

2016-2021年中国商业地产行业商业模式与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：商业地产行业发展环境与现状**1.1 商业地产行业定义及分类**

- 1.1.1 商业地产行业定义
- 1.1.2 商业地产行业分类
- 1.1.3 商业地产行业发展历程

1.2 商业地产行业发展环境分析

- 1.2.1 商业地产行业经济环境分析
 - (1) 国内宏观经济发展分析
 - (2) 商业地产与经济发展相关性
- 1.2.2 商业地产行业社会环境分析
 - (1) 我国城镇化发展进程分析
 - 1) 我国城镇化发展进程分析
 - 2) 商业地产与城镇化相关性
 - (2) 我国城镇居民消费环境分析
 - 1) 城镇居民收入水平分析
 - 2) 城镇居民消费水平分析
 - 3) 社会消费零售规模分析
 - 4) 商业地产与消费环境相关性

1.3 商业用地市场供需状况分析

- 1.3.1 商业用地供需现状分析
 - (1) 一线城市商业用地供需现状
 - (2) 二线城市商业用地供需现状
 - (3) 低线城市商业用地供需现状
- 1.3.2 商业用地供需情况预测

1.4 商业地产投资开发状况分析

- 1.4.1 商业地产开发投资规模分析
- 1.4.2 商业地产市场供给规模分析
 - (1) 商业地产施工面积分析
 - (2) 商业地产新开工面积分析
 - (3) 商业地产竣工面积分析
- 1.4.3 商业地产市场销售状况分析
 - (1) 商业地产销售面积分析
 - (2) 商业地产销售金额分析
 - (3) 商业地产销售价格分析
- 1.4.4 商业地产供需平衡分析

1.5 商业地产行业投资价值潜力分析

- 1.5.1 商业地产内部价值潜力评估要素
- 1.5.2 商业地产内部价值潜力评估结果
- 1.5.3 商业地产行业发展的必然性分析

第2章：商业地产项目的开发运营分析**2.1 商业地产项目条件判断**

- 2.1.1 商业地产项目交通条件
- 2.1.2 商业地产项目市政配套
- 2.1.3 商业地产项目物业配套
- 2.1.4 商业地产项目规划设计

2.2 商业地产项目商业规划

- 2.2.1 商业经营规划的成本分析
- 2.2.2 商业经营规划的布局顺序
- 2.2.3 商业经营规划的整体利益
- 2.2.4 商业经营规划的风险瓶颈
- 2.2.5 商业规划的黄金分割定律

