节中国社会环境分析39

一、人口环境分析39

二、中国城镇化率40

第四节商业地产业政策环境分析40

一、房地产土地政策分析40

二、房地产调控助推商业地产47

三、商业地产主要政策法规48

四、商业地产区域政策分析49

（一）北京商业地产发展政策49

（二）上海商业地产发展政策49

（三）深圳存量商业地产新规50

（四）广州商业地产发展政策51

（五）其他地区商业地产政策51

第五节商业用地供应情况及价格分析52

一、商业用地指数趋势分析52

二、商业用地供应规模分析	53
三、商业用地市场价格分析	54
第二章 中国商业地产行业发展分析	57
第一节 房地产发展现状分析	57
一、房地产开发景气指数	57
二、房地产开发投资分析	57
三、房地产施、竣工面积分析	58
四、房地产销售面积及金额分析	59
五、房地产开发到位资金情况	61
六、房地产市场价格走势分析	61
七、商业地产行业存在的问题	63
第二节 商业地产行业投资背景	65
一、商业地产行业发展历程	65
二、商业地产行业驱动因素	65
三、商业地产发展的必然性	67
第三节 商业地产行业发展分析	68
一、商业地产市场现状分析	68
二、商业地产指数趋势分析	70
三、商业地产发展特点分析	71
四、商业地产进入调控视野	72
五、商业地产市场热点分析	72
六、商业地产市场形势分析	75
七、商业地产发展方向分析	75
八、社会零售对商业地产影响	79
第四节 商业地产行业运营分析	79
一、商业地产开发投资额分析	79
二、商业地产销售面积分析	80
三、商业地产的销售额分析	81
四、商业地产销售价格分析	81
五、商业地产价格影响因素	83
第五节 商业地产行业竞争格局	85
一、房地产企业竞争格局分析	85

(一) 房地产开发企业排名	85
(二) 房地产品牌企业竞争	87
二、商业地产市场竞争态势分析	90
三、商业地产市场竞争全面升级	92
四、各大城市商业地产竞争态势	93
五、商业地产五大发展趋势分析	98
六、商业地产的全渠道模式分析	101
第六节 商业地产经营策略分析	101
一、零散销售、统一经营	101
二、零散销售、各自经营	102
三、整体出售、整体经营	102
四、整体出租、整体经营	102
五、零散出租、各自经营	103
第三章 中国商业地产行业盈利模式分析	104
第一节 国外商业地产企业盈利模式分析	104
一、美国商业地产企业盈利模式分析	104
(一) 商业地产企业盈利模式发展历程	104
(二) 商业地产企业盈利模式特点分析	105
二、新加坡商业地产企业盈利模式分析	106
(一) 商业地产企业盈利模式发展历程	106
(二) 商业地产企业盈利模式特点分析	108
第二节 商业地产企业开发销售盈利模式	108
一、商业地产企业散售盈利模式	108
(一) 散售模式类型分析	108
(二) 散售模式适用物业	110
(三) 散售模式的优劣势	110
二、商业地产企业整售盈利模式	111
(一) 整售模式操作方式	111
(二) 整售模式主要特点	111
(三) 整售模式适用物业	112
(四) 整售模式的优劣势	112
第三节 商业地产企业持有经营盈利模式	113

一、完全自营模式分析	113
(一) 完全自营模式资源要求	113
(二) 完全自营模式优劣势分析	114
二、自营+经营贷模式分析	114
(一) 模式操作方式	114
(二) 模式资源要求	115
(三) 模式优劣势分析	115
三、资本运作模式分析	116
(一) 资本运作模式操作方式	116
(二) 资本运作模式优劣势分析	117
第四节商业地产企业混合运作盈利模式	117
一、混合运作模式操作方式分析	117
二、混合运作模式主要特点分析	117
三、混合运作适用物业类型分析	118
四、混合运作模式优劣势分析	118
第五节主要商业地产盈利模式对比分析	118
第四章 中国商业地产项目营销管理分析	120
第一节商业地产项目商业规划	120
一、商业经营规划的布局顺序	120
二、商业经营规划的整体利益	120
三、商业规划的黄金分割定律	122
四、配套设施的作用与投入	123
五、商铺格局规划分析	124
第二节商业地产项目经济测算	126
一、商业地产项目经济测算	126
二、商业地产项目定价方式	127
三、商业地产项目经济效益	128
第三节商业地产目标市场选择	130
一、目标市场的选择策略	130
(一) 集中化进入策略	130
(二) 商品专业化策略	130
(三) 市场专业化策略	130

