

2015-2020年中国购物中心 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国购物中心市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/maoyi1411/W450437Z3E.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国购物中心市场监测及投资前景研究报告》共九章。介绍了购物中心行业相关概述、中国购物中心产业运行环境、分析了中国购物中心行业的现状、中国购物中心行业竞争格局、对中国购物中心行业做了重点企业经营状况分析及中国购物中心产业发展前景与投资预测。您若想对购物中心产业有个系统的了解或者想投资购物中心行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

购物中心指多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的一个建筑物内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体，是集购物、餐饮、住宿、休闲、娱乐和观光旅游为一体的“一站式”消费场所，具有占地面积大、涵盖业态多、消费群体分布范围广的特点。

中国购物中心的发展历史较短，20世纪80年代以前，中国没有购物中心，80年代中后期在北京、上海等一些大城市开始出现对购物中心的探索与萌芽，发展至今仅有20多年的历史。近年来我国购物中心呈爆发式增长态势，截止2012年末我国购物中心数量达3100家，累计商业建筑面积超过2亿平方米，北上广深这四个一线城市的购物中心数量占全国总量的1/4。

报告目录：

第一章 购物中心行业发展综述 13

第一节 购物中心的定义与分类 13

一、购物中心的定义 13

（一）国际购物中心协会定义 13

（二）日本购物中心协会定义 13

（三）商务部定义 13

二、购物中心的分类 13

（一）国内外的划分标准 14

（二）建筑综合体分类 15

第二节 购物中心的特点 15

一、购物中心的空间特点 15

二、购物中心的运营特点 16

第三节 大型购物中心相关概述 17

- 一、大型购物中心含义分析 17
- 二、大型购物中心特点分析 18
- 三、大型购物中心特征分析 19
- 第四节 世界购物中心发展情况 19
- 一、世界购物中心的兴起及深层原因 19
- 二、世界购物中心的演变历程 21
- 三、世界大型购物中心的典型模式解析 24

第二章 2012-2013年中国购物中心关联产业发展分析 27

第一节 2013年中国房地产业发展分析 27

- 一、房地产开发景气指数 27
- 二、土地开发及购置情况 27
- 三、房地产市场供给结构 28
- 四、房地产开发投资情况 30
- 五、房地产开发资金来源 31
- 六、中国房地产商品房建筑面积 32
- 七、中国房地产商品房销售情况 33

第二节 2012年中国零售业发展分析 35

- 一、中国零售业发展规模分析 35
- 二、2012年百家零售企业零售额分析 36
- 三、2012年外资零售企业发展情况 38
- 四、2012年中国零售业发展情况分析 38
 - (一) 元旦黄金周区域市场零售业情况 38
 - (二) 春节黄金周消费品市场规模分析 41
 - (三) 春节黄金周区域市场零售业情况 42
 - (四) 2012年中国零售业发展深度分析 44

第三节 2012年中国社会消费现状分析 46

- 一、2012年中国GDP增长情况分析 46
- 二、2012年中国人口总量与结构 47
- 三、2012年全社会消费品零售总额 49
- 四、2012年城乡居民收入增长分析 50
- 五、城乡居民消费情况分析 51