2.2.6 配套设施的作用与投入

2.2.7 商铺格局规划分析

2.3 商业地产项目经济测算

2.3.1 商业地产项目总投资构成的估算

(1) 商业地产固定资产投资总额估算

(2) 商业地产流动资金投资情况估算

2.3.2 商业地产项目总成本费用及经营成本估算

(1) 固定资产折旧及无形资产摊销

(2) 总成本费用及经营成本估算

2.3.3 物权转移销售模式定价策略分析

(1) 定价策略分析

1) 产品价值定价

2) 市场竞争定价

3) 其他定价策略

(2) 全物权转移定价策略分析

(3) 带条件物权转移定价策略分析

(4) 不完全物权转移定价策略分析

2.3.4 商铺的定价方式分析

2.3.5 商业地产项目收入、税费及收益

(1) 商业地产项目收入估算

(2) 商业地产项目税费估算

(3) 商业地产项目收益预测

2.4 商业地产项目营销推广

2.4.1 销售与经营的平衡分析

2.4.2 商业物业商铺营销特性

2.4.3 商业项目营销推广流程

2.4.4 商业物业常用销售方式

2.5 商业地产项目招商实施

2.5.1 商业地产项目招商对象

2.5.2 商业地产项目招商流程

2.5.3 商业地产项目招商策略

(1) 写字楼项目招商分析

1) 区域市场研究与项目定位

2) 项目招商策略分析

(2) 购物中心项目招商分析

1) 开发前期招商推进计划

2) 开发期招商推进计划

3) 开业招商推进计划

4) 开业后及远期招商推进计划

5) 购物中心招商案例分析

(3) 商业街项目招商分析

1) 商业街项目定位分析

2) 商业街最佳业态组合分析

3) 商业街招商策略

(4) 专业市场项目招商分析

1) 专业市场项目定位分析

2) 专业市场招商存在问题

3) 专业市场项目招商策略

(5) 主题商场项目招商分析

2.6 商业地产项目开业策略

2.6.1 借装修为开业造势

2.6.2 借周末为开业造势

2.6.3 借气氛为开业造势

2.6.4 借促销为开业造势

2.6.5 借商品为开业造势

2.7 商业地产项目商业运营

2.7.1 商业地产项目开发运营模式

(1) 按投资回收划分的模式

1) 完全销售模式分析

- 2) 完全持有模式分析
- 3) 过渡模式分析
- (2) 按运营主体划分的模式
 - 1) 地产开发商模式分析
 - 2) 商业运营商模式分析
- (3) 开发运营模式选择分析
 - 1) 单独开发运营模式分析
 - 2) 股权合作运营模式分析
- 2.7.2 商业地产项目经营管理
 - (1) 商业项目的租户管理
 - (2) 商业项目的营销管理
 - (3) 商业项目的物业管理

第3章：商业地产行业细分市场定位模式分析

3.1 商业地产市场细分分析

- 3.1.1 商业地产市场细分的含义
- 3.1.2 商业地产市场细分的标准
 - (1) 按地域条件细分市场
 - (2) 按人口统计细分市场
 - (3) 按心理因素细分市场
 - (4) 按行为特征细分市场
 - (5) 按消费类别细分市场
 - (6) 按社会阶层细分市场
 - (7) 按生活方式细分市场
- 3.1.3 商业地产市场细分的运用
 - (1) 市场细分标准组合性分析
 - (2) 市场细分标准动态性分析
- 3.1.4 商业地产市场细分的原则
 - (1) 市场细分的可衡量性
 - (2) 市场细分的可执行性
 - (3) 市场细分的可进入性
 - (4) 市场细分的有效益性

3.2 商业地产目标市场选择

- 3.2.1 目标市场的基本含义
- 3.2.2 目标市场的选择策略
 - (1) 集中化进入策略
 - (2) 商品专业化策略
 - (3) 市场专业化策略
 - (4) 选择性进入策略
 - (5) 市场全覆盖策略
- 3.2.3 目标市场的竞争考量

3.3 商业地产市场定位分析

- 3.3.1 商业地产项目的定位流程
- 3.3.2 商业地产项目的客户定位
 - (1) 商圈范围的界定
 - (2) 消费者定位
 - (3) 商家定位
 - (4) 投资者定位
- 3.3.3 商业地产项目业态组合定位
 - (1) 业态分类与特点
 - (2) 项目的业态定位
 - (3) 业态的合理构成
- 3.3.4 商业地产项目的档次定位
- 3.3.5 商业地产项目的功能定位
- 3.3.6 商业地产项目的规模定位
- 3.3.7 商业地产项目的形象定位

3.4 不同业态细分市场分析

- 3.4.1 写字楼市场分析
 - (1) 写字楼投资规模分析
 - (2) 写字楼开发规模分析

- (3) 写字楼销售状况分析
- (4) 一线城市写字楼经营现状
 - 1) 一线城市写字楼空置率
 - 2) 一线城市写字楼租金水平
- (5) 二线城市写字楼经营现状
 - 1) 二线城市写字楼空置率
 - 2) 二线城市写字楼租金水平
- 3.4.2 酒店市场分析
 - (1) 星级酒店经营情况分析
 - (2) 不同星级酒店经营情况
 - (3) 酒店类型与经营特点分析
- 3.4.3 购物中心市场分析
 - (1) 购物中心主要类型分析
 - (2) 购物中心建设现状分析
 - 1) 商业营业用房投资现状
 - 2) 购物中心建设现状分析
 - (3) 购物中心的业态构成分析
 - 1) 购物中心的业态构成
 - 2) 购物中心的业态构成特点
 - 3) 购物中心主/次力店分析
 - 4) 购物中心零售业态分析
 - 5) 购物中心餐饮业态分析
 - 6) 购物中心娱乐休闲业态分析
 - 7) 购物中心的品牌分析
 - 8) 购物中心的业态布局分析
- 3.4.4 城市综合体市场分析
 - (1) 城市综合体存量市场分析
 - 1) 城市综合体存量市场规模
 - 2) 城市综合体存量区域属性
 - 3) 已开业城市综合体物业组合
 - (2) 城市综合体增量市场分析
 - 1) 城市综合体增量市场规模
 - 2) 城市综合体增量市场预估
 - 3) 城市综合体增长特征分析

