

2015-2020年中国商业综合体市场深度调研与投资前景研究报告

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年中国商业综合体市场深度调研与投资前景研究报告》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/fangdichan1410/613827CZWA.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】2014-10-31

【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年中国商业综合体市场深度调研与投资前景研究报告》共十九章。介绍了商业综合体行业相关概述、中国商业综合体产业运行环境、分析了中国商业综合体行业的现状、中国商业综合体行业竞争格局、对中国商业综合体行业做了重点企业经营状况分析及中国商业综合体产业发展前景与投资预测。您若想对商业综合体产业有个系统的了解或者想投资商业综合体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

产业现状

商业综合体是出于城市土地资源的高度集约需要而产生的，因此其在城市的核心区域和未来的核心区域，具体的位置大致可以分为四类：新开发区的中心商贸区、城市副中心、CBD和交通枢纽。城市商业综合体的开发模式，单纯以商业为主，占整个建筑综合体开发面积大约45-65%的比例。创业比例占3-5%的比例；真正以休闲和娱乐为主的城市商业综合体目前正在发展，比例大概占到30%左右，从开发商的实践当中可以看出，这四种开发模式当中，开发商的倾向性是非常明显的。休闲商业综合体难点在于文化的活化、休闲业态的市场化、商业地产的盈利化，文化活化是灵魂、休闲业态是关键、盈利模式是核心。住宅市场低迷已经是不争的事实，而房企在今后两年要在业绩上有所建树不得不多花心思，多点创新和突破。在经过2015年上半年的不断尝试后，住宅领域的表现已经令人失望而商业市场则显得格外亮眼。随着2015年金九银十的到来，越来越多房企开始在商业板块有所动作，甚至包括一些原本对商业市场并不太感冒的大品牌企业也推出了新的商业项目。包括万科、中海等在内的企业近期都有商业项目推出，而且与此前蜂拥的小公寓项目不同，这些品牌房企推出的项目都颇为高端，基本都是以综合体的面目呈现。

市场容量

通常情况下，商业综合体经营业态的“黄金比例”为：购物、餐饮和娱乐按照52 18 30分布。2015年国内商业综合体非住宅开发量将达到5.64亿平方米。相当于全球商业地产开发量的半壁江山。这还不包括商业街、专业市场等其他传统商业地产类型。2013年，商品房销售面积130551万平方米，比2012年增长17.3%，增速比1-11月份回落3.5个百分点，比2012年提高15.5个百分点。其中，住宅销售面积增长17.5%，办公楼销售面积增长27.9%，商业营业用房销售面积增长9.1%。商品房销售额81428亿元，增长26.3%，增速比1-11月份回落4.4个百分点，比2012年提高16.3个百分点；其中，住宅销售额增长26.6%，办公楼销售额增长35.1%，商业营业用房销售额增长18.3%。近两年来，无论房地产上市公司、大型房企，还是中小房企，乃至保险企业、制造业企业如哇哈哈、雨润等众多其他行业的企业均纷纷转向

城市综合体的开发。除一线城市外，城市综合体在二、三线城市，乃至四线城市遍地开花。预计截至2015年，即将入市综合体面积将达到16437万平方米。城市综合体未来一段时间内将保持高速增长态势。城市综合体经过数年的发展，成绩显著，而商业综合体将是未来城市综合体的发展方向，是城市综合体发展的主流模式。

投资格局

城市核心区的综合体以商业+办公+酒店为主流；城市副中心区的综合体以商业+办公+公寓组合为主；城市新区的综合体以商业+办公+酒店组合为主，公寓占比也较为突出。总体来说，商业和办公是综合体的核心物业，其它物业类型与不同的区域属性结合可以发挥各自的功能。从城市角度分析，预计未来3-5年内综合体增量将以中西部为主，其中成都将成为一枝独秀。从区域属性来看，城市综合体未来新增项目以城市新区的项目占比较大，高达48.9%。城市副中心也将有32.2%的新增项目分布，而城市核心区域的新增项目相对较少，这也与核心区域土地开发相对有限有关。从轨道交通角度分析，20个重点城市未来增加的综合体只有42.1%靠近轨道交通，比已开业综合体项目比例低了接近10%。从未来综合体的物业组合来看，综合体开发仍将由商业带动。相比较于现有城市商业综合体，未来新增项目物业组合更为灵活，住宅类产品占比上升，有利于资金链平衡；商业和办公仍为城市商业综合体项目的主要产品。

