

2012-2016年中国休闲化商业业态行业市场分析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

《2012-2016年中国休闲化商业业态行业市场分析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/maoyi1204/J0438029JM.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】2012-04-13

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国休闲化商业业态行业市场分析与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了休闲化商业业态相关概述、中国休闲化商业业态市场运行环境等，接着分析了中国休闲化商业业态市场发展的现状，然后介绍了中国休闲化商业业态重点区域市场运行形势。随后，报告对中国休闲化商业业态重点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲化商业业态行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲化商业业态产业有个系统的了解或者想投资休闲化商业业态行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国休闲化商业业态行业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

商业业态是指针对特定消费者的特定需要，按照一定的战略目标，有选择地运用商品经营结构、店铺位置、店铺规模、店铺形态、价格政策、销售方式、销售服务等经营手段，提供销售和服务的类型化经营形态。

第一节 商业业态的内涵界定及分类

- 一、单体商业业态（零售购物、餐饮服务、文化娱乐）
- 二、组合商业业态主要包括购物中心和特色商业街

第二节 商业业态演进理论研究

- 一、车轮理论
- 二、适者生存理论
- 三、综合化与专业化循环理论
- 四、辩证过程理论
- 五、真空地带理论
- 六、生命周期理论

第三节 消费观念和消费方式的变迁

- 一、发展型需求、享受型需求成为重要的消费趋势
- 二、消费体验成为影响人们进行商业消费的重要变量

第四节 休闲化商业业态将成为大势所趋

- 一、商业业态混合化打造一站式消费体验
- 二、商业业态娱乐化成为休闲化商业业态的重要手段
- 三、商业业态文化化是休闲化商业业态的重要表征

第二章 商业业态与城市发展研究

第一节 中国城市商业发展与商业业态发展的两个特点

- 一、现代商业业态在中国城市的发展中担当主角
- 二、现代商业业态在中国大型城市中导入发展快但生命周期缩短

第二节 中国城市现代商业业态发展演变的因素分析

- 一、超级市场（Supermarket）
- 二、大型综合超市（大卖场Hypermarket）
- 三、便利店(CVS)——上海——中国便利店发展的摇篮

第三节 商业业态规划

第四节 休闲商业业态表征

- 一、商业业态混合化打造一站式消费体验
- 二、商业业态娱乐化成为休闲商业业态重要手段
- 三、商业业态文化化是休闲商业业态的重要表征

第三章 中国休闲商业运行环境分析

第一节 国内休闲商业经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国休闲商业经济发展预测分析

第二节 中国休闲商业行业政策环境分析

第四章 中国休闲商业业态整体运行新形势分析

第一节 2011-2012年中国休闲商业业态动态聚焦

- 一、休闲商业地产搅动商圈变局
- 二、休闲商业模式挺进大粤北

第二节 2011-2012年中国休闲商业特点分析

- 一、奢侈性

二、个性化和市场高度细分

三、学习与体验

四、升级换代更新快

五、复合功能经营形态

六、高增殖性

七、休闲的环境及产品集聚共生

八、以人为本的人文关怀

第三节 2011-2012年中国休闲商业现状综述

一、中国商业地产开发热 休闲商业项目比例占大头

二、休闲街商业网点业态结构研究

第五章 零售购物

第一节 精品服饰专卖店

第二节 时尚用品专卖店

第三节 户外运动装备

第四节 旅游商品专卖店

第六章 特色餐厅

第一节 素食餐厅

第二节 自助餐厅

第三节 休闲餐厅

第四节 音乐餐厅

第五节 画廊餐厅

第六节 名人餐厅

第七节 水晶餐厅

第七章 咖啡茶饮

第一节 咖啡酒吧

一、动感激情吧

二、艺术沙龙吧

三、温馨浪漫吧

四、自由休闲吧

五、浓情咖啡吧

六、特殊体验吧

七、数字艺术吧

八、影视故事吧

第二节 茶艺茶馆

一、文化旺角茶馆

二、特色茶餐厅

三、特色茶饮馆

第八章 美容健身

第一节 健康美容

一、科技美容

二、商务美容业

三、男士美容院

四、3S美容院

第二节 SPA

第三节 健身娱乐