(一) 城乡居民消费支出情况 51

(二) 农村居民消费特点分析 52

六、居民消费信心指数分析 52

第三章 中国购物中心发展分析 54

第一节 购物中心在中国的发展历程 54

一、雏形阶段(20世纪80年代末) 54

二、形成阶段(20世纪90年代) 54

三、高速发展阶段(21世纪10年代初) 54

第二节 中国购物中心发展现状分析 55

一、中国购物中心发展规模分析 55

二、购物中心发展的推动因素 56

(一) 城镇化和服务业增长 56

(二) 地方政府的推动力量 56

三、中国购物中心分布特点 57

四、购物中心业态组成分析 62

五、中国购物中心发展指数分析 63

(一) 上海购物中心发展指数 63

(二) 北京购物中心发展指数 64

(三) 深圳购物中心发展指数 65

(四) 广州购物中心发展指数 66

六、中国购物中心开发投资情况 67

第三节 中国购物中心品牌发展调查 69

一、购物中心品牌调查综合分析 70

二、购物中心各业态发展特征 76

(一) 餐饮业态 76

(二) 超市/百货 79

(三) 服装业态 80

(四) 珠宝钟表与饰品 84

(五) 护理与化妆品 88

(六) 鞋与箱包 91

(七) 休闲娱乐 94

第四节 消费者购物中心购物体验分析 96

一、消费者在购物中心的行為分析 96

二、影响消费者满意度的因素分析 97

（一）商户类型 97

（二）交通便利度 98

（三）购物消费体验 98

第四章 中国购物中心运营状况解析 99

第一节 中国购物中心定位分析 99

一、休闲娱乐型定位 99

二、主题购物型定位 99

三、生活邻里型定位 100

第二节 购物中心经营模式分析 100

一、纯销售模式 100

二、租售并举模式 101

三、纯物业经营模式 102

第三节 购物中心投资收益分析 102

一、盈利模式选择 102

二、投资成本构成 103

三、各业态租金 104

四、投资回报率 104

（一）商业经营 105

（二）品牌输出 106

第四节 购物中心开发分析 106

一、购物中心开发流程 106

（一）总体概述 106

（二）调研与论证 107

（三）立项与决策 107

（四）选址与选型 108

（五）规划与设计 109

（六）融资与招商 110

二、购物中心开发可行性 111

- (一) 可行性分析的内容 111
- (二) 总体策划设计要点 113
- (三) 营销策划要点 116
- (四) 大型购物中心物业管理 117
- 三、购物中心开发策略 118
- 第五节 购物中心的业态组合方法 120
 - 一、商圈研究 120
 - 二、业态分类 120
 - 三、租户权重 120
 - 四、业态配比 121
 - 五、分区布局 121
 - 六、租约与期限 122
 - 七、品牌建设 122
- 第六节 购物中心连锁品牌商户调研分析 123
 - 一、商户业态分布 123
 - 二、商户经营模式选择 123
 - 三、商户未来开店计划 124
 - 四、商户开店场所分析 124
 - 五、选择购物中心的优先考虑因素 125
 - 六、商户对购物中心的评价与期许 126
 - 七、购物中心营销策略对促进销售的作用 126

第五章 中国购物中心竞争格局分析 127

第一节 购物中心的发展周期研究 127

- 一、购物中心的经济周期 127
- 二、购物中心的成长性与波动性 128
- 三、购物中心的成熟度 129

第二节 购物中心竞争格局综述 129

- 一、购物中心集中度分析 129
- 二、购物中心的竞争程度 129
- 三、购物中心城市竞争力 129

第三节 大型购物中心企业竞争状况 132

- 一、领导企业的市场力量 132
- 二、追随企业的竞争力 132
- 第四节 大型购物中心国际竞争者的影响分析 133
 - 一、外资抢滩中国购物中心市场 133
 - 二、大型购物中心国际进入情况分析 133
 - 三、国内外大型购物中心企业的SWOT比较分析 134