前景预测

随着住宅限购政策的不断“严峻”，开发商大多都开始转向商业地产的开发，投资者对于商业地产的投资热情也是与日俱增。京、沪、穗、深4个一线城市及数十座二三线城市商业地价全线上涨，且幅度远远大于住宅地块。之所以会有如此强劲的涨幅，对于二三线城市而言，商业地产项目是带动区域内经济活力的重要动力，如大型商业综合体、购物中心等。另外大多二三线城市还没有较为完善的商业中心，因此二三线城市在规划发展时，会考虑商业中心的开发和建设，特别是城市商业综合体，更是这些城市商业发展的重点。商业综合体，这种超越传统百货，集购物、休闲、餐饮、娱乐、运动、旅游等于一体的消费模式，更迎合现代人消费习惯和特点。城市商业综合体的优势就是业态互补，消费相互支持，能够实现商业地产的可持续发展，并能对城市及区域经济发展带来巨大推动作用。商业综合体是城市经济发展到一定阶段的必然产物，结合我国国情，商业综合体高容积率特征符合我国人多地少，满足我国高强度利用土地的需求。作为资深的投资客，把握住商业综合体的腾飞，必然就抓住了下一个辉煌的投资热点，资产迎来恒稳升值。

面临的问题

我国商业综合体，正处于起步阶段，行业发展面临四大“缺失”。一是开发与经营脱节。长期以来，房地产开发与商业经营处于条块分割状态，开发与经营活动各自为政，

供求关系脱节，产业结构处于无序及缺失状况。二是规范标准缺失。在我国现行的城市建设和商业类规划设计规范中，对商业网络以及各类商业区的建设，从项目的评估、定位、功能、规模到产业经济的结构、布局、业态形式各环节都未能给出明确的标准规定。三是开发模式落后。我国商业综合体建设普遍存在以房地产开发为主，重空间轻功能建设的片面做法，分块开发、单独建设的拼凑搭接式无序发展状况比比皆是。四是商家与地产企业关系错位。空间建设本应以服从商业经营活动为主，按照商业经营活动需求，提供空间服务。但长期以来，商家的主导地位未能得到应有的尊重。未来，提高商家在商业综合体开发建设中的参与权，是扭转先建房后招商这种强制供给方式向科学定制模式转变的关键所在。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 商业综合体行业发展综述

第一节 商业综合体行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类

第二节 商业综合体行业特征

一、外部特征

1、高可达性

2、高密度、集约性

3、整体统一性

4、功能复合性

二、内部特征

1、大空间尺度

2、通道树型交通体系

3、现代城市景观设计

4、高科技集成设施

第三节 商业综合体的必然性分析

一、商业综合体的组成

二、商业综合体出现的必然性

第二章 商业综合体行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 商业综合体行业政治法律环境（P）

一、房地产调控政策及其影响分析

二、信贷政策及其影响分析

三、税收政策及其影响分析

四、土地政策及其影响分析

五、货币政策及其影响分析

六、规划政策及其影响分析

七、产业政策及其影响分析

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、商业综合体产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、商业综合体绿色建筑技术创新

