

2018-2024年中国奥特莱斯 行业市场监测与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国奥特莱斯行业市场监测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.chinairr.org/report/R09/R0905/201804/13-258427.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

“奥特莱斯”是英文OUTLETS的中文直译。其英文原意是“出口、出路、排出口”的意思，在零售商业中专指由销售名牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心，因此也被称为“品牌直销购物中心”。

奥特莱斯（Outlets）最早诞生于美国，迄今已有近一百年的历史。Outlets最早就是“工厂直销店”专门处理工厂尾货。后来逐渐汇集，慢慢形成类似Shopping Mall的大型Outlets购物中心，并逐渐发展成为一个独立的零售业态。虽然Factory Outlet这种业态在美国已有100年的历史，但真正有规模的发展是从1970年左右开始的。但随着社会和人们生活水平不断提高的需求，越来越多的城市开始建设奥特莱斯，可见奥特莱斯未来的发展前景十分乐观。

报告目录：

第1章 奥特莱斯开发与运营发展综述

1.1 奥特莱斯的发展意义

1.1.1 奥特莱斯的社会价值

1.1.2 奥特莱斯的投资者价值

1.1.3 奥特莱斯的品牌商价值

1.1.4 奥特莱斯的消费者价值

1.2 奥特莱斯与其他业态相比

1.2.1 奥特莱斯与购物中心

1.2.2 奥特莱斯与城市综合体

1.3 奥特莱斯现状及主要问题

1.3.1 奥特莱斯产生的外因分析

（1）经济增长酝酿发展空间

（2）居民品牌意识增强带来需求

（3）不景气百货转型奥特莱斯

1.3.2 奥特莱斯生命周期分析

1.3.3 奥特莱斯发展现状分析

（1）奥特莱斯发展规模分析

（2）奥特莱斯盈利能力分析

（3）奥特莱斯供货困境

(4) 奥特莱斯竞争现状分析

(5) 奥特莱斯SWOT分析

1.3.4 奥特莱斯面临的问题与瓶颈

(1) 奥特莱斯主要面临的问题

(2) 奥特莱斯主要发展瓶颈分析

第2章 奥特莱斯开发与运营环境分析

2.1 经济环境分析

2.1.1 GDP增长轨迹分析

2.1.2 金融机构贷款投向

2.1.3 贸易发展规模分析

2.1.4 经济发展对奥特莱斯的影响分析

2.2 消费环境分析

2.2.1 居民消费结构分析

2.2.2 居民消费能力分析

(1) 人均GDP增长分析

(2) 城乡居民收入分析

(3) 城乡居民储蓄率分析

2.2.3 居民消费倾向分析

2.2.4 居民消费信心分析

2.2.5 消费环境对奥特莱斯的影响分析

2.3 商业环境分析

2.3.1 零售行业发展规模

2.3.2 零售行业盈利分析

2.3.3 零售行业运营分析

2.3.4 零售行业偿债分析

2.3.5 商业环境对奥特莱斯的影响分析

2.4 奢侈品市场消费趋势

2.4.1 我国奢侈品市场现状

(1) 中国奢侈品消费市场现状

(2) 我国奢侈品消费者特征

(3) 我国奢侈品消费概况

2.4.2 奢侈品消费趋势分析

- (1) 国内奢侈品消费将持续增加
- (2) 内地市场奢侈品消费潜力不容忽视
- (3) 消费者将更加注重消费体验
- (4) 网络将成为奢侈品信息的主要来源