第六章 中国购物中心成功案例分析 135

第一节 太古汇购物中心 135

- 一、购物中心基本情况分析 135
- 二、购物中心所在商圈竞争 135
- 三、传统高端消费习性分析 135
- 四、传统高端消费市场竞争 136

第二节 北京西单大悦城 137

- 一、购物中心基本情况分析 137
- 二、购物中心组织布局分析 138
- 三、购物中心品牌引进分析 138
- 四、购物中心流程设计分析 139

第三节 北京世纪金源购物中心 140

- 一、购物中心基本情况分析 140
- 二、购物中心整体规划分析 140
- 三、购物中心市场定位分析 140
- 四、购物中心经营情况分析 141

第四节 深圳华润中心·万象城 141

- 一、购物中心基本情况分析 141
- 二、购物中心竞争优势分析 141
- 三、购物中心主力店铺分析 142
- 四、购物中心物业管理分析 142

第五节 北京燕莎奥特莱斯 143

- 一、购物中心基本情况分析 143
- 二、购物中心经营理念分析 143
- 三、购物中心业态布局分析 143

四、购物中心品牌引入分析 144

第六节 上海奥特莱斯 144

一、购物中心基本情况分析 144

二、购物中心配套设施情况 144

三、购物中心品牌布局分析 145

四、购物中心建筑布局分析 145

第七章 中国购物中心投资运营企业分析 147

第一节 大连万达商业地产股份有限公司 147

一、企业基本情况介绍 147

二、购物中心运营分析 147

三、企业经营情况分析 149

四、企业发展战略分析 150

第二节 凯德集团 150

一、企业基本情况介绍 150

二、企业业务领域分析 151

二、购物中心运营分析 151

四、企业经营情况分析 153

第三节 华润置地有限公司 153

一、企业基本情况介绍 153

二、购物中心运营分析 154

三、企业经营情况分析 154

四、企业发展战略分析 155

第四节 上海世贸股份有限公司 156

一、企业基本情况介绍 156

二、购物中心运营分析 156

三、企业经营情况分析 156

四、企业发展战略分析 159

第五节 中粮地产（集团）股份有限公司 159

一、企业基本情况介绍 159

二、购物中心运营分析 160

三、企业经营情况分析 160

四、企业发展战略分析 163

第六节 文峰大世界连锁发展股份有限公司 164

一、企业基本情况介绍 164

二、购物中心运营分析 164

三、企业经营情况分析 165

四、企业发展战略分析 167

第七节 恒隆地产有限公司 167

一、企业基本情况介绍 167

二、购物中心运营分析 168

三、企业经营情况分析 169

四、企业资本运作策略 169

第八节 茂业国际控股有限公司 170

一、企业基本情况介绍 170

二、购物中心运营分析 170

三、企业经营情况分析 173

四、企业未来发展展望 174

第九节 天虹商场股份有限公司 175

一、企业基本情况介绍 175

二、购物中心运营分析 175

三、企业经营情况分析 176

四、企业发展战略分析 177

第十节 深圳市益田集团股份有限公司 178

一、企业基本情况介绍 178

二、企业组织架构分析 178

三、购物中心运营分析 180

四、企业发展战略分析 180

第十一节 阳光新业地产股份有限公司 181

一、企业基本情况介绍 181

二、购物中心运营情况 181

三、企业经营情况分析 182

四、企业未来发展展望 185

第十二节 武汉南国置业股份有限公司 185

- 一、企业基本情况介绍 185
- 二、购物中心运营情况 186
- 三、企业经营情况分析 186
- 四、企业发展经营策略 188

第八章 中国购物中心建设投融资与招商分析 189

第一节 购物中心的投融资分析 189

- 一、购物中心的投资特点 189
- 二、购物中心建设的融资渠道 189
 - (一) 银行贷款 189
 - (二) 项目融资 190
 - (三) 分拆上市 190
 - (四) 买壳上市 190
 - (五) 典当融资 191
 - (六) 金融租赁 191
 - (七) 房地产信托 192
 - (八) 发行企业债 192
 - (九) 投资担保融资 192
 - (十) 民间私募基金 193
 - (十一) 海外私募基金 193

第二节 购物中心的招商分析 193

- 一、购物中心招商指导原则 193
- 二、购物中心招商的类型 196
 - (一) 招商顺序 196
 - (二) 商家开店模式 198
 - (三) 招商策略 199
 - (四) 商家招商的用途 199
 - (五) 商家租金的计算方式 199
- 三、购物中心招商的基础 200
 - (一) 主力店招商工作的基础 200
 - (二) 其他招商工作的基础 201
- 四、购物中心招商推进计划 201

- (一) 开发前期 201
- (二) 开发期(开发至开业前6-9个月) 202
- (三) 开业(开业前6-9个月) 202
- (四) 开业后及远期 202