二、商业综合体产品销售技术创新

三、商业综合体建筑设计技术创新

第三章 国际商业综合体行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球商业综合体市场总体情况分析

一、全球商业综合体行业的发展特点

二、全球商业综合体行业发展分析

三、国际重点商业综合体运营分析

第二节 全球主要国家市场分析

一、欧洲

1、欧洲商业综合体行业发展概况

2、欧洲商业综合体分析

3、2015-2020年欧洲商业综合体行业发展前景预测

二、美国

1、美国商业综合体行业发展概况

2、美国商业综合体分析

3、2015-2020年美国商业综合体行业发展前景预测

三、日本

1、日本商业综合体行业发展概况

2、日本商业综合体分析

3、2015-2020年日本商业综合体行业发展前景预测

第二部分 行业深度分析

第四章 我国商业综合体行业运行现状分析

第一节 我国商业综合体行业发展状况分析

一、我国商业综合体行业发展阶段

二、我国商业综合体行业发展总体概况

三、我国商业综合体行业发展特点分析

四、我国商业综合体行业商业模式分析

第二节 2013年商业综合体行业发展现状

一、2013年我国商业综合体行业市场规模

二、2013年我国商业综合体行业发展分析

三、2013年中国商业综合体企业发展分析

第三节 2013年商业综合体市场情况分析

一、2013年中国商业综合体市场总体概况

二、2013年中国商业综合体产品市场发展分析

第四节 商业综合体行业重点省市拟建设项目分析

【重点省市拟建设项目分析

1、项目阶段

2、占地面积

3、建筑面积

4、投资金额】

一、上海

二、江苏

三、安徽

第五章 我国商业综合体行业整体运行指标分析

第一节 房地产行业整体运行指标分析

一、房地产开发投资完成额

- 1、房地产开发投资完成额
- 2、各区域房地产开发投资完成额
- 3、住宅开发投资完成额
- 4、办公楼开发投资完成额
- 5、商业营用房开发投资完成额
- 6、其他房地产开发投资完成额

二、房地产开发面积

- 1、房屋施工及竣工面积
- 2、住宅施工及竣工面积

三、房地产销售面积及销售额

- 1、商品房销售面积及销售额
- 2、住宅商品房销售面积及销售额

四、房屋销售价格指数

五、国房景气指数

第二节 商业综合体行业整体运行指标分析

一、商业综合体存量分析

- 1、商业综合体存量分布
- 2、商业综合体存量区域属性
- 3、已开业商业综合体物业组合

二、商业综合体增量分析

- 1、商业综合体增量情况
- 2、商业综合体增量预估
- 3、商业综合体增长特征

第六章 我国商业综合体市场供需形势

第一节 我国商业综合体行业供给分析

- 一、我国商业综合体行业供给分析
- 二、我国商业综合体行业供给变化

第二节 我国商业综合体行业需求分析

- 一、我国商业综合体行业需求分析
- 二、我国商业综合体行业需求变化

第三节 我国商业综合体行业供需平衡分析

一、我国商业综合体行业供需平衡分析

二、我国商业综合体行业供需平衡变化

第三部分 市场全景调研

第七章 商业综合体行业构成要素分析

第一节 购物中心

一、购物中心行业运行现状

二、购物中心市场需求分析

三、购物中心市场竞争分析

四、购物中心发展前景分析

五、购物中心规划设计分析

1、购物中心开发的主要流程分析

2、购物中心开发的定位分析

3、购物中心开发的选址和立地分析

4、购物中心开发的规划分析

5、购物中心开发的布局分析

6、购物中心开发的设计分析

7、购物中心开发的经营管理模式分析

第二节 写字楼

一、写字楼行业运行现状

二、写字楼市场需求分析

三、写字楼市场竞争分析

四、写字楼发展前景分析

五、写字楼规划设计分析

1、写字楼建筑规划设计要点

2、写字楼配置规划要点

3、写字楼智能办公设计

4、写字楼生态办公设计

第三节 住宅

一、住宅行业运行现状

二、住宅市场需求分析

三、住宅市场竞争分析

四、住宅发展前景分析

五、住宅规划设计分析

- 1、以迂回的设计增强空间层次感
- 2、采取封闭式保证居民的居住生活优越感
- 3、注重不同社会阶层居民融合混居
- 4、规划和设计模式注意承接传统文化
- 5、小区园林景观要善于用水景提升居住品质和项目价值