2.4.3 奢侈品消费奥特莱斯带来的投资机会

第3章 国际奥特莱斯开发与运营分析

3.1 国际奥特莱斯开发与建设分析

3.1.1 国外奥特莱斯的历史演进

3.1.2 国外奥特莱斯的特点与经验

3.1.3 国外奥特莱斯的发展趋势

- (1) 并购步伐加快，经营集中度提高
- (2) 业态异化明显，走向多业态经营

3.1.4 全球四大奥特莱斯区域分析

- (1) 欧洲奥特莱斯区域分析
- (2) 美洲奥特莱斯区域分析
- (3) 大洋洲奥特莱斯区域分析
- (4) 亚洲奥特莱斯区域分析

3.2 美国奥特莱斯开发与建设分析

3.2.1 奥特莱斯主要发展特点

- (1) 主要的建设形式
- (2) 奥特莱斯经营方式分析
- (3) 地理分布特征分析
- (4) 集团垄断特征分析

3.2.2 奥特莱斯发展现状分析

- (1) 奥特莱斯现状与规模分析
- (2) 奥特莱斯的发展趋势分析

3.2.3 主要经典项目分析

3.3 欧洲奥特莱斯开发与建设分析

3.3.1 奥特莱斯主要发展特点

3.3.2 奥特莱斯发展现状分析

- (1) 奥特莱斯现状与规模分析
- (2) 奥特莱斯的发展趋势分析
- 1) 物业形态日趋丰富
- 2) 业态多元化趋向明显
- 3.3.3 主要经典项目分析
- 3.4 日本奥特莱斯开发与建设分析
- 3.4.1 奥特莱斯主要发展特点
- 3.4.2 奥特莱斯发展现状分析
- (1) 奥特莱斯现状与规模分析
- (2) 奥特莱斯的发展趋势分析
- 3.4.3 主要经典项目分析
- 3.5 韩国奥特莱斯开发与建设分析
- 3.5.1 奥特莱斯主要发展特点
- 3.5.2 奥特莱斯发展现状分析
- (1) 奥特莱斯现状与规模分析
- (2) 奥特莱斯的发展趋势分析
- 3.5.3 主要经典项目分析

第4章 奥特莱斯投资建设与运营分析

- 4.1 奥特莱斯的投融资分析
- 4.1.1 奥特莱斯的投资风险分析
- (1) 招商困难，品牌保障有限
- (2) 货源不稳定，消费体验下降
- (3) 我国消费者消费能力有待提高
- 4.1.2 奥特莱斯的投资规模分析
- (1) 消费能力不足影响奥莱的投资规模
- (2) 经济圈辐射力影响奥莱的投资规模
- 4.1.3 奥特莱斯的盈利模式分析
- (1) 联营模式盈利分析
- (2) 租赁模式盈利分析
- (3) 自营模式盈利分析
- (4) 托管模式盈利分析