第九章 2015-2020年中国购物中心发展前景与策略建议 203

第一节 2015-2020年中国购物中心发展前景分析 203

一、2015-2020年中国购物中心发展环境预测 203

(一) 中国房地产市场展望 203

(二) 中国商业地产发展前景分析 205

二、2015-2020年中国购物中心发展规模预测 208

三、购物中心体量变化趋势 208

第二节 2015-2020年中国购物中心发展趋势分析 210

一、产业发展与经济社会发展紧密相连 210

二、融合、变异实现大型购物中心的创新 211

三、购物中心逐渐朝小型化发展 211

四、泛购物中心成发展趋势 211

五、区域型购物中心或成主流 212

第三节 2015-2020年中国购物中心投资建设风险分析 213

一、自然风险 213

二、政策风险 213

三、社会风险 213

四、经济风险 215

五、技术风险 216

六、内部决策与管理风险 217

第四节 博思数据关于中国购物中心投资建议 218

一、大型购物中心的前期规划设计 218

二、量身打造大型购物中心 218

三、人力资源战略 218

四、大型购物中心的公共关系 219

图表目录

图表 1 ICSC对购物中心的分类	14
图表 2 我国对购物中心的分类	15
图表 3 购物中心的空间形态引发的商业价值的转变	17
图表 4 2011-2013年中国月度房地产景气指数趋势图	27
图表 5 2007-2012年中国房地产开发土地购置面积增长趋势图	28
图表 6 2012-2013年全国房地产开发企业土地购置面积增速	28
图表 7 2005-2013年不同用途房地产开发投资构成情况	29
图表 8 2012年不同用途房地产开发投资结构	29
图表 9 2006-2012年中国房地产开发投资累计完成情况	30
图表 10 2012-2013年房地产开发投资额月度增长情况	30
图表 11 2013年不同地区房地产投资额完成情况	31
图表 12 2005-2013年全国房地产开发企业资金来源构成情况	31
图表 13 2012年中国房地产开发资金来源结构	32
图表 14 2008-2013年中国房屋施工及竣工情况	32
图表 15 2013年中国房屋施工面积月度增长趋势图	33
图表 16 2006-2012年中国房地产商品房施工面积增长趋势图	33
图表 17 2006-2012年中国房地产商品房竣工面积增长趋势图	33
图表 18 2007-2012年中国房地产商品房销售面积趋势图	34
图表 19 2012-2013年中国商品房销售面积增长趋势图	35
图表 20 2013年不同地区房地产商品房销售面积情况	35
图表 21 中国零售业主要经济指标统计	36
图表 22 2006-2012年中国零售业商品销售额增长趋势图	36
图表 23 2005-2012年中国百家零售企业零售额增长率变化趋势图	37
图表 24 2011-2012年中国百家零售企业零售额月度增长率变化趋势图	37
图表 25 2012年元旦全国重点区域零售业销售情况	39
图表 26 2005-2012年春节黄金周全国重点零售和餐饮企业销售额情况	41
图表 27 部分地区春节黄金周销售及增速汇总	42
图表 28 2012年国内生产总值构成及增长速度统计	46
图表 29 2008-2012年中国国内生产总值及增长变化趋势图	47
图表 30 2006-2012年中国人口数量及增长率变化趋势图	47
图表 31 2012年中国人口数量及其构成情况统计	48
图表 32 2012年末中国各年龄段人口比重	48