第四节 酒店

一、酒店行业运行现状

二、酒店市场需求分析

三、酒店市场竞争分析

四、酒店发展前景分析

五、酒店规划设计分析

1、产权式酒店开发模式分析

2、酒店式公寓开发模式分析

3、酒店地产开发模式分析

4、各类型酒店设计分析

第五节 餐饮

一、餐饮行业运行现状

二、餐饮市场需求分析

三、餐饮市场竞争分析

四、餐饮发展前景分析

五、餐饮规划设计分析

第八章 商业综合体行业规划设计分析

第一节 商业综合体的设计特色

一、商业综合体的外部设计特色

二、商业综合体的内在设计特色

第二节 商业综合体的设计要点

一、商业综合体设计概述

1、商业综合体的产生背景

2、商业综合体的设计原则与规划顺序

二、商业综合体的设计要点分析

1、准确定位商业综合体的功能与风格

2、功能空间设计

3、交通流线组织

第三节 商业综合体的规划设计

一、正确的规划布局思想

二、合理的整合设计

1、互补型

2、系列型

3、主从型

4、比较竞争型

三、完善的停车组织和交通系统

1、停车组织

2、交通系统

四、内部开放空间设计

1、围合与开敞的变换

2、竖向高差的变化

3、空间的层次变化

4、空间界面的柔化

5、空间的诱导性设计

五、商业综合体的规划设计展望

1、扩建的空间

2、生长的可能

第四节 商业综合体的空间设计

一、商业综合体的功能系统

1、商业综合体功能系统构成

2、商业综合体的功能配置

3、商业综合体功能系统的关联性

二、商业综合体的空间体系

1、当代商业综合体的空间形态

2、商业综合体空间体系的设计

3、商业综合体空间体系的设计原则

4、商业综合体的公共空间设计

三、商业综合体的交通组织与流线

1、商业综合体与城市交通体系的连接

2、商业综合体外部交通空间设计

3、商业综合体内部交通组织

4、商业综合体的入口及交通节点

四、商业综合体功能空间的复合模式

1、商业综合体复合概念

2、商业综合体的复合原则

3、商业综合体复合模式的类型

4、商业综合体的复合特征

第五节 商业综合体的建筑设计

一、商业综合体总平面设计

二、商业综合体平面设计

1、卸货场及后勤机电用房设置

2、水平交通组织

3、竖向交通组织

三、商业综合体立面设计

四、商业综合体剖面设计

第九章 商业综合体行业开发模式分析

第一节 商业综合体的定位

一、项目的整体定位

二、商业综合体分项定位

第二节 商业综合体开发运营要点分析

一、商业综合体首先要符合城市发展规划

二、商业综合体开发的关键原则

三、商业综合体项目开发程序要点

第三节 商业综合体的规划

一、商业综合体交通组织

二、商业综合体空间布局

第四节 商业综合体的营销推广

第五节 商业综合体的经营管理

- 一、开发商自行管理
- 二、国外的管理机构参与合作管理
- 三、专业的物业管理公司进行市场管理
- 四、主要承租者进行经营的同时开展管理

第六节 商业综合体的开发模式

- 一、“独立”开发模式
- 二、“合资-公共财政补贴”模式
- 三、“合作链”开发模式

第十章 我国商业综合体行业营销趋势及策略分析

第一节 商业综合体行业销售渠道分析

- 一、营销分析与营销模式推荐
- 二、商业综合体营销环境分析与评价
- 三、销售渠道存在的主要问题
- 四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 商业综合体营销主要关键因素

- 一、产品规划
- 二、推售节奏
- 三、媒体宣传
- 四、目标客户把握

第三节 商业综合体营销要素的应用

- 一、产品规划的应用
 - 1、同类产品互动产生合力
 - 2、产品规划内部应化繁为简
- 二、推售节奏的应用
 - 1、项目整体形象树立及大类型产品的推售策略
 - 2、项目单体内部的推售策略运用
 - 3、打造产品主要卖点要清晰
 - 4、产品与价格因子结合
- 三、媒体宣传的应用

四、客户特征的应用

- 1、成交客户外在基本属性
- 2、不同类型的客户特征
- 3、商业综合体客户群共性
- 4、利用客户特征进行媒体宣传

第四节 商业综合体营销策略分析

- 一、建立价值高地
- 二、形成互动关系
- 三、传播商业文明
- 四、理清推盘顺序
- 五、整合营销模式

第四部分 竞争格局分析

第十一章 商业综合体行业区域市场分析

第一节 一线城市投资机会分析

一、北京市商业综合体投资机会分析

- 1、城市建设与发展规划分析
- 2、城市消费能力及潜力分析
- 3、商业综合体体量规模分析
- 4、区位特征与轨道交通分析
- 5、商业综合体物业组合分析
- 6、商业综合体增量市场分析
- 7、商业综合体市场需求分析
- 8、商业综合体投资机会分析