(四) 选择性进入策略	130
(五) 市场全覆盖策略	131
二、项目开发商圈分析法	131
三、商业地产项目客户定位	137
(一) 商圈范围界定	137
(二) 消费者定位	137
(三) 商家定位	138
(四) 投资者定位	138
四、商业地产项目业态定位	138
(一) 业态分类与特点	138
(二) 项目的业态定位	141
(三) 业态的合理构成	142
五、商业地产项目条件判断	143
第四节商业地产项目营销推广	146
一、商业地产消费者行为调查	146
二、销售与经营的平衡分析	147
三、商业物业商铺营销特性	147
四、商业项目营销推广流程	149
五、商业物业常用销售方式	152
第五节商业地产项目招商实施	154
一、商业地产项目招商特点	154
二、商业地产项目招商对象	154
三、商业地产项目招商流程	156
四、商业地产招商现存问题	156
五、商业地产项目招商策略	158
(一) 项目招商通用策略	158
(二) 购物中心招商策略	162
(三) 写字楼的招商策略	165
(四) 商业街的招商策略	170
(五) 餐饮品牌招商策略	171
第六节商业地产项目开业策略	173
第二篇细分市场篇	176

第五章 中国写字楼市场开发投资分析176

第一节 写字楼市场开发研究176

一、写字楼投资开发特性176

二、写字楼投资开发背景177

三、写字楼投资开发条件178

四、写字楼项目投资开发179

（一）写字楼投资策略179

（二）写字楼市场调查180

（三）写字楼产品定位180

（四）写字楼市场需求181

（五）写字楼市场供给182

五、写字楼开发趋势预测184

第二节 写字楼市场竞争现状184

一、写字楼发展历程分析184

二、写字楼错位竞争分析185

三、甲级写字楼竞争分析186

四、节能环保成新竞争点188

五、写字楼发展特点分析189

第三节 写字楼市场运营状况分析193

一、写字楼投资情况分析193

二、写字楼市场规模194

三、写字楼市场销售情况195

四、写字楼市场价格情况196

五、写字楼投资收益分析197

（一）写字楼盈利模式197

（二）写字楼投资成本201

（三）写字楼投资回报率202

第四节 写字楼市场投资前景203

一、写字楼投资前景分析203

二、写字楼投资潜力分析204

（一）大城市投资潜力204

（二）中城市投资潜力205

(三) 小城市投资潜力	205
三、写字楼发展前景分析	206
(一) 写字楼区域发展潜力	206
(二) 郊区写字楼发展前景	206
(三) 总部办公楼投资机会	207
四、写字楼发展趋势分析	209
第六章 中国商铺地产开发投资分析	211
第一节 商铺市场发展概况	211
一、商铺地产开发背景	211
二、商铺地产经营特点	211
三、商铺市场存在问题	213
四、商铺投资考虑因素	213
五、商铺地产投资技巧	214
六、商铺市场发展趋势	217
第二节 商铺地产投资概况分析	217
一、我国商业街主要类型	217
二、商业街发展特点分析	219
三、商业街存在问题分析	220
四、商业街主要表现形态	222
五、商业街投资收益分析	223
(一) 商业街投资成本构成	223
(二) 商业街投资回报率	223
(三) 商业街盈利模式分析	224
(四) 商业街运作成功策略	225
六、零售地产运行情况	228
七、零售地产市场趋势	228
第三节 商铺投资风险与对策分析	230
一、投资商铺风险及对策	230
二、产权式商铺投资风险分析	231
(一) 产权式商铺投资优势	231
(二) 产权式商铺法律风险	232
(三) 产权式商铺投资风险	234