一、户外运动俱乐部

二、都市健身中心

第九章 文化娱乐

第一节 连锁书店

一、会员制书店

二、多功能书店

三、休闲图书馆

第二节 画廊艺馆

一、画廊

二、艺术馆

三、博物馆

第三节 视听娱乐

一、电影院

二、小剧院

三、数字娱乐

第四节 生活娱乐

一、厨艺培训

二、花艺培训

三、陶艺休闲吧

第十章 室内乐园

第一节 儿童体验城

一、美国Wannado乐园

二、东京儿童职场体验城Kidzania

第二节 水上乐园

第三节 欢乐世界

一、汤姆熊欢乐世界

二、三丽鸥室内彩虹乐园

第十一章 旅游度假

第一节 旅游服务

一、旅行社

二、旅游中介服务

三、网络旅游服务

第二节 度假酒店

一、分时度假酒店

二、产权式度假酒店

三、特色度假酒店

第十二章 2011-2012年中国购物中心深度调研

第一节 购物中心的一般特征

一、购物中心的主要设施

1、商业

2、餐饮

3、文化娱乐

4、服务

5、附属设施

二、购物中心在商业业态设置布局原则

三、购物中心的商业招商与经营管理原则

第二节 购物中心可分为八种类型

第三节 休闲化购物中心的打造

一、通过时尚精品的汇聚打造时尚/专卖中心

二、通过主题娱乐设施打造主题/欢乐中心

三、基于开放围合形态打造户外生活方式中心

第十三章 中国购物中心的运营分析

第一节 2011-2012年购物中心的各种模式盘点

一、按开发商背景或经营管理的模式划分

二、按商场面积规模分类

三、按定位档次分类

四、按选址地点分类

五、按国际购物中心协会的分类

六、根据业态复合度划分

第二节 2011-2012年中国购物中心的经营策略探讨

一、购物中心成功运营的关键要素

二、购物中心面临的经营难题及应对策略

三、购物中心需要确立合适的商业业态

四、大型购物中心的品牌经营策略分析

五、大型购物中心可持续发展的综合方案

第三节 2011-2012年中国购物中心的管理思路分析

一、购物中心的管理特性及走势分析

二、购物中心的信息化管理策略探讨

三、购物中心的工程管理方案分析

四、购物中心的管理建议

第四节 2011-2012年中国购物中心的完整营销推广方案探索

一、创造特色形象和产品展示

二、实行顾客导向的满足需求规划

三、拟定完整的营销推广策略

四、建立一支营销推广的专业团队

第五节 2011-2012年中国购物中心的价值评估与盈利方法分析

一、购物中心的价值计算方法

二、Shopping Mall盈利效果不佳的缘由分析

三、Shopping Mall的盈利模式选择

四、Shopping Mall的商业利润挖掘

第十四章 中国特色商业街分析

第一节 特色商业街特征及类型

第二节 2011-2012年中国特色商业街概况

一、我国商业步行街发展大体经历了3个阶段

- 1、单纯的商业场所，光顾者以购物为主；
- 2、更多体现以人为本思想，配套功能相继出现；
- 3、成为社会活动中心

二、呈现出以下的特点：

- 1、注重规模集群效应
- 2、建筑风格多样化

三、著名的特色商业步行街数量

四、中国著名商业步行街和中国特色商业步行街评选标准

第三节 2011-2012年中国休闲化特色商业街的打造

一、通过多功能组合打造特色商业街

二、基于异域文化打造特色风情街

三、基于产品特色打造特色商业街

四、基于建筑特色打造特色商业街

第四节 2011-2012年中国特色商业步行街

一、北京马连道茶叶一条街

二、天津古文化街

三、杭州丝绸城

四、上海虹梅休闲街

五、重庆山药广场

六、昆明金马碧鸡旅游商城

七、沈阳三好街

八、东莞富民商业步行街

九、宁波天一广场

十、成都科技一条街

第五节 2011-2012年中国商业步行街的主要表现形态及代表

一、商业服务最繁华的街路，功能定位以经营综合性商业为主

二、历史传统街路，功能定位突出以吃为主

三、行业特色街路，功能定位主要经营专业商品

第六节 我国商业步行街存在的问题及原因探析

一、建筑风格完全照搬照抄，缺乏商业步行街自身的灵魂

二、功能配置不合理，特色不够鲜明

三、过度商业化，缺乏本土特色的历史文化内涵

四、商业步行街旅游、休闲娱乐功能不足，基础设施欠缺

第十五章 2012-2016年中国休闲商业新趋势分析

第一节 2012-2016年中国休闲商业地产发展趋势

一、追求生活的享受，休闲第一

二、环境第一

三、业态专精

四、消费高端

五、开发成本低，经营利润高

第二节 2012-2016年中国休闲商业业态潜在的商业机会和商业挑战

一、SHOPPINGMALL发展结构性过剩

二、专业市场与特色商业街行情看涨

三、主题商业的开发逐渐成趋势

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

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/maoyi1204/J0438029JM.html>