二、上海市商业综合体投资机会分析

- 1、城市建设与发展规划分析
- 2、城市消费能力及潜力分析
- 3、商业综合体体量规模分析
- 4、区位特征与轨道交通分析
- 5、商业综合体物业组合分析
- 6、商业综合体增量市场分析
- 7、商业综合体市场需求分析

8、商业综合体投资机会分析

三、广州市商业综合体投资机会分析

1、城市建设与发展规划分析

2、城市消费能力及潜力分析

3、商业综合体体量规模分析

4、区位特征与轨道交通分析

5、商业综合体物业组合分析

6、商业综合体增量市场分析

7、商业综合体市场需求分析

8、商业综合体投资机会分析

四、深圳市商业综合体投资机会分析

1、城市建设与发展规划分析

2、城市消费能力及潜力分析

3、商业综合体体量规模分析

4、区位特征与轨道交通分析

5、商业综合体物业组合分析

6、商业综合体增量市场分析

7、商业综合体市场需求分析

8、商业综合体投资机会分析

第二节 二线城市投资机会分析

一、成都市商业综合体投资机会分析

1、城市建设与发展规划分析

2、城市消费能力及潜力分析

3、商业综合体体量规模分析

4、区位特征与轨道交通分析

5、商业综合体物业组合分析

6、商业综合体增量市场分析

7、商业综合体市场需求分析

8、商业综合体投资机会分析

二、沈阳市商业综合体投资机会分析

1、城市建设与发展规划分析

2、城市消费能力及潜力分析

- 3、商业综合体体量规模分析
- 4、区位特征与轨道交通分析
- 5、商业综合体物业组合分析
- 6、商业综合体增量市场分析
- 7、商业综合体市场需求分析
- 8、商业综合体投资机会分析

三、武汉市商业综合体投资机会分析

- 1、城市建设与发展规划分析
- 2、城市消费能力及潜力分析
- 3、商业综合体体量规模分析
- 4、区位特征与轨道交通分析
- 5、商业综合体物业组合分析
- 6、商业综合体增量市场分析
- 7、商业综合体市场需求分析
- 8、商业综合体投资机会分析

第三节 三线城市投资机会分析

一、常州市商业综合体投资机会分析

- 1、城市建设与发展规划分析
- 2、城市消费能力及潜力分析
- 3、商业综合体体量规模分析
- 4、区位特征与轨道交通分析
- 5、商业综合体物业组合分析
- 6、商业综合体增量市场分析
- 7、商业综合体市场需求分析
- 8、商业综合体投资机会分析

二、宜昌市商业综合体投资机会分析

- 1、城市建设与发展规划分析
- 2、城市消费能力及潜力分析
- 3、商业综合体体量规模分析
- 4、区位特征与轨道交通分析
- 5、商业综合体物业组合分析
- 6、商业综合体增量市场分析

7、商业综合体市场需求分析

8、商业综合体投资机会分析

三、绍兴市商业综合体投资机会分析

1、城市建设与发展规划分析

2、城市消费能力及潜力分析

3、商业综合体体量规模分析

4、区位特征与轨道交通分析

5、商业综合体物业组合分析

6、商业综合体增量市场分析

7、商业综合体市场需求分析

8、商业综合体投资机会分析

第十二章 2015-2020年商业综合体行业领先企业经营形势分析

第一节 大连万达集团股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业业务布局分析

三、企业经营情况分析

四、企业开发实力分析

五、企业营销增长分析

六、企业行业竞争力分析

七、企业品牌影响力分析

八、企业发展战略分析

九、企业在建项目分析

第二节 凯德置地（中国）投资有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展能力分析

六、企业竞争优势分析

七、企业新业务动向分析

八、企业发展战略分析

九、企业投融资渠道分析

第三节 恒隆地产有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业项目布局分析
- 三、企业营销模式分析
- 四、企业经济指标分析
- 五、企业品牌影响力分析
- 六、企业行业竞争力分析
- 七、企业开发方向分析
- 八、企业最新项目分析
- 九、企业并购重组分析