第4章：商业地产行业盈利模式分析

4.1 国外商业地产企业盈利模式分析

- 4.1.1 美国商业地产企业盈利模式分析
 - (1) 主要商业地产企业的盈利模式
 - (2) 商业地产企业盈利模式的特点
- 4.1.2 新加坡商业地产企业盈利模式分析
 - (1) 主要商业地产企业的盈利模式
 - (2) 商业地产企业盈利模式的特点

4.2 国内商业地产企业盈利模式分析

- 4.2.1 商业地产企业盈利模式分析
 - (1) 商业地产销售盈利模式
 - 1) 商业地产散售盈利模式
 - 2) 商业地产整售盈利模式
 - 3) 典型销售模式企业分析
 - (2) 商业地产持有经营盈利模式
 - 1) 几种典型的持有经营模式
 - 2) 典型持有经营模式企业分析
 - (3) 商业地产混合运作盈利模式
 - 1) 模式特点与优劣势
 - 2) 典型混合运作企业分析
 - (4) 几类盈利模式对比分析

第5章：商业地产行业管理模式分析

5.1 商业地产行业开发商自行管理模式

- 5.1.1 开发商自行管理模式特征
- 5.1.2 开发商自行管理模式分析

5.1.3 开发商自行管理模式优劣势

5.2 商业地产行业专业管理公司模式

5.2.1 管理商以管理品牌参与项目

5.2.2 开发商委托管理商进行项目的管理

5.2.3 开发商与管理商共同投资建立新的管理公司

5.3 商业地产行业咨询管理公司模式

5.3.1 咨询管理公司模式分析

5.3.2 咨询管理公司的作用

(1) 投资顾问、商业策划

(2) 决策支持

(3) 财务整合系统

第6章：商业地产行业融资模式分析

6.1 中国商业地产行业融资模式分析

6.1.1 商业地产开发融资的概念

6.1.2 商业地产开发融资的特点

6.1.3 国内商业地产的融资现状

6.1.4 我国商业地产的融资模式

(1) 企业自有资金注入模式

(2) 预租预售款和定金模式

(3) 银行信贷融资模式

(4) 房地产基金融资模式

6.1.5 国内商业地产的融资趋势

6.2 商业地产企业上市融资模式分析

6.2.1 商业地产企业上市融资的必要性

6.2.2 商业地产企业上市融资的模式

6.2.3 商业地产企业上市融资效应分析

6.2.4 商业地产企业上市融资的风险

(1) 买壳上市的风险

(2) IPO形式的风险

(3) 其他类型的风险

6.2.5 标杆商业地产企业融资新模式分析

6.3 房地产投资信托基金运作模式分析

6.3.1 REITs的定义及特征

(1) REITs的定义

(2) REITs的分类

(3) REITs的特征

6.3.2 REITs在国外的发展现状

(1) 全球REITs发展现状分析

(2) 美国REITs发展现状分析

(3) 英国REITs发展现状分析

(4) 日本REITs发展现状分析

(5) 新加坡REITs发展现状分析

6.3.3 REITs在国内的推进现状

(1) 我国REITs推进行程缓慢

1) 缺乏大规模推行的行业基础支撑

2) 商业物业回报率低于无风险利率

3) 政策制度设计缺失、法律不健全

(2) REITs对商业地产项目运营影响

1) REITs对商业地产企业运营模式的影响

2) REITs对商业地产企业经营业绩的影响

6.4 商业地产企业融资模式创新趋势分析

6.4.1 券商资管推进REITs破冰

6.4.2 房地产信托性质的私募REITs

6.4.3 未来REITs主力仍是商业地产

6.4.4 房地产信托公募REITs尚有距离

第7章：商业地产行业标杆案例分析

7.1 万达集团商业地产模式分析

7.1.1 企业发展背景分析

(1) 发展历程与节点事件

- (2) 资产规模与业务板块
- (3) 管理团队与企业文化
- (4) 组织架构与企业管理
- 7.1.2 企业发展现状分析
 - (1) 融资模式分析
 - (2) 运营模式分析
 - (3) 盈利模式分析
 - (4) 战略合作伙伴
 - (5) 品牌发展战略
- 7.1.3 企业产品与市场分析
 - (1) 主要产品类型及系列设计
 - (2) 产品组合构成分析
 - (3) 自持/销售比例分析