三、七类商铺的投资回收形态	235
四、七类商铺的投资策略分析	237
第七章 中国购物中心开发投资分析	241
第一节大型购物中心开发流程分析	241
一、购物中心调研与论证	242
二、购物中心立项与决策	242
三、购物中心选址与选型	242
四、购物中心规划与设计	243
五、购物中心融资与招商	245
第二节购物中心投资建设情况	245
一、购物中心发展阶段分析	245
二、购物中心开发投资情况	246
三、购物中心数量增长分析	248
四、购物中心体量变化趋势	249
五、购物中心商铺数量分析	250
第三节购物中心发展分布情况	250
一、购物中心分布及城市竞争力	250
（一）购物中心区域分布情况	250
（二）购物中心分布特点分析	251
（三）购物中心各城市竞争力	252
二、重点城市购物中心分布特征	254
（一）上海购物中心分布特征	254
（二）成都购物中心分布特征	255
（三）郑州购物中心分布特征	256
（四）南宁购物中心分布特征	257
三、三四线购物中心发展现状	258
（一）三四线购物中心发展优势	258
（二）三四线购物中心供应格局	260
（三）三四线购物中心开发模式	261
（四）三四线MALL短培育周期	262
第四节购物中心的发展方向分析	263
一、购物中心功能定位	263

二、购物中心运营因素264

（一）消费者认为的运营因素264

（二）商户认为的运营因素265

（三）开发商认为的运营因素266

三、购物中心拓展方向267

四、购物中心未来的格局268

五、网络购物与商场购物270

六、购物中心零售业交易271

七、中国购物中心发展趋势272

八、中国购物中心前十企业274

第五节购物中心投资收益分析274

一、购物中心盈利模式选择274

二、购物中心投资成本构成275

三、购物中心业态租金分析278

四、购物中心的投资回报率279

第六节购物中心市场投资前景281

一、购物中心业态发展趋势281

二、购物中心投资前景分析282

三、购物中心投资潜力分析282

（一）大城市投资潜力分析282

（二）中城市投资潜力分析283

（三）小城市投资潜力分析283

第八章 中国中央商务区开发投资分析284

第一节中央商务区发展活力分析284

一、中央商务区发展演化过程284

（一）国内CBD演化过程284

（二）国外CBD演化过程284

二、中央商务区不同分类情况285

三、中央商务区空间布局模式285

四、中央商务区空间扩展方式288

五、中央商务区开发强度分析289

六、中央商务区发展活力分析291

(一) 城市CBD已建程度	291
(二) 城市CBD在建程度	292
(三) 城市CBD可建程度	292
第二节 中央商务区建设投资现状	293
一、中央商务区开发运作特点	293
二、中央商务区建设现状分析	293
三、中央商务区发展模式分析	294
四、中央商务区成功关键因素	294
五、中央商务区的投资回收期	297
第三节 重点城市中央商务区建设分析	297
一、国内中央商务区建设分析	298
(一) 香港中央商务区建设分析	298
(二) 上海中央商务区建设分析	298
(三) 北京中央商务区建设分析	299
(四) 深圳中央商务区建设分析	299
(五) 广州中央商务区建设分析	300
(六) 重庆中央商务区建设分析	300
(七) 武汉中央商务区建设分析	300
二、国外中央商务区建设分析	301
(一) 伦敦中央商务区建设分析	301
(二) 曼哈顿中央商务区建设分析	301
(三) 东京新宿中央商务区建设分析	301
三、中外比较对中国CBD的启示	302
第四节 中央商务区写字楼市场分析	302
一、中央商务区写字楼经济价值	302
二、中央商务区写字楼容量分析	306
三、中央商务区写字楼供求情况	306
四、中央商务区写字楼重点案例	307
五、中央商务区写字楼价格租金	309
第五节 中央商务区住宅市场分析	310
一、中央商务区住宅主要标准	310
二、中央商务区住宅供求特点	312