第四节 深圳万科企业股份有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业经济指标分析
- 三、企业发展目标分析
- 四、企业营销模式分析
- 五、企业扩张规划分析
- 六、企业行业影响力分析
- 七、企业最新项目分析
- 八、企业发展战略分析

第五节 上海中星（集团）有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业经济指标分析
- 三、企业开发实力分析
- 四、企业项目涉及领域分析
- 五、企业营销模式分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业投资效益分析
- 八、企业发展方向分析
- 九、企业融资规模及渠道

第六节 华润置地有限公司

- 一、企业发展概述分析

- 二、企业投资效益分析
- 三、企业市场影响力分析
- 四、企业项目市场定位分析
- 五、企业品牌效益分析
- 六、企业开发实力分析
- 七、企业经典案例分析

第七节 中粮地产（集团）股份有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业新业务动向分析
- 八、企业发展战略分析
- 九、企业经典案例分析

第八节 深圳华侨城集团公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业经济指标分析
- 三、企业开发实力分析
- 四、企业项目涉及领域分析
- 五、企业营销模式分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业投资效益分析
- 八、企业发展方向分析

第九节 深圳市益田集团股份有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业业务布局分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业开发实力分析
- 五、企业营销增长分析
- 六、企业行业竞争力分析

七、企业品牌影响力分析

八、企业发展战略分析

第十节 SOHO中国有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业经济指标分析

三、企业发展目标分析

四、企业营销模式分析

五、企业扩张规划分析

六、企业行业影响力分析

七、企业最新项目分析

第十一节 上海世茂股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业项目布局分析

三、企业营销模式分析

四、企业经济指标分析

五、企业品牌影响力分析

六、企业行业竞争力分析

七、企业开发方向分析

八、企业最新项目分析

九、企业投资规模分析

第十二节 远洋地产控股有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业投资效益分析

三、企业市场影响力分析

四、企业项目市场定位分析

五、企业品牌效益分析

六、企业开发实力分析

七、企业经典案例分析

第十三节 保利房地产（集团）股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业新业务动向分析
- 八、企业发展战略分析
- 九、企业并购重组分析

第十四节 上海绿地（集团）有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业经济指标分析
- 三、企业开发实力分析
- 四、企业项目涉及领域分析
- 五、企业营销模式分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业投资效益分析
- 八、企业发展方向分析
- 九、企业区域投资分析

第十五节 恒大地产集团有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业新业务动向分析
- 八、企业发展战略分析

第十六节 绿城房地产集团有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业经济指标分析
- 三、企业发展目标分析
- 四、企业营销模式分析
- 五、企业扩张规划分析
- 六、企业行业影响力分析