 - (4) 项目业态组合分析
 - (5) 当前主要商家构成
 - (6) 项目孵化操作特点、经营周期
- 7.1.4 资本与合作模式分析
 - (1) 开发、销售、持有物业规模及构成
 - (2) 经营利润率情况分析
 - (3) 资金来源和融资渠道构成
 - 1) 主要资金来源分析
 - 2) 融资渠道构成分析
 - (4) 主要资本合作伙伴与合作模式
 - 1) 特殊的银行资金渠道
 - 2) 资产和租约抵押贷款
 - (5) 经营性指标数据分析
- 7.1.5 项目获取与开发分析
 - (1) 项目选址标准分析
 - (2) 项目获取途径分析
 - (3) 项目获取商业操作
- 7.1.6 主要的核心竞争优势
- 7.1.7 万达订单地产模式分析
 - (1) 订单地产模式运作流程
 - (2) 订单地产模式推广分析
 - (3) 订单地产模式应用要求
 - (4) 订单地产模式的优劣势
- 7.1.8 万达集团四代产品分析
 - (1) 第一代产品：单体模式分析
 - (2) 第二代产品：纯商业组合模式分析
 - (3) 第三代产品：城市综合体模式分析
 - (4) 第四代产品：万达城分析
- 7.1.9 万达广场案例分析
 - (1) 沈阳万达商业广场——败笔与转型
 - (2) 北京万达广场——万达盈利模式典范
 - (3) 宁波万达广场——第三代产品升级
- 7.2 恒隆地产商业地产模式分析**
 - 7.2.1 企业概况与历史沿革
 - (1) 企业发展概况
 - (2) 企业历史沿革
 - 7.2.2 企业总体经营情况分析
 - (1) 企业主要经济指标
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - (6) 企业经营状况优劣势
 - 7.2.3 企业资本运作策略分析
 - 7.2.4 企业在中国香港市场发展策略
 - (1) 90年代以前发展策略

- (2) 90年代初期发展策略
- (3) 1997年发展策略分析
- (4) 1997-1999年发展策略
- (5) 1999年至今的发展策略
- 7.2.5 企业在内地市场发展策略
 - (1) 内地市场发展路径分析
 - (2) 内地市场土地策略分析
 - (3) 内地项目商业模式分析
 - (4) 内地项目经营情况分析
- 7.2.6 企业在内地发展中的项目
- 7.2.7 企业管理与企业文化分析
 - (1) 企业管理架构分析
 - (2) 企业核心管理层分析
 - (3) 企业文化研究分析
 - (4) 企业的人才培养策略
 - (5) 社会投资与社会活动
- 7.3 中粮集团商业地产模式分析**
 - 7.3.1 企业概况与历史沿革
 - (1) 中粮置业发展概述
 - (2) 中粮集团地产战略
 - (3) 中粮置业发展路线
 - 7.3.2 企业资本与扩张策略
 - (1) 企业资本策略分析
 - (2) 企业扩张策略分析
 - 7.3.3 企业产品定位与经营
 - (1) 品牌核心内涵与特征
 - (2) 战略目标与组合策略
 - (3) 产品结构形态分析
 - (4) 企业经营策略创新
 - 7.3.4 企业主流产品线分析
 - (1) 商业综合体分析
 - (2) 都市综合体分析
 - (3) 区域性城市综合体分析
 - 7.3.5 大悦城商业模式分析
 - (1) 商业模式的基本特征
 - (2) 商业模式的核心价值
 - (3) 模式核心竞争力评价
 - (4) 模式发展瓶颈与难题
 - 7.3.6 大悦城系列重点项目
 - (1) 北京西单大悦城分析
 - 1) 项目主要概况
 - 2) 项目投资收益分析
 - 3) 项目商业定位分析
 - 4) 项目交通状况分析
 - 5) 项目商圈状况分析
 - 6) 项目业态组合分析
 - 7) 项目优劣势分析
 - (2) 北京朝阳大悦城分析
 - 1) 项目主要概况
 - 2) 项目投资收益分析
 - 3) 项目商业定位分析
 - 4) 项目交通状况分析
 - 5) 项目商圈状况分析
 - 6) 项目业态组合分析
 - 7) 项目优劣势分析
 - (3) 沈阳中街大悦城分析
 - 1) 项目主要概况
 - 2) 项目投资收益分析
 - 3) 项目商业定位分析