三、中央商务区住宅市场走势	313
四、中央商务区住宅交易情况	313
五、中央商务区住宅价格租金	315
第六节中央商务区商业楼分析	317
一、中央商务区商业楼供求分析	317
二、中央商务区商业地产的案例	318
三、中央商务区商业楼市场走势	320
四、中央商务区商业楼交易数量	321
五、中央商务区商业楼价格租金	322
第九章 中国酒店市场开发投资分析	324
第一节酒店市场开发注意事项	324
一、投资开发背景	324
二、酒店开发模式	325
三、酒店资本运作	326
第二节酒店行业盈利模式分析	328
一、经营增长盈利模式	328
二、物业增值盈利模式	329
三、资本营运盈利模式	330
四、品牌创新盈利模式	330
五、集团建设盈利模式	332
第三节酒店行业投资收益分析	332
一、经济型酒店投资收益	332
（一）经济酒店投入产出	332
（二）经济酒店投资回报	334
二、产权式酒店投资价值	334
三、酒店公寓投资回报模式	336
第四节酒店市场投资情况分析	337
一、酒店市场投资特点	337
二、酒店市场投资技巧	338
三、星级酒店发展分析	339
（一）星级酒店经营情况	339
（二）星级酒店分布状况	340

(三) 星级酒店区域分析	342
(四) 旅游城市星级酒店情况	342
第五节 酒店市场投资前景分析	343
一、酒店投资前景分析	343
二、中西部酒店投资潜力	344
三、二三线酒店投资潜力	345
第三篇 区域市场篇	347
第十章 北京市商业地产市场分析	347
第一节 北京商业地产发展现状	347
一、房地产开发投资额情况	347
二、商业地产开发投资情况	347
(一) 办公楼	347
(二) 商业营业用房	348
三、商业地产成交情况	348
第二节 北京办公楼市场现状分析	349
一、办公楼开发销售情况	349
(一) 施工面积	349
(二) 竣工面积	349
(三) 销售面积	349
(四) 销售金额	350
二、写字楼市场发展现状分析	350
(一) 写字楼供需情况分析	350
(二) 写字楼租金价格分析	351
(三) 写字楼市场前景分析	352
第三节 北京市商业营业用房市场分析	352
一、北京城市重点商圈分析	352
二、商业营业用房开发销售情况	354
(一) 施工面积	354
(二) 竣工面积	354
(三) 销售面积	355
(四) 销售金额	355
三、商铺市场发展现状分析	356

(一) 商铺待售面积分析	356
(二) 商铺租金价格分析	356
(三) 商圈发展前景分析	357
第四节 北京商业地产趋势前景分析	359
一、商业地产发展趋势分析	359
二、商业地产发展前景分析	360
第十一章 上海市商业地产市场分析	361
第一节 上海商业地产发展现状	361
一、房地产开发投资额情况	361
二、商业地产开发投资情况	361
(一) 办公楼	361
(二) 商业营业用房	362
三、商业地产项目成交情况	362
第二节 上海办公楼市场现状分析	363
一、办公楼开发销售情况	363
(一) 施工面积	363
(二) 竣工面积	363
(三) 销售面积	364
(四) 销售金额	364
二、写字楼市场发展现状分析	365
(一) 写字楼供需情况分析	365
(二) 写字楼租金价格分析	365
(三) 写字楼市场前景分析	366
第三节 上海市商业营业用房市场分析	367
一、上海城市重点商圈分析	367
二、商业营业用房开发销售情况	368
(一) 施工面积	368
(二) 竣工面积	369
(三) 销售面积	369
(四) 销售金额	370
三、商铺市场发展现状分析	370
(一) 商铺供需情况分析	370

(二) 商铺租金价格分析	371
(三) 商圈市场前景分析	372
第四节 上海商业地产趋势前景分析	373
一、商业地产发展趋势分析	373
二、商业地产发展前景分析	374
第十二章 广州市商业地产市场分析	375
第一节 广州商业地产发展现状	375
一、房地产开发投资额情况	375
二、商业地产开发投资情况	375
(一) 办公楼	375
(二) 商业营业用房	376
三、商业地产项目成交情况	376
第二节 广州办公楼市场现状分析	377
一、办公楼开发销售情况	377
(一) 施工面积	377
(二) 竣工面积	377
(三) 销售面积	378
(四) 销售金额	378
二、写字楼市场发展现状分析	379
(一) 写字楼供需情况分析	379
(二) 写字楼租金价格分析	379
(三) 写字楼市场前景分析	381
第三节 广州市商业营业用房市场分析	382
一、广州城市重点商圈分析	382
二、商业营业用房开发销售情况	384
(一) 施工面积	384
(二) 竣工面积	384
(三) 销售面积	384
(四) 销售金额	385
三、商铺市场发展现状分析	385
(一) 商铺供需情况分析	385
(二) 商铺租金价格分析	386