七、企业最新项目分析

八、企业区域投资情况分析

九、企业并购重组分析

第十七节 碧桂园控股有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业业务布局分析

三、企业经营情况分析

四、企业开发实力分析

五、企业营销增长分析

六、企业行业竞争力分析

七、企业品牌影响力分析

八、企业发展战略分析

第十八节 龙湖地产有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业投资效益分析

三、企业市场影响力分析

四、企业项目市场定位分析

五、企业品牌效益分析

六、企业开发实力分析

七、企业经典案例分析

第十九节 融创中国控股有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业经济指标分析

三、企业发展目标分析

四、企业营销模式分析

五、企业扩张规划分析

六、企业行业影响力分析

七、企业最新项目分析

第二十节 招商局地产控股股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业业务布局分析

三、企业经营情况分析

四、企业开发实力分析

五、企业营销增长分析

六、企业行业竞争力分析

七、企业品牌影响力分析

八、企业发展战略分析

九、企业在建项目分析

第二十一节 金地（集团）股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业项目布局分析

三、企业营销模式分析

四、企业经济指标分析

五、企业品牌影响力分析

六、企业行业竞争力分析

七、企业开发方向分析

八、企业最新项目分析

九、企业投融资规模分析

第二十二节 广州富力地产股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业经济指标分析

三、企业开发实力分析

四、企业项目涉及领域分析

五、企业营销模式分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业投资效益分析

八、企业发展方向分析

九、企业区域规模分析

第二十三节 雅居乐地产控股有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业业务布局分析

三、企业经营情况分析

四、企业开发实力分析

五、企业营销增长分析

六、企业行业竞争力分析

七、企业品牌影响力分析

八、企业发展战略分析

第二十四节 中信房地产股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业投资效益分析

三、企业市场影响力分析

四、企业项目市场定位分析

五、企业品牌效益分析

六、企业开发实力分析

七、企业经典案例分析

八、企业最新项目分析

九、企业投资规模分析

第二十五节 金融街控股股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业经济指标分析

三、企业开发实力分析

四、企业项目涉及领域分析

五、企业营销模式分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业投资效益分析

八、企业发展方向分析

第二十六节 中国铁建房地产集团有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展能力分析

六、企业竞争优势分析

七、企业新业务动向分析

八、企业发展战略分析

九、企业投融资分析

第二十七节 融侨集团股份有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业经济指标分析
- 三、企业发展目标分析
- 四、企业营销模式分析
- 五、企业扩张规划分析
- 六、企业行业影响力分析
- 七、企业最新项目分析

第二十八节 佳兆业集团控股有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业业务布局分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业开发实力分析
- 五、企业营销增长分析
- 六、企业行业竞争力分析
- 七、企业品牌影响力分析
- 八、企业发展战略分析

第二十九节 新城控股集团有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业投资效益分析
- 三、企业市场影响力分析
- 四、企业项目市场定位分析
- 五、企业品牌效益分析
- 六、企业开发实力分析
- 七、企业经典案例分析

第三十节 世纪金源投资集团有限公司

- 一、企业发展概述分析
- 二、企业经济指标分析
- 三、企业发展目标分析
- 四、企业营销模式分析
- 五、企业扩张规划分析
- 六、企业行业影响力分析

七、企业最新项目分析

第五部分 投资前景展望

第十三章 2015-2020年商业综合体行业前景及趋势

第一节 2015-2020年商业综合体市场发展前景

- 一、2015-2020年商业综合体市场发展潜力
- 二、2015-2020年商业综合体市场发展前景展望
- 三、2015-2020年商业综合体细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年商业综合体行业设计趋势

一、2015-2020年商业综合体设计整体趋势

- 1、尺度近人
- 2、空间的限定
- 3、风格色彩的多元化
- 4、面材的软化与精化
- 5、重视非建筑元素

二、2015-2020年商业综合体业态设计趋势

- 1、零售类设计趋势
- 2、餐饮店类设计趋势
- 3、娱乐类设计趋势
- 4、酒店类设计趋势
- 5、办公和居住类设计趋势
- 6、商业综合体业态设计趋势总结

第三节 商业综合体发展趋势预测

- 一、一二线城市商业综合体发展趋势
- 二、三四线城市商业综合体发展趋势
- 三、开发商商业综合体战略布局趋势
- 四、海外资本商业综合体布局趋势
- 五、商业综合体融资方式发展趋势

第四节 2015-2020年中国商业综合体行业供需预测

- 一、2015-2020年中国商业综合体行业供给预测
- 二、2015-2020年中国商业综合体行业需求预测
- 三、2015-2020年中国商业综合体行业供需平衡预测