- 4) 项目交通状况分析
- 5) 项目商圈状况分析
- 6) 项目业态组合分析
- 7) 项目优劣势分析
- (4) 天津大悦城分析
 - 1) 项目主要概况
 - 2) 项目投资收益分析
 - 3) 项目商业定位分析
 - 4) 项目交通状况分析
 - 5) 项目商圈状况分析
 - 6) 项目业态组合分析
 - 7) 项目优劣势分析
- (5) 上海大悦城分析
 - 1) 项目主要概况
 - 2) 项目投资收益分析
 - 3) 项目商业定位分析
 - 4) 项目交通状况分析
 - 5) 项目商圈状况分析
 - 6) 项目业态组合分析
 - 7) 项目优劣势分析
- (6) 杭州大悦城分析
 - 1) 项目主要概况
 - 2) 项目投资收益分析
 - 3) 项目商业定位分析
 - 4) 项目交通状况分析
 - 5) 项目商圈状况分析
 - 6) 项目业态组合分析
 - 7) 项目优劣势分析
- (7) 成都大悦城分析
 - 1) 项目主要概况
 - 2) 项目投资收益分析
 - 3) 项目商业定位分析
 - 4) 项目交通状况分析
 - 5) 项目商圈状况分析
 - 6) 项目业态组合分析
 - 7) 项目优劣势分析

7.4 华润置地商业地产模式分析

- 7.4.1 企业概况与历史沿革
 - (1) 企业发展概况
 - (2) 企业历史沿革
- 7.4.2 企业总体经营情况分析
 - (1) 企业主要经济指标
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - (6) 企业经营状况优劣势
- 7.4.3 企业差异化商业模式
 - (1) 业务定位分析
 - (2) 利润结构分析
 - (3) 增长方式分析
 - (4) 增值服务分析
- 7.4.4 万象城项目产品概况
 - (1) 项目产品特点
 - (2) 项目背景分析
 - (3) 开发团队分析
 - (4) 项目开发步骤
- 7.4.5 万象城项目定位与业态
 - (1) 项目整体定位

- (2) 项目功能构成
- (3) 物业类型配置
- (4) 主力店铺形态
- 7.4.6 万象城财务运营分析
- 7.4.7 万象城经营策略分析
- 7.4.8 万象城价值KPI体系
- 7.4.9 万象城项目案例分析
 - (1) 万象城第一城——深圳华润中心·万象城
 - (2) 万象城第二城——杭州华润新鸿基·万象城
 - (3) 万象城第三城——沈阳华润中心·万象城
 - (4) 万象城第四城——成都华润二十四城·万象城
 - (5) 万象城第五城——南宁华润中心·万象城
 - (6) 万象城第六城——郑州华润中心·万象城
 - (7) 万象城第七城——青岛华润中心·万象城
 - (8) 万象城第八城——合肥华润中心·万象城
 - (9) 万象城第九城——重庆华润二十四城·万象城
 - (10) 万象城第十城——无锡华润新鸿基·万象城
- 7.5 凯德商用商业地产模式分析**
 - 7.5.1 企业概况与历史沿革
 - (1) 凯德中国背景分析
 - (2) 凯德中国历史沿革
 - (3) 凯德商用发展概况
 - 7.5.2 企业总体经营情况分析
 - (1) 企业主要指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - (6) 企业经营状况优劣势
 - 7.5.3 企业发展战略分析
 - (1) 企业业务模式分析
 - (2) 企业业务架构分析
 - (3) 企业发展战略分析
 - 7.5.4 企业主要产品线分析
 - (1) 来福士项目分析
 - (2) 凯德广场项目分析
 - (3) 凯德龙之梦广场项目分析
 - 7.5.5 企业产品项目规模分析
 - (1) 已开发项目规模分析
 - (2) 未来项目规划投资分析
- 7.6 宝龙地产商业地产模式分析**
 - 7.6.1 企业发展背景分析
 - (1) 企业发展概况
 - (2) 企业历史沿革
 - (3) 企业定位与业务结构
 - (4) 企业发展阶段
 - (5) 企业管控和治理
 - 1) 垂直管理与公司运营
 - 2) 集团及项目管控分析
 - 7.6.2 企业总体经营情况分析
 - (1) 企业主要经济指标
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - (6) 企业经营状况优劣势
 - 7.6.3 企业发展现状分析
 - (1) 业务结构与发展战略
 - (2) 区域发展策略分析