图表 33 2008-2012年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 49

图表 34 2008-2012年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 50

图表 35 2008-2012年农村居民人均纯收入及增长趋势图 50

图表 36 2007-2012年城镇人均现金消费支出额变化趋势图 51

图表 37 2007-2012年农村人均现金消费支出额变化趋势图 51

图表 38 2012年中国居民消费者信心指数月度变化情况 53

图表 39 2007-2012年中国购物中心数量增长趋势图 55

图表 40 2009-2012年全国40个大中城市土地成交面积增长情况 57

图表 41 2009-2012年全国40个大中城市土地成交溢价率 57

图表 42 2002-2013年中国新开业购物中心类型分布比例 58

图表 43 上海市购物中心主力店分布图 59

图表 44 成都市购物中心主力店分布图 60

图表 45 郑州市购物中心主力店分布图 61

图表 46 南宁市购物中心主力店分布图 62

图表 47 目前中国购物中心业态构成比例 63

图表 48 上海购物中心发展指数（SCDI）情况 64

图表 49 上海购物中心发展指数（SCDI）各指数排名 64

图表 50 北京购物中心发展指数（SCDI）情况 65

图表 51 北京购物中心发展指数（SCDI）各指数排名 65

图表 52 深圳购物中心发展指数（SCDI）情况 66

图表 53 深圳购物中心发展指数（SCDI）各指数排名 66

图表 54 广州购物中心发展指数（SCDI）情况 67

图表 55 广州购物中心发展指数（SCDI）各指数排名 67

图表 56 2003-2013年中国购物中心累计商业建筑面积情况 68

图表 57 2009-2013年中国购物中心投资占全国商业用房总投资比重情况 68

图表 58 2012年中国购物中心调查样本分布 69

图表 59 2012年中国购物中心调查样本商业类型分布 70

图表 60 2012年中国购物中心调查样本品牌数量及商业建筑面积分布 70

图表 61 2012年中国购物中心品牌数量构成情况 71

图表 62 2012年中国购物中心连锁品牌品牌数量占比 71

图表 63 2012年中国购物中心连锁品牌店铺数量占比 72

图表 64 2012年中国购物中心各业态连锁程度对比 72

图表 65 2012年中国购物中心连锁品牌数量比较 73

图表 66 2012年中国购物中心国际连锁品牌前10强 73

图表 67 2012年中国购物中心TOP50连锁品牌归属地 74

图表 68 2012年中国购物中心美国连锁品牌前10强 74

图表 69 2012年中国六大区域购物中心品牌国际化程度比较 75

图表 70 2012年中国购物中心国际化前20强 75

图表 71 香港海港城服装品牌进驻内地市场情况 76

图表 72 2012年中国购物中心三线城市国际品牌机会巨大 76

图表 73 2012年中国购物中心餐饮品牌门店数量（TOP10） 77

图表 74 2012年中国购物中心内地及港台主要城市餐饮品牌数量排名（TOP6） 77

图表 75 2012年中国购物中心餐饮业态各细分业态门店数量最多的品牌 78

图表 76 2012年中国购物中心连锁餐饮各细分业态商铺占比（%） 78

图表 77 2012年中国购物中心中式快餐和西式快餐品牌数量比较 79

图表 78 2012年中国购物中心各类型门店统计 79

图表 79 2012年中国购物中心主流超超市差异化小 80

图表 80 2012年中国购物中心超市业态已开始细分 80

图表 81 2012年中国购物中心服装店铺数量比较（TOP20） 81

图表 82 2012年中国购物中心服装商铺细分情况 81

图表 83 2012年中国购物中心服装门店品牌集中度情况 82

图表 84 2012年中国购物中心服装品牌中前100强品牌数量比例 82

图表 85 2012年中国购物中心服装品牌中前100强品牌归属地排名 83

图表 86 2012年中国购物中心境外服装品牌门店数量（TOP10） 83

图表 87 2012年中国购物中心中国本土服装品牌门店数量（TOP20） 84

图表 88 2012年中国购物中心珠宝/钟表/饰品各品种占比(按门店数量) 85

图表 89 2012年中国购物中心珠宝竞争格局 85

图表 90 2012年中国购物中心高档珠宝品牌门店数量Top3 86

图表 91 2012年中国购物中心中高端珠宝品牌门店数量Top10 86

图表 92 2012年中国购物中心内地中端珠宝品牌门店数量Top10 87

图表 93 中国消费者钟表消费观念正在演变 87

图表 94 2012年中国购物中心瑞士品牌垄断钟表中高端、高端市场 88

图表 95 全国百家商场进口手表零售销售额统计 88

图表 96 2012年中国购物中心护理与化妆品零售商类型 89

图表 97 2012年中国购物中心护理与化妆品集合店门店数量占比 89

图表 98 2012年中国购物中心护理与化妆品集合店品牌门店Top6 89

图表 99 2012年中国购物中心护理与化妆品专卖店店铺数量结构 90

图表 100 2012年中国购物中心护理与化妆品全品类品牌门店Top10 90

图表 101 2012年中国购物中心护肤类品牌门店Top12 90

图表 102 2012年中国购物中心专卖店彩妆品牌中美、日品牌占据彩妆市场 91

图表 103 2012年中国购物中心精油品类中国外品牌占比 91

图表 104 2012年中国购物中心鞋类零售商类型 92