第十四章 2015-2020年商业综合体行业投资价值评估分析

第一节 商圈等级和规模的影响分析

一、商圈理论及其作用分析

二、商圈等级及规模的影响

第二节 投资价值模型基本假设分析

一、隐藏的前提条件分析

二、直接的前提条件分析

三、模型的约束条件分析

第三节 投资价值模型的构建分析

一、销售价值定位模型的构建

二、单一业态的价值区间分析

三、整体价值最佳规模及最佳区间的计算

第四节 投资价值综合分析体系

一、商业综合体投资模型指标设计的原则

二、商业综合体投资模型指标体系的建立

三、商业综合体投资评价模型的建立

第五节 商业综合体投资决策影响因素

一、项目决策的柔性因素分析

二、项目投资的不可逆性分析

三、项目的不确定性因素分析

第十五章 2015-2020年商业综合体行业投资机会与风险防范

第一节 商业综合体行业投资风险识别

一、商业综合体开发投资各阶段风险分析

1、商业综合体开发各阶段风险识别

2、商业综合体投资风险特征分析

3、商业综合体项目主要投资风险分析

二、商业综合体风险预估模式设计

1、风险预估与评价流程

2、风险预估的数学模型

3、风险预估的CPRS模型

4、风险预估的风险因素指标基准

5、风险对策的常见措施分析

6、CPRS结果在风险对策的应用

第二节 商业综合体城市投资机会分析

一、城市消费指标分析

1、社会消费品零售额分析

2、城市消费水平系数分析

二、城市存量指标分析

1、主要城市存量指标分析

2、消费水平存量系数分析

三、城市增量指标分析

1、城市增量指标分析

2、增量指标应用分析

四、“现状饱和指数”分析

1、零售饱和指数IRS分析

2、多业态饱和指数分析

五、“千人拥有商场面积”分析

1、“千人拥有商场面积”的含义

2、“千人拥有商场面积”评估依据分析

3、“千人拥有商场面积”与城市规划分析

六、“逐级消费”的市场分析

1、“逐级消费”基本内容

2、“逐级消费”市场背景分析

3、“逐级消费”指导价值与意义

第六部分 投资战略研究

第十六章 2015-2020年商业综合体行业面临的困境及对策

第一节 2015年商业综合体行业面临的困境

一、新城区博弈

二、“政府引导”的误区

三、散售带来的不利影响

第二节 商业综合体企业面临的困境及对策

一、商业综合体企业面临的困境及对策

二、国内商业综合体企业的出路分析

第三节 中国商业综合体行业存在的问题及对策

一、中国商业综合体行业存在的问题

二、商业综合体行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

第四节 商业综合体发展策略建议

一、从政府角度建议

1、强化规划

2、强化招商

3、强化服务

4、强化政策

5、强化管理

二、从开发主体建议

1、以价值链管理的系统思维进行决策

2、项目开发中强调边界管理和变革

3、确保项目的开发速度与成功复制

4、确保项目的开发速度与建筑质量

5、营销领域建立客户管理思维

第十七章 商业综合体行业案例分析研究

第一节 商业综合体设计案例分析

一、商业综合体设计案例分析

1、背景介绍

2、设计原则

3、设计要点

4、结论

二、超大型商业综合体设计案例分析

1、建筑设计原则

2、功能布局

3、商业空间业态布局

4、建筑造型设计

5、消防设计

第二节 商业综合体规划案例分析

一、背景介绍

二、项目概况

三、规划设计

1、选址

2、总体布局

3、概念引入

4、动线设计

5、人流引导

6、景观及节点

7、动态交通

8、静态交通

9、货运物流

10、摩托车、自行车、电动自行车存放

四、结论

第三节 商业综合体典型建设案例分析

一、商业综合体建设典型成功案例分析

1、天津信达广场

2、广州天河正佳广场

3、北京华贸中心

4、深圳中信城市广场

5、天津嘉里中心

二、商业综合体建设典型失败案例分析

1、湖南“福中福”国际城

2、北京首都时代广场

3、东莞“华南Mall”

第十八章 商业综合体行业投资战略研究

第一节 商业综合体行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国商业综合体品牌的战略思考

一、商业综合体品牌的重要性

二、商业综合体实施品牌战略的意义

三、商业综合体企业品牌的现状分析

四、我国商业综合体企业的品牌战略

五、商业综合体品牌战略管理的策略

第三节 商业综合体经营策略分析

一、商业综合体市场细分策略

二、商业综合体市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、商业综合体新产品差异化战略

第四节 商业综合体行业投资战略研究

一、2015年商业综合体行业投资战略

二、2015-2020年商业综合体行业投资战略

三、2015-2020年细分行业投资战略

第十九章 博思数据研究结论及投资建议

第一节 商业综合体行业研究结论及建议

第二节 商业综合体子行业研究结论及建议

第三节 商业综合体行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

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/fangdichan1410/613827CZWA.html>