



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国大型购物中心行业市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2006年中国大型购物中心行业市场分析及发展趋势研究报告》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/46125.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

### 【 描述 】

本报告旨在为国内大型购物中心行业企业决策及有意投资大型购物中心行业的投资商服务，通过对国际和国内大型购物中心行业的现状及发展趋势的描述和分析，得出我国大型购物中心行业新的发展趋势，并对我国大型购物行业提出投资建议。

本报告共54页，3.4万字，完成时间06年4月。报告共七章，分为四部分。其中第一部分为第一章，主要介绍了国际大型购物中心行业的基本情况和大型购物中心在主要国家和地区的发展；第二章到第五章为第二部分，主要分析了我国大型购物中心的发展背景和现状，并对国内的主要大型购物中心的经营和发展趋势进行了分析；第六章为报告的第三部分，主要分析了我国大型购物中心的发展环境，并对行业发展趋势进行了分析；第七章为报告的第四部分，主要是根据上述各章的描述与分析，得出我国大型购物中心的投资建议。

本报告主要观点如下：

我国Shopping Mall发展速度快，地区分布广，北京、上海、大连、深圳、广州、武汉、成都、重庆、杭州、宁波等地都在大力发展摩尔购物中心；但目前国内Mall的经营与管理还没能很好地与国际接轨。此外，外资进入速度在明显加快。

在我国交通因素、购买力要素和开发资金及土地因素是制约Shopping Mall发展的主要原因。

国内Shopping Mall的发展趋势：超大型的Mall开始逐渐出现，平面型的设计理念开始流行，主题设计蓬勃兴起，旅游观光功能充分发扬。

目前，国内Shopping Mall还处于初步试验发展阶段，且由于市场进入壁垒较高，资金链容易断裂等问题的存在。因此，在投资方面必须注意把握规模和区位，突出经营特色，进行分步投资。

## 【 目录 】

前言 1

目录 2

表目录 6

图目录 7

第一章 全球SHOPPING MALL的发展状况 8

第一节 全球SHOPPING MALL概况 8

（一）大型购物中心的分类 9

（二）Shopping Mall的业态特点 9

（三）Shopping Mall的融合功能 10

第二节 美国SHOPPING MALL 11

第三节 欧洲SHOPPING MALL 12

（一）位置及区位环境 12

（二）经营现状及布置特色 12

第四节 台湾SHOPPING MALL 13

（一）产业特性 13

（二）产业概况 13

（三）开发方式 14

第五节 日本SHOPPING MALL 14

第六节 东南亚SHOPPING MALL 15

第二章 我国SHOPPING MALL的发展状况 16

第一节 我国SHOPPING MALL的发展历程 16

（一）萌芽阶段 16

（二）初步形成阶段 16

（三）加速起飞阶段 16

第二节 我国SHOPPING MALL的发展现状 17

（一）发展速度快，地区分布广 17

（二）功能有缺陷，主题不到位 17

（三）经营管理还没有很好地与国际接轨 17

(四) 外资进入速度明显加快	17
第三节 中国十大MALL概况	18
(一) 制约国内Mall发展的关键因素	18
(二) 十大Mall排行	19
第三章 我国SHOPPING MALL的发展背景分析	21
第一节 我国发展SHOPPING MALL的条件	21
(一) 经济水平	21
(二) 交通状况	21
(三) 商业形势	22
(四) 生产能力	22
第二节 我国发展SHOPPING MALL的需求分析	22
(一) 房地产商	23
(二) 零售商	23
(三) 外资零售商和Mall开发商	24
第四章 我国部分SHOPPING MALL个案资讯	25
第一节 华南MALL	25
(一) 地理位置	25
(二) 整体规划	25
(三) 商圈	26
(四) 经营状况	26
第二节 北京MALL	28
(一) 地理位置	28
(二) 整体规划	28
(三) 经营现状及发展	29
第三节 中关村MALL	31
(一) 地理位置	31
(二) 整体规划	31
第四节 深圳华侨城MALL	32
(一) 地理位置	32
(二) 整体规划	32

(三) 经营现状	32
第五节 上海正大广场	34
(一) 地理位置	34
(二) 整体规划	34
(三) 经营状况	35
第六节 武汉新世界中心	36
第七节 太古汇—广州报业文化广场	36
(一) 地理位置	37
(二) 整体规划	37
第八节 MALL OF CHINA	37
(一) 地理位置	38
(二) 整体规划	38
(三) 进展动态	38
第五章 万达集团开发SHOPPING MALL实务研究	39
第一节 大连万达集团简介	39
第二节 万达进入商业房产的背景	39
第三节 摩尔开发现状	40
第四节 开发与经营模式	41
(一) “地产大鳄+商业巨头”模式	41
(二) “订单房产”经营模式	42
第六章 我国SHOPPING MALL产业的发展环境及趋势	43
第一节 国民经济环境	43
(一) 国内生产总值(GDP)	43
(二) 城乡居民收入	43
第二节 城市化进程不断加速	44
第三节 消费环境	45
(一) 城乡居民家庭恩格尔系数显著下降	45
(二) 消费层次逐渐形成	46
(三) 人们自由支配的休闲时间不断增多	46
(四) 新的消费需求出现	47

#### 第四节 商业环境 47

(一) 社会消费品销售状况 47

(二) 与国际接轨对零售业的影响 48

#### 第五节 我国SHOPPING MALL的发展趋势 48

### 第七章 投资机会和投资风险分析 50

#### 第一节 投资机会 50

(一) 政府支持力度加大 50

(二) 国家启动收入和消费政策 50

(三) 我国城市化进程不断激发财富充分涌流 51

(四) 国内消费群体不断壮大 51

#### 第二节 投资风险 51

(一) 市场进入壁垒高 51

(二) 资金链容易断裂 51

(三) 租户难求 52

(四) 我国Mall的发展处于试验阶段 52

#### 第三节 投资建议 52

(一) 大力培养和引进Mall经营人才 52

(二) Mall经营应强调自己的特色 53

(三) 把握Mall的规模和区位 53

(四) 注重Mall的综合管理 53

(五) 分步进行投资 54

### 表目录

表2-1 中国十大Mall概况比较 19

表3-1 我国Mall建设的四大推动力量 23

表5-1 大连万达全国Shopping Mall分布 40

### 图目录

图4-1 深圳城镇居民人均可支配收入 33

图4-2 深圳社会消费品零售总额 33

图6-11980年-2005年国内生产总值增长 43

图6-2 1978年-2005年城乡居民收入水平变化 44

图6-3 1990年-2005年我国城乡人口比重变化趋势 45

图6-4 1990年-2005年城乡居民家庭恩格尔系数 46

图6-5 1991年-2005年我国社会消费品零售总额增长 47

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46125.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](http://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。