- (3) 产品定位分析
- (4) 盈利模式分析
- (5) 品牌发展策略分析
- (6) 战略合作伙伴分析
- 7.6.4 企业资本与合作
 - (1) 资金渠道构成分析
 - (2) 资金合作伙伴和资金结构
- 7.6.5 企业土地获取与开发
 - (1) 项目区域分布、选址标准、开发模式
 - (2) 项目获取途径分析
 - (3) 项目获取的商业操作
- 7.6.6 企业产品与市场分析
 - (1) 主要产品类型及系列设计
 - (2) 自持/销售比例、租售组合模式
 - (3) 主要客户、业态组合
 - (4) 项目孵化操作特点、经营周期
- 7.6.7 企业典型项目分析
 - (1) 天津宝龙城市广场分析
 - (2) 上海宝龙城市广场分析
 - (3) 青岛宝龙城市广场分析
 - (4) 杭州宝龙城市广场分析
 - (5) 烟台宝龙城市广场分析
 - (6) 福州宝龙城市广场分析
- 7.7 富力地产商业地产模式分析**
 - 7.7.1 企业概况与历史沿革
 - (1) 企业发展概况
 - (2) 企业历史沿革
 - 7.7.2 企业总体经营情况分析
 - (1) 企业主要经济指标
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - (6) 企业经营状况优劣势
 - 7.7.3 企业产品理念与定位
 - (1) 企业项目理念分析
 - (2) 企业项目定位分析
 - (3) 企业项目区位分析
 - 7.7.4 企业运营管理分析
 - 7.7.5 企业收益模式分析
 - 7.7.6 企业发展方向分析
 - 7.7.7 企业发展策略分析
- 7.8 深国投商置商业地产模式分析**
 - 7.8.1 企业背景分析
 - (1) 深国投发展概述
 - (2) 发展历程与企业定位
 - (3) 股权、企业管理与文化
 - 7.8.2 企业发展现状
 - (1) 业务发展与区域投资
 - (2) 发展模式基本定位
 - (3) 企业盈利模式分析
 - (4) 商业地产项目策略
 - (5) 企业品牌发展战略
 - 7.8.3 企业产品与市场
 - (1) 产品类型与租金分析
 - (2) 业态调整孵化过程
 - 7.8.4 企业资本与合作
 - (1) 持有物业规模及构成
 - (2) 企业融资渠道构成

- 7.8.5 企业项目获取与开发
 - (1) 拿地方式、选址标准
 - (2) 项目获取的优势资源和商业操作
 - (3) 沃尔玛品牌价值和土地优惠程度
- 7.8.6 企业主要产品分析
 - (1) 印象城分析
 - (2) 新一城分析
 - (3) 深国投广场分析