4.2 奥特莱斯投资可行性分析

4.2.1 奥特莱斯的选址条件分析

- (1) 区域级别
- (2) 人口规模
- (3) 经济基础
- (4) 环境资源
- (5) 交通规划
- (6) 市政配套

4.2.2 奥特莱斯的建设规模分析

- (1) 项目定位
- (2) 用地规模
- (3) 建筑面积
- (4) 功能分区
- (5) 建设内容
- (6) 投资强度

4.2.3 奥特莱斯的项目效益分析

- (1) 经济效益
- (2) 社会效益

4.3 奥特莱斯投资规划分析

4.3.1 奥特莱斯规划设计分析

- (1) 庄园式奥特莱斯
- (2) 城堡式奥特莱斯
- (3) 大卖场式奥特莱斯
- (4) 百货式奥特莱斯

4.3.2 奥特莱斯项目招商分析

- (1) 奥特莱斯品牌供应商分析
- (2) 奥特莱斯招商策略分析

4.3.3 奥特莱斯产业配套分析

- (1) 奥特莱斯物流业分析
- (2) 奥特莱斯会展业分析
- (3) 奥特莱斯商业住宅分析
- (4) 奥特莱斯餐饮机构分析

4.4 奥特莱斯经营模式分析

4.4.1 联营模式分析

4.4.2 租赁模式分析

4.4.3 自营模式分析

4.4.4 托管模式分析

4.5 奥特莱斯运营模式分析

4.5.1 奥特莱斯的经营管理分析

4.5.2 奥特莱斯的采购组织分析

4.5.3 奥特莱斯的商品计划分析

4.5.4 奥特莱斯的谈判购买分析

4.5.5 奥特莱斯的利润评估分析

4.6 奥特莱斯营销模式分析

4.6.1 营销模式对奥特莱斯的重要性分析

4.6.2 目前国内奥特莱斯主要的营销模式

4.6.3 国内奥特莱斯营销策略分析与建议

(1) 要有鲜明的市场定位

(2) 进行本土化的创新经营

(3) 加强现代化的渠道管理

(4) 重视优质的服务与环境

(5) 如何实施多样化的促销

4.6.4 新营销理念的导入将增加新价值

(1) 奥特莱斯的体验营销分析

(2) 奥特莱斯的娱乐营销分析

(3) 奥特莱斯的时尚营销分析

4.7 奥特莱斯投资开发建议

4.7.1 奥特莱斯的选址建议

4.7.2 奥特莱斯的客源建议

4.7.3 奥特莱斯的规划建议

4.7.4 奥特莱斯的分区建议

4.7.5 奥特莱斯的规模建议

4.7.6 奥特莱斯的经营建议

4.7.7 奥特莱斯的招商建议

4.7.8 奥特莱斯的货源建议

4.7.9 奥特莱斯的公关建议

4.8 奥特莱斯经典项目个案分析

4.8.1 北京燕莎奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

(5) 项目建筑风格

(6) 项目规划布局

(7) 项目功能分区

(8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

(12) 招商渠道与策略

4.8.2 上海青浦百联奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

(5) 项目建筑风格

(6) 项目规划布局

(7) 项目功能分区

(8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

(12) 招商渠道与策略

4.8.3 重庆太平洋西部奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

- (3) 项目投资分析
- (4) 项目定位分析
- (5) 项目规划布局
- (6) 项目功能分区
- (7) 项目主要客源
- (8) 业态组合与布局
- (9) 品牌构成分析
- (10) 项目经营模式
- (11) 招商渠道与策略

4.8.4 香港东荟城名店仓分析

- (1) 项目区位分析
- (2) 项目规模分析
- (3) 项目投资分析
- (4) 项目定位分析
- (5) 项目建筑风格
- (6) 项目规划布局
- (7) 项目功能分区
- (8) 项目主要客源
- (9) 业态组合与布局
- (10) 品牌构成分析
- (11) 项目经营模式
- (12) 招商渠道与策略

4.8.5 北京赛特奥特莱斯分析

- (1) 项目区位分析
- (2) 项目规模分析
- (3) 项目投资分析
- (4) 项目定位分析
- (5) 项目建筑风格
- (6) 项目规划布局
- (7) 项目功能分区
- (8) 项目主要客源
- (9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

(12) 招商渠道与策略

4.8.6 成都时代奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

(5) 项目建筑风格

(6) 项目规划布局

(7) 项目功能分区

(8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

4.8.7 上海东方狐狸城奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

(5) 项目建筑风格

(6) 项目规划布局

(7) 项目功能分区

(8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

4.8.8 北京爱家奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

- (5) 项目建筑风格
- (6) 项目规划布局
- (7) 项目功能分区
- (8) 项目主要客源
- (9) 业态组合与布局
- (10) 品牌构成分析
- (11) 项目经营模式

4.8.9 上海枫泾环球奥莱斯购物园分析

- (1) 项目区位分析
- (2) 项目规模分析
- (3) 项目投资分析
- (4) 项目定位分析
- (5) 项目建筑风格
- (6) 项目规划布局
- (7) 项目功能分区
- (8) 项目主要客源
- (9) 业态组合与布局
- (10) 品牌构成分析
- (11) 项目经营模式

第5章 线上（Online）奥特莱斯分析

5.1 线上（Online）奥特莱斯发展概况

5.2 现有线上（Online）奥特莱斯模式

5.2.1 “第五大道网站”经营分析

5.2.2 “奥特莱斯在线”经营分析

5.2.3 淘宝网的奥特莱斯模式经营分析

5.3 线上（Online）奥特莱斯模式分析

5.3.1 线上奥特莱斯的代购模式

5.3.2 线上奥特莱斯的代理模式

5.3.3 线上奥特莱斯的自营模式

第6章 国内奥特莱斯区域市场投资机会分析

6.1 环渤海经济区

6.1.1 地理位置及历史起源

6.1.2 区域经济现状分析

6.1.3 土地供需现状分析

6.1.4 商业市场发展分析

6.1.5 重点省市奥特莱斯分析

(1) 北京市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(2) 天津市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(3) 青岛市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

6.2 长三角经济区

6.2.1 地理位置及历史起源

6.2.2 经济区域现状分析

6.2.3 土地供需现状分析

6.2.4 商业市场发展分析

6.2.5 重点省市奥特莱斯分析

(1) 上海市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(2) 浙江省奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(3) 江苏省奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

6.3 珠三角经济区

6.3.1 地理位置及历史起源

6.3.2 经济区域现状分析

6.3.3 土地供需现状分析

6.3.4 商业市场发展分析

6.3.5 重点省市奥特莱斯分析

(1) 深圳市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(2) 广州市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

6.4 成渝经济区

6.4.1 地理位置及历史起源

6.4.2 经济区域现状分析

6.4.3 土地供需现状分析

6.4.4 商业市场发展分析

6.4.5 成都市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

- (1) 成都市奥特莱斯市场政策与规划
- (2) 成都市奥特莱斯市场的需求潜力
- (3) 成都市奥特莱斯市场的业态布局
- (4) 成都市奥特莱斯市场的位置分布
- (5) 成都市奥特莱斯市场的竞争格局
- (6) 成都市奥特莱斯市场的经营效益
- (7) 成都市奥特莱斯投资建设