(三) 商圈市场前景分析	387
第四节 广州商业地产趋势前景分析	387
一、商业地产发展趋势分析	387
二、商业地产发展前景分析	388
第十三章 深圳市商业地产市场分析	389
第一节 深圳商业地产发展现状	389
一、房地产开发投资额情况	389
二、商业地产开发投资情况	389
(一) 办公楼	389
(二) 商业营业用房	390
三、商业地产项目成交情况	390
第二节 深圳办公楼市场现状分析	391
一、办公楼开发销售情况	391
(一) 施工面积	391
(二) 竣工面积	391
(三) 销售面积	391
(四) 销售金额	392
二、写字楼市场发展现状分析	392
(一) 写字楼供需情况分析	392
(二) 写字楼租金价格分析	393
(三) 写字楼市场前景分析	395
第三节 深圳市商业营业用房市场分析	395
一、深圳城市重点商圈分析	395
二、商业营业用房开发销售情况	396
(一) 施工面积	396
(二) 竣工面积	396
(三) 销售面积	396
(四) 销售金额	397
三、商铺市场发展现状分析	397
(一) 商铺供应情况分析	397
(二) 商铺租金价格分析	398
(三) 商圈市场前景分析	399

第四节深圳商业地产趋势前景分析399

第十四章 天津市商业地产市场分析401

第一节天津商业地产发展现状401

一、房地产开发投资额情况401

二、商业地产开发投资情况401

（一）办公楼401

（二）商业营业用房402

三、商业地产项目成交情况402

第二节天津办公楼市场现状分析403

一、办公楼开发销售情况403

（一）施工面积403

（二）竣工面积403

（三）销售面积403

（四）销售金额404

二、写字楼市场发展现状分析404

（一）写字楼供需及空置情况404

（二）写字楼租金及售价分析405

（三）写字楼的市场前景分析407

第三节天津市商业营业用房市场分析408

一、天津城市重点商圈分析408

二、商业营业用房开发销售情况409

（一）施工面积409

（二）竣工面积409

（三）销售面积410

（四）销售金额410

三、商铺市场发展现状分析411

（一）商铺供应情况分析411

（二）商铺租金价格分析411

（三）商圈市场前景分析412

第四节天津商业地产趋势前景分析412

一、商业地产发展趋势分析412

二、商业地产发展前景分析413

第十五章 杭州市商业地产市场分析414

第一节杭州商业地产发展现状414

一、房地产开发投资额情况414

二、商业地产开发投资情况414

（一）办公楼414

（二）商业营业用房415

三、商业地产成交情况415

第二节杭州办公楼市场现状分析416

一、办公楼开发销售情况416

（一）施工面积416

（二）竣工面积416

（三）销售面积416

（四）销售金额417

二、写字楼市场发展现状分析417

（一）写字楼供需情况分析417

（二）写字楼租金价格分析418

（三）写字楼市场前景分析418

第三节杭州市商业营业用房市场分析418

一、杭州城市重点商圈分析418

二、商业营业用房开发销售情况419

（一）施工面积419

（二）竣工面积420

（三）销售面积420

（四）销售金额420

三、商铺市场发展现状分析421

（一）商铺供应与需求情况分析421

（二）商铺的空置率与租金分析421

（三）商圈发展趋势与前景分析421

第四节杭州商业地产趋势前景分析422

一、商业地产发展趋势分析422

二、商业地产发展前景分析422

第十六章 重庆市商业地产市场分析424