图表目录

- 图表1: 商业地产的分类 (按使用功能)
- 图表2: 商业地产的分类 (按服务对象和辐射范围)
- 图表3: 我国商业地产发展历程的五个阶段
- 图表4: 商业地产行业的发展历程
- 图表5: 2010-2015年我国GDP增长情况及同比增长率 (单位: 万亿元, %)
- 图表6: 35个一二线城市人均GDP和人均商业地产销售面积的关系 (单位: 元, 平方米)
- 图表7: 我国城镇化水平发展进程 (单位: %)
- 图表8: 我国正处于城市化进程加速阶段 (单位: %)
- 图表9: 我国城镇居民人均可支配收入及同比增速 (单位: 元, %)
- 图表10: 我国城镇居民人均消费性支出及同比增速 (单位: 元, %)
- 图表11: 我国社会消费品零售额及同比增速 (单位: 亿元, %)
- 图表12: 35个一二线城市人均可支配收入和商业地产价格的关系 (单位: 元, 元/平方米)
- 图表13: 我国商服用地供应规模 (单位: 万公顷, %)
- 图表14: 国有建设用地出让面积和出让价款变化情况 (单位: 万公顷, 亿元, %)
- 图表15: 我国一线城市土地整体供给情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表16: 我国一线城市商办用地供给情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表17: 我国一线城市土地成交面积情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表18: 我国一线城市土地成交金额情况 (单位: 亿元, %)
- 图表19: 我国一线城市商办土地成交面积情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表20: 我国一线城市商办土地成交金额情况 (单位: 亿元, %)
- 图表21: 我国二线城市土地整体供给情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表22: 我国二线城市商办土地供给情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表23: 我国二线城市土地成交面积情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表24: 我国二线城市土地成交金额情况 (单位: 亿元, %)
- 图表25: 我国二线城市商办土地成交面积情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表26: 我国二线城市商办土地成交金额情况 (单位: 亿元, %)
- 图表27: 我国三四线城市土地整体供给情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表28: 我国三四线城市商办土地供给情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表29: 我国三四线城市土地成交面积情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表30: 我国三四线城市土地成交金额情况 (单位: 亿元, 元/平方米)
- 图表31: 我国三四线城市商办土地成交面积情况 (单位: 万平方米, %)
- 图表32: 我国三四线城市商办土地成交金额情况 (单位: 亿元, 元/平方米)
- 图表33: 日本房地产发展的四个阶段
- 图表34: 我国一、二、三、四线城市常住人口/户籍人口
- 图表35: 日本房地产发展四个阶段主要影响因素
- 图表36: 我国商业地产投资增量在房地产投资增量中的比例 (单位: %)
- 图表37: 2009-2015年我国商业地产开发投资规模及同比增速 (单位: 亿元, %)
- 图表38: 2009-2015年我国商业地产施工面积及同比增速 (单位: 万平方米, %)
- 图表39: 2009-2015年我国商业地产新开工面积及同比增速 (单位: 万平方米, %)
- 图表40: 2009-2015年我国商业地产竣工面积及同比增速 (单位: 万平方米, %)
- 图表41: 2009-2015年我国商业地产销售面积及同比增速 (单位: 万平方米, %)
- 图表42: 2009-2015年我国商业地产销售金额同比增速 (单位: 亿元, %)
- 图表43: 2009-2015年我国商业地产价格走势 (单位: 元/平方米)
- 图表44: 2009-2015年我国商业地产销售价格同比增速 (单位: %)
- 图表45: 2009-2015年我国商业地产竣工比走势