第7章 奥特莱斯开发与运营标杆企业分析

7.1 国际奥特莱斯开发与运营企业经营分析

7.1.1 美国Tanger奥特莱斯集团经营分析

- (1) 企业主要概况
- (2) 企业经典项目分析
- (3) 企业在华投资分析
- (4) 企业最新发展动向

7.1.2 美国西蒙地产集团经营分析

- (1) 企业主要概况
- (2) 企业产品业务分析
- (3) 企业经典项目分析
- (4) 企业在华投资分析
- (5) 企业最新发展动向

7.1.3 三井不动产株式会社经营分析

- (1) 企业主要概况
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品业务分析
- (4) 企业项目管控分析
- (5) 企业经典项目分析
- (6) 企业在华投资分析
- (7) 企业最新发展动向

7.2 国内奥特莱斯开发与运营企业经营分析

7.2.1 奥特莱斯投资运营商经营分析

- (1) 奥特莱斯（中国）有限公司经营分析

（2）香港SPACE商业经营管理集团经营分析

7.2.2 奥特莱斯房地产开发企业经营分析

（1）北京首创股份有限公司经营分析

（2）上置集团有限公司经营分析

7.2.3 奥特莱斯零售运营企业经营分析

（1）中国春天百货集团有限公司经营分析

（2）北京首商集团股份有限公司经营分析

（3）上海友谊集团股份有限公司经营分析

（4）长春欧亚集团股份有限公司经营分析

7.2.4 奥特莱斯投资机构经营分析

（1）中国基建投资有限公司经营分析

（2）杉杉控股有限公司经营分析

（3）东方基业投资集团经营分析

第8章 奥特莱斯开发与运营趋势与前景

8.1 中国奥特莱斯发展趋势

8.1.1 奥特莱斯综合化发展趋势

8.1.2 奥特莱斯与其他互补业态共同发展

8.1.3 网购对奥特莱斯的影响越来越大

8.2 中国奥特莱斯前景展望

8.2.1 奥特莱斯的本土化展望

（1）经营主体的选择

（2）选址与规模分析

（3）经营范围有待进一步扩大

8.2.2 中国奥特莱斯前景展望

8.2.3 中国奥特莱斯发展建议

图表目录

图表1：奥特莱斯的社会价值

图表2：中国主要零售业态分类规范及其特点

图表3：奥特莱斯与城市综合体的主要业态组成区别

图表4：2017年GDP总量前15名省市及其人均GDP（单位：亿元，元/人）

图表5：2017年人均GDP前15名省市（单位：元/人）

图表6：中国中产阶级奢侈品消费意愿

图表7：中国奢侈品品牌辨识平均数量

图表8：中国居民奢侈品消费需求比较

图表9：供货商困境和顾客需求的矛盾

图表10：中国与奥特莱斯生命周期相比较

图表11：国内奥特莱斯门店按建筑面积排名（单位：平方米）

图表12：2017年中国奥特莱斯数量及面积（单位：家，万平方米）

图表13：奥特莱斯中国成熟门店

图表14：奥特莱斯SWOT分析

图表15：2005-2017年中国GDP总额及其同比增速（单位：万亿元，%）

图表16：2015-2017年人民币贷款余额及同比增长（单位：万亿元，%）

图表17：2015-2017年人民币新增贷款余额结构（单位：%）

图表18：2015-2017年中国进出口累计总值及累计同比（单位：亿美元，%）

图表19：2015-2017年中国进出口累计总值及累计同比（单位：亿美元，%）

图表20：2017年农村居民消费结构（单位：%）

图表21：2017年城镇居民消费结构（单位：%）

图表22：1978-2017年中国人均GDP及其增长情况（单位：元，%）

图表23：2006-2017年城镇居民人均可支配收入及其增速（单位：元，%）

图表24：2006-2017年农村居民人均纯收入及其增速（单位：元，%）

图表25：2006-2017年城乡居民人民币储蓄存款余额及其变化（单位：亿元，%）

图表26：2015-2017年消费者指数分析（单位：%）

图表27：2008-2017年社会消费品零售总额及累计同比（单位：亿元，%）

图表28：2015-2017年零售行业上市企业营业收入同比增速（单位：%）

图表29：2015-2017年零售行业上市企业净利润同比增速（单位：%）

图表30：2015-2017年零售行业上市企业毛利率（单位：%）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201804/13-258427.html>