第一节重庆商业地产发展现状424

一、房地产开发投资额情况424

二、商业地产开发投资情况424

（一）办公楼424

（二）商业营业用房425

三、商业地产发展情况分析425

第二节重庆办公楼市场现状分析426

一、办公楼开发销售情况426

（一）施工面积426

（二）竣工面积426

（三）销售面积426

（四）销售金额427

二、写字楼市场发展现状分析427

（一）写字楼供需及空置情况427

（二）写字楼租金及售价分析428

（三）写字楼的市场前景分析429

第三节重庆市商业营业用房市场分析430

一、重庆城市重点商圈分析430

二、商业营业用房开发销售情况431

（一）施工面积431

（二）竣工面积432

（三）销售面积432

（四）销售金额433

三、商铺市场发展现状分析433

（一）商铺供需情况分析433

（二）商铺租金价格分析434

（三）商圈市场前景分析435

第四节重庆商业地产趋势前景分析435

第十七章 成都市商业地产市场分析437

第一节成都商业地产发展现状437

一、房地产开发投资额情况437

二、商业地产开发投资情况437

(一) 办公楼	437
(二) 商业营业用房	438
三、商业地产供销情况	438
第二节成都办公楼市场现状分析	440
一、办公楼开发销售情况	440
(一) 施工面积	440
(二) 竣工面积	440
(三) 销售面积	440
(四) 销售金额	441
二、写字楼市场发展现状分析	441
(一) 写字楼供需情况分析	441
(二) 写字楼租金价格分析	442
(三) 写字楼市场前景分析	444
第三节成都市商业营业用房市场分析	445
一、成都城市重点商圈分析	445
二、商业营业用房开发销售情况	446
(一) 施工面积	446
(二) 竣工面积	447
(三) 销售面积	447
(四) 销售金额	447
三、商铺市场发展现状分析	448
(一) 商铺供需情况分析	448
(二) 商铺租金价格分析	448
(三) 商圈发展前景分析	449
第四节成都商业地产趋势前景分析	449
一、商业地产发展趋势分析	449
二、商业地产发展前景分析	450
第十八章 武汉市商业地产市场分析	452
第一节武汉商业地产发展现状	452
一、房地产开发投资额情况	452
二、商业地产开发投资情况	452
(一) 办公楼	452

(二) 商业营业用房	452
三、商业地产项目成交情况	453
第二节 武汉办公楼市场现状分析	454
一、办公楼开发销售情况	454
(一) 施工面积	454
(二) 竣工面积	454
(三) 销售面积	454
(四) 销售金额	455
二、写字楼市场发展现状分析	455
(一) 写字楼供需情况	455
(二) 写字楼租金分析	456
(三) 写字楼市场前景	457
第三节 武汉市商业营业用房市场分析	457
一、武汉城市重点商圈分析	457
二、商业营业用房开发销售情况	458
(一) 施工面积	458
(二) 竣工面积	458
(三) 销售面积	458
(四) 销售金额	459
三、商铺市场发展现状分析	459
(一) 商铺供需情况分析	459
(二) 商铺租金价格分析	460
(三) 商圈市场前景分析	460
第四节 武汉商业地产趋势前景分析	461
一、商业地产发展趋势分析	461
二、商业地产发展前景分析	461
第十九章 南京市商业地产市场分析	463
第一节 南京商业地产发展现状	463
一、房地产开发投资额情况	463
二、商业地产开发投资情况	463
(一) 办公楼	463
(二) 商业营业用房	464