- 图表46: 商业地产、住宅地产吸引力评估要素
- 图表47: 商业地产、住宅地产吸引力评估
- 图表48: 商业地产、住宅地产吸引力评估结果
- 图表49: 商业地产、住宅地产吸引力指数
- 图表50: 正佳广场的租金梯度 (单位: 元/平方米/月)
- 图表51: 商业地产主要工程费用
- 图表52: 影响产品价值定价的因素
- 图表53: 市场竞争定价需要考虑的因素
- 图表54: 商业地产带条件物权转移定价促销手段
- 图表55: 商业地产项目进行利润预测的主要步骤与内容
- 图表56: 商业物业项目的营销推广流程
- 图表57: 写字楼与住宅需求比较
- 图表58: 写字楼营销差异化方式
- 图表59: 针对写字楼产品的四种价格策略
- 图表60: 商业街的细分
- 图表61: 案例——某商业街的定位启示录
- 图表62: 几种主要的商业街经营模式
- 图表63: 我国专业市场的分类
- 图表64: 商业地产完全销售模式的优劣势
- 图表65: 商业地产完全持有模式的优劣势
- 图表66: 商业地产售后回租模式的优劣势
- 图表67: 目标市场选择策略
- 图表68: 商业地产“目标市场选择策略”与“适合业态”示意图
- 图表69: 商业地产定位流程图
- 图表70: 商圈结构示意图
- 图表71: 百货店业态的特征
- 图表72: 超级市场业态的特征
- 图表73: 大型综合超市业态的特征
- 图表74: 便利店业态的特征
- 图表75: 购物中心业态的特征
- 图表76: 仓储式商场业态的特征
- 图表77: 各业态的作用和意义差别
- 图表78: 2010-2015年写字楼开发投资规模及同比增速 (单位: 亿元, %)
- 图表79: 2009-2015年写字楼开发施工面积及同比增速 (单位: 万平方米, %)
- 图表80: 2009-2015年写字楼开发新开工面积及同比增速 (单位: 万平方米, %)
- 图表81: 2009-2015年写字楼开发竣工面积及同比增速 (单位: 万平方米, %)
- 图表82: 2009-2015年写字楼销售面积及同比增速 (单位: 万平方米, %)
- 图表83: 2009-2015年写字楼销售金额及同比增速 (单位: 亿元, %)
- 图表84: 2009-2015年写字楼销售价格及同比增速 (单位: 元/平方米, %)
- 图表85: 我国一线城市优质写字楼空置率走势 (单位: %)
- 图表86: 我国一线城市优质写字楼租金变化趋势 (单位: 元/平方米·月)
- 图表87: 我国二线城市优质写字楼空置率走势 (单位: %)
- 图表88: 我国二线城市优质写字楼租金变化趋势 (单位: 元/平方米·月)
- 图表89: 全国星级饭店经营情况统计表 (一) (单位: 家, 亿元, %)
- 图表90: 全国星级饭店经营情况统计表 (二) (单位: 家, 亿元, %)
- 图表91: 全国星级饭店经营情况平均指标比较 (按星级分) (单位: %)
- 图表92: 美国购物中心基本分类 (单位: 平方英尺, 英里)
- 图表93: 中国购物中心的基本分类
- 图表94: 按位置 (影响力) 分类的购物中心类型
- 图表95: 按建筑物形式分类的购物中心类型
- 图表96: 按商业主题分类的购物中心类型
- 图表97: 国内十大有代表性购物中心的类型及操作策略
- 图表98: 2009-2015年我国商业营业用房完成投资额及同比增速 (单位: 亿元, %)
- 图表99: 中国购物中心城市分布数量图 (单位: 家)
- 图表100: 中国三大经济圈所辖城市购物中心普及度 (单位: %)
- 图表101: 中国购物中心业态构成示意图 (单位: %)
- 图表102: 购物中心业态比例国际标准与国内统计结果差异表 (单位: %)
- 图表103: 不同区域购物中心业态组成对比图 (单位: %)
- 图表104: 不同区域的购物中心主力店和次主力店所占面积对比 (单位: %)

- 图表105: 国内10家购物中心主力店情况表
图表106: 不同区域购物中心主力店特色表
图表107: 正大广场业态构成图 (单位: %)
图表108: 正大广场主力店情况表 (单位: %)
图表109: 不同区域购物中心零售业态情况表 (单位: %)
图表110: 不同区域购物中心餐饮业态情况表 (单位: %)
图表111: 不同区域购物中心娱乐业态情况表 (单位: %)
图表112: 不同区域购物中心进驻品牌情况图
图表113: 购物中心的业态布局原则
图表114: 国内购物中心业态规划特征图
图表115: 全国18个重点城市的城市综合体存量 (按体量排序) (单位: 万平方米, 个)
图表116: 全国20个重点城市的城市综合体存量区域属性 (按面积) (单位: %)
图表117: 轨道交通相对发达城市的城市综合体存量区域属性与轨道交通情况 (按数量) (单位: %)
图表118: 全国20个重点城市的城市综合体区域属性与物业组合 (单位: %)
图表119: 1995-2015年全国20个重点城市的城市综合体面积增长及预测情况 (单位: 万平方米)
图表120: 1995-2015年全国20个重点城市的城市综合体数量增长及预测情况 (单位: 个)

……略

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!