图表 105 2012年中国购物中心鞋类产品按性别分布 92

图表 106 2012年中国购物中心鞋类店铺品牌国别结构 93

图表 107 2012年中国购物中心鞋/箱包门店Top10 93

图表 108 2012年中国购物中心鞋/包类品牌结构 94

图表 109 2012年中国购物中心休闲娱乐主要类型（按唱铺占比） 94

图表 110 中国传统购物中心向现代购物中心的变化与过渡 95

图表 111 电影院成为拉动购物中心人流量的利器 95

图表 112 新生派娱乐真冰场正风靡中国 95

图表 113 真冰场目前主要布局一、二线发达城市 96

图表 114 消费者在购物中心的逗留时间分布 97

图表 115 消费者在购物中心的主要活动比例分布 97

图表 116 中国购物中心业态布局特征 103

图表 117 购物中心各业态的单店面积与租金的关系 104

图表 118 购物中心连锁品牌商户调研商户业态分布 123

图表 119 购物中心连锁品牌商户调研商户经营模式分布 123

图表 120 受访商户未来三年全国开店计划 124

图表 121 受访商户开店所在场所 125

图表 122 商户选择购物中心的优先考虑因素 125

图表 123 商户对大型购物中心关键素质的关注度 126

图表 124 购物中心的生命周期 127

图表 125 购物中心的周期特征 128

图表 126 中国购物中心发展潜力城市排名情况 131

图表 127 北京燕莎奥特莱斯购物中心业态分布 143

图表 128 大连万达商业地产股份有限公司万达广场建成及在建情况 148

图表 129 2012年大连万达集团主要财务指标	150
图表 130 凯德集团业务领域一览	151
图表 131 凯德商用中国区购物中心统计	152
图表 132 2012-2013年凯德商用主要财务指标统计	153
图表 133 华润置地差异化生意模式图	154
图表 134 华润置地有限公司部分购物中心运营情况统计	154
图表 135 2008-2012年华润置地有限公司资产与负债统计	155
图表 136 2008-2012年华润置地有限公司收入与利润统计	155
图表 137 2011-2012年华润置地有限公司营业收入分行业情况表	155
图表 138 上海世贸股份有限公司运营的购物中心情况	156
图表 139 2012年上海世贸股份有限公司分行业情况表	158
图表 140 2012年上海世贸股份有限公司业务结构情况	158
图表 141 2012年上海世贸股份有限公司分地区情况表	158
图表 142 中粮地产（集团）股份有限公司“大悦城”系类重点项目一览	160
图表 143 2012年中粮地产（集团）股份有限公司分行业情况表	162
图表 144 2012年中粮地产（集团）股份有限公司业务结构情况	162
图表 145 2012年中粮地产（集团）股份有限公司分地区情况表	163
图表 146 文峰大世界连锁发展股份有限公司购物中心门店情况	164
图表 147 2012年文峰大世界连锁发展股份有限公司分行业情况表	166
图表 148 2012年文峰大世界连锁发展股份有限公司业务结构情况	166
图表 149 2012年文峰大世界连锁发展股份有限公司分地区情况表	167
图表 150 恒隆地产有限公司购物中心分布	168
图表 151 2009-2012年恒隆地产有限公司收入与利润统计	169
图表 152 2009-2012年恒隆地产有限公司资产与负债统计	169
图表 153 茂业国际控股有限公司全国开店进度情况	171
图表 154 茂业国际控股有限公司购物中心情况	171
图表 155 2012年茂业国际控股有限公司销售所得款项总额按地区分	173
图表 156 2012年茂业国际控股有限公司主要商店经营情况表	174
图表 157 天虹商场股份有限公司门店类型分布情况统计	176
图表 158 2012年天虹商场股份有限公司分行业及产品情况表	176
图表 159 2012年天虹商场股份有限公司业务结构情况	177
图表 160 2012年天虹商场股份有限公司分地区情况表	177

图表 161 深圳市益田集团股份有限公司集团本部组织架构	179
图表 162 深圳市益田集团股份有限公司下属企业示意图	179
图表 163 深圳市益田集团股份有限公司购物中心运营情况	180
图表 164 深圳市益田集团股份有限公司区域发展战略示意图	181
图表 165 阳光新业地产股份有限公司购物中心运营情况	182
图表 166 2012年阳光新业地产股份有限公司分行业及产品情况表	184
图表 167 2012年阳光新业地产股份有限公司业务结构情况	184
图表 168 2012年阳光新业地产股份有限公司分地区情况表	184
图表 169 武汉南国置业股份有限公司购物中心运营情况	186
图表 170 2012年武汉南国置业股份有限公司分行业及产品情况表	187
图表 171 2012年武汉南国置业股份有限公司业务结构情况	188
图表 172 2012年武汉南国置业股份有限公司分地区情况表	188
图表 173 开业后招商的类别	197
图表 174 购物中心招商的类型（商家开店模式）	198
图表 175 主力店招商工作的基础	200
图表 176 其他商家招商工作的基础	201
图表 177 2015-2020年主要年份中国购物中心数量预测	208
图表 178 1985-2015年中国购物中心体量变化趋势	209
图表 179 1985-2015年购物中心商铺数量变化趋势	209
图表 180 购物中心业态多元化趋势	

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1411/W450437Z3E.html>