三、商业地产成交情况464

第二节南京办公楼市场现状分析465

一、办公楼开发销售情况465

（一）施工面积465

（二）竣工面积465

（三）销售面积465

（四）销售金额466

二、写字楼市场发展现状分析466

（一）写字楼供需及空置情况466

（二）写字楼租金及售价分析467

（三）写字楼的市场前景分析468

第三节南京市商业营业用房市场分析468

一、南京城市重点商圈分析468

二、商业营业用房开发销售情况469

（一）施工面积469

（二）竣工面积470

（三）销售面积470

（四）销售金额471

三、商铺市场发展现状分析471

（一）商铺供需情况分析471

（二）商铺租金价格分析472

（三）商圈发展前景分析472

第四节南京商业地产趋势前景分析473

一、商业地产发展趋势分析473

二、商业地产发展前景分析474

第四篇企业竞争篇475

第二十章 中国重点商业地产企业经营状况分析475

第一节万达集团商业地产模式分析475

一、企业基本情况分析475

（一）企业发展背景分析475

（二）企业发展历程分析475

二、项目获取与开发分析476

(一) 项目选址标准分析	476
(二) 项目获取途径分析	476
(三) 项目获取优势资源和商业操作	477
三、企业发展模式及战略	477
(一) 融资模式分析	477
(二) 运营模式分析	478
(三) 盈利模式分析	478
(四) 战略合作伙伴	478
(五) 品牌发展战略	480
四、万达订单地产模式	481
(一) 运作流程	481
(二) 推广分析	481
(三) 应用要求	482
(四) 优劣势分析	482
五、企业产品与市场分析	483
(一) 主要产品类型设计	483
(二) 产品组合构成分析	485
(三) 自持/销售比例分析	485
(四) 项目业态组合分析	485
(五) 当前主要商家构成	487
(六) 项目操作特点/周期	487
六、企业经营情况分析	488
(一) 开发销售规模	488
(二) 经营指标分析	489
(三) 项目投资回报率	491
七、企业竞争优势分析	491
八、企业战略方向分析	492
九、万达广场案例分析	492
(一) 沈阳万达广场——败笔与转型	492
(二) 北京万达广场——盈利模式典范	496
(三) 宁波万达广场——第三代产品升级	499
第二节 恒隆地产商业地产模式分析	502

一、企业概况与历史沿革	502
二、企业总体经营情况分析	503
（一）项目经营情况分析	503
（二）企业收入利润分析	504
（三）企业资产负债分析	505
（四）企业偿债能力分析	505
三、企业在内地发展的项目	505
四、企业在内地市场发展策略	508
（一）内地市场发展路径分析	508
（二）内地市场土地策略分析	509
（三）内地项目商业模式分析	510
第三节中粮集团商业地产模式分析	511
一、企业概况与历史沿革	511
（一）中粮置业发展概述	511
（二）中粮集团地产战略	511
（三）中粮置业发展路线	514
二、企业资本与扩张策略	514
（一）企业资本策略分析	514
（二）企业扩张策略分析	515
三、企业产品定位与经营	516
（一）品牌核心内涵与特征	516
（二）战略目标与组合策略	517
（三）产品结构形态分析	518
（四）企业经营策略创新	518
四、企业的经营情况分析	519
五、企业主流产品线分析	522
（一）商业综合体分析	522
（二）都市综合体分析	522
（三）区域性城市综合体分析	523
六、大悦城商业模式分析	523
（一）商业模式的基本特征	523
（二）商业模式的核心价值	524

(三) 模式核心竞争力评价	524
(四) 模式发展瓶颈与难题	525
七、大悦城系列重点项目	526
(一) 北京西单大悦城分析	526
(二) 北京朝阳大悦城分析	530
(三) 沈阳中街大悦城分析	532
(四) 天津大悦城分析	535
(五) 上海大悦城分析	537
(六) 杭州大悦城分析	540
(七) 成都大悦城分析	541
第四节 SOHO 中国商业地产模式分析	543
一、企业概况与历史沿革	543
(一) SOHO 中国发展概述	543
(二) SOHO 中国地产战略	544
(三) SOHO 中国发展路线	545
二、企业资本与扩张策略	546
三、企业产品定位与经营	547
(一) 战略目标与发展策略	547
(二) 产品结构形态分析	548
(三) 企业经营策略创新	549
四、企业主流产品线分析	549
五、企业商业模式分析	550
(一) 商业模式基本特征	550
(二) 商业模式开发流程	551
六、企业盈利模式分析	551
(一) 开发选址分析	551
(二) 销售和售后分析	551
七、企业已建项目统计	552
八、企业重点案例分析	552
(一) 银河 SOHO 分析	552
(二) 望京 SOHO 分析	552
(三) SOHO 世纪广场分析	553

第五节中国国贸商业地产模式分析553

一、企业概况与历史沿革553

（一）中国国贸发展概述553

（二）中国国贸地产战略554

（三）中国国贸发展路线554

二、企业产品定位与经营556

（一）战略目标与发展策略556

（二）产品结构形态分析556

（三）企业经营策略创新556

三、企业主流产品线分析557

四、企业商业模式分析557

（一）商业模式基本特征557

（二）商业模式开发流程558

（三）企业盈利模式特点558

五、国贸中心案例分析559

第六节世贸股份商业地产模式分析560

一、企业概况与历史沿革560

（一）世贸股份发展概述560

（二）世贸股份地产战略560

（三）世贸股份发展路线560

二、企业资本与扩张策略561

三、企业产品定位与经营561

（一）战略目标与发展策略561

（二）产品结构形态分析561

（三）企业经营策略创新562

四、企业主流产品线分析562

五、企业商业模式分析562

（一）商业模式基本特征562

（二）商业模式开发流程563

（三）企业盈利模式特点563

六、企业重点案例分析564

（一）上海世贸国际广场564

(二) 北京世贸大厦564

第七节上海陆家嘴商业地产模式分析564

一、企业概况与历史沿革564

(一) 陆家嘴发展概述564

(二) 陆家嘴地产战略565

(三) 陆家嘴发展路线565

二、企业产品定位与经营566

(一) 战略目标与发展策略566

(二) 产品结构形态分析566

三、企业经营情况分析567

(一) 主要物业经营情况567

(二) 主要经营指标分析569

四、企业商业模式分析570

(一) 商业模式基本特征570

(二) 商业模式开发流程570

五、企业重点案例分析570

(一) 96广场570

(二) 1885文化休闲中心571

第八节金融街商业地产模式分析571

一、企业概况与历史沿革571

(一) 金融街发展概述571

(二) 金融街地产战略572

(三) 金融街发展路线572

二、企业资本与扩张策略573

三、企业产品定位与经营574

(一) 战略目标与发展策略574

(二) 产品结构形态分析574

(三) 企业经营策略创新575

四、企业经营情况分析576

五、企业商业模式分析577

(一) 商业模式基本特征577

(二) 商业模式开发流程578

(三) 企业盈利模式特点	578
六、北京金融街案例分析	578
第五篇趋势前景篇	580
第二十一章 中国商业地产行业投融资策略分析	580
第一节 商业地产市场融资分析	580
一、商业地产融资的意义	580
二、商业地产融资需求分析	580
三、商业地产融资渠道分析	581
四、商业地产多元化融资流程	582
五、商业地产市场融资新平台	584
(一) 商业抵押担保证券CMB5	584
(二) 商业地产基金融资模式	586
六、商业地产市场融资形势	587
第二节 商业地产企业上市融资模式	588
一、商业地产企业上市融资必要性	588
二、商业地产企业上市融资模式	590
三、商业地产企业上市融资效果	594
四、商业地产企业上市融资风险	596
(一) 买壳上市的风险	596
(二) IPO形式的风险	597
第三节 商业地产信托融资分析	598
一、房地产信托融资模式分析	598
(一) 房地产信托融资模式类型	598
(二) 房地产信托融资模式优劣势	601
二、商业地产信托融资情况分析	602
(一) 房地产信托发行全貌分析	602
(二) 房地产信托季度发行规模	604
(三) 房地产信托季度余额规模	606
(四) 房地产信托平均收益率	607
三、房地产信托资金运用方式	608
四、房地产信托资金投资方式	608
五、房地产信托兑付分析	610

六、房地产信托公司分析	611
七、地产类信托兑付风险与房地产调控高度相关	612
第四节商业地产融资困难及对策	613
一、商业地产的固有特性	613
(一) 高收益高风险并存	613
(二) 商业与地产有机结合	613
(三) 开发是基础/运营是关键	614
(四) 资金需求巨大	614
二、商业地产融资的现实困境	614
三、突破困境的有效途径分析	615
四、商业地产融资基金待推广	617
第五节商业地产行业投资风险及策略	617
一、商业地产投资风险	617
(一) 开发商经验不足	618
(二) 同质化/空置率高	618
(三) 资金链压力较大	618
二、商业地产投资策略	619
(一) 商业地产投资运作	619
(二) 各业态投资攻略	642
(三) 投资注意事项	646
第二十二章 2015-2020年中国商业地产行业前景预测	650
第一节2015-2020年房地产业发展前景展望	650
一、促进房地产市场长期繁荣因素	650
二、中国房地产业中长期发展目标	651
三、“十二五”中国保障房建设规划	652
四、中长期中国房地产市场发展展望	653
第二节2015-2020年商业地产行业发展展望	656
一、未来商业地产将向城市综合体转型	656
二、未来商业地产发展机遇与挑战	656
三、未来商业地产发展走向预测	657
第三节2015-2020年商业地产市场规模预测	659
一、商业地产投资规模预测	659

二、商业地产销售面积预测660

三、商业地产销售额预测分析661

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/268128.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。