

《2011 购物中心 100 品牌》

作者：中国连锁经营协会

时间：2011.6

定价：100.00 元

咨询：010-68784906



简介：中国连锁经营协会 2010 年度行业发展状况调查显示，2010 年连锁零售商总体维持平稳快速发展，但租金上涨和选址困难已成为制约连锁品牌扩张和发展的一大因素。

与此同时，2010 年在住宅市场调控、城市化进程推动、中国消费者购物习惯和消费能力升级的多重影响下，引起“北、上、广、深”及众多二、三线城市商业地产开发和购物中心开业的热潮。但是，购物中心开发商却面临招商难的问题。

一方面，商业地产的快速发展，急需知名成熟的商业品牌帮助提升商业经营氛围；另一方面，井喷的商业地产成为连锁品牌扩张的重要平台。连锁品牌网点布局与商业地产发展的精密战略合作成为实现双赢发展的最佳模式之一。

在此背景下，中国连锁经营协会推出《购物中心 100 品牌》。

本书以协会连锁会员企业为基础，整理并甄选逾 100 家有能力在全国范围进行拓展的优秀商业连锁品牌，按照购物中心现有业态和功能划分，对各品牌特点、扩张计划等信息进行描述。

“购物中心 100 品牌”有些来自国际市场，有些则诞生于本土。其中，既有主力店，也有时尚店和大型餐饮，但其共同点是：这些品牌在消费者中享有较高认知度；更重要的是，在过去一到两年内，其门店扩张都呈现惊人态势。

中国连锁经营协会致力于在连锁品牌与商业地产之间建立长期稳定的沟通，实现信息资源的共享。因此，《购物中心 100 品牌》旨在促进跨行业间的信息交流、资源共享，以及合作模式创新与商业地产企业的品牌化发展，促进城市商业建设等诸多方面发挥积极有效的作用。

目 录：

■ 序 Preface

从消费趋势变化看购物中心的“4S”功能

■ 百货 Department Store

百盛	利群	天虹	伊藤洋华堂
大商	商之都	新世界	银座

■ 超市卖场 Supermarket & Hypermarket

华润万家	品味超市	吉之岛	欧尚
苏果	BHG Market Place	家乐福	沃尔玛
百佳超级市场	城市超市	乐购	永辉超市

■ 餐饮 Food & Beverage

85 度 C	麦当劳	星巴克	味千拉面
面包新语	西堤牛排	真锅	真功夫
味多美	王品台塑牛排	大食代	德庄
巴贝拉	绿茵阁	宏状元	海底捞
棒!约翰	芭斯罗缤	吉野家	呷哺呷哺
比格	仙踪林	嘉和一品	小肥羊
百胜餐饮	快乐柠檬	麻辣诱惑	小天鹅
汉堡王	咖世家	俏江南	

■ 服装服饰 Fashion & Accessories

Best Seller	GAP	Ochirly	运动 100
Cache-Cache	H&M	ZARA	百丽
C&A	JEEP	无印良品	SKAP
I. T	马克华菲	衣恋	EXPRESS
Esprit	Mango	优衣库	欧迪芬
白领	美特斯邦威	阿迪达斯	新秀丽
Guess	诺奇	耐克	

■ 珠宝首饰 Jewelry

恒信	吉盟珠宝	周大福
I DO	雅天妮	周生生

■ 家居家电 Furnishing & Appliances

HOLA 特力屋	国美	苏宁精品店
宜家	宏图三胞	话机世界

■ 健康美容 Health & Beauty

歌诗玛	屈臣氏	丝芙兰	Lotion SPA
娇兰佳人	全棉时代	万宁	一兆韦德
千色店	莎莎	汇美舍	中体倍力

■ 快捷酒店 Express Hotel

锦江之星	莫泰	如家	速 8 酒店
------	----	----	--------

■ 娱乐教育 Education & Entertainment

东方爱婴	小鬼当佳	卡酷全卡通	大地数字影院
金宝贝	环球雅思	百老汇	大歌星量贩 KTV
培正逗点	孩子王	博纳影院	纸老虎

■ 专业零售 Specialty Store

迪卡侬	乐友	亨得利	宝岛眼镜
-----	----	-----	------

■ 调研报告 Research & Reports

稳健发展，转型提升--2010 中国连锁百强

2009-2011 中国购物中心发展状况和主要特点

投资零售地产——购物中心经济学

■ **案例分析 Case Study**

虚拟购物中心——空间设计与业态组合

从首地大峡谷购物中心看区域性商业规划与运作

■ **相关信息 Information**

商业地产相关服务机构

商业地产相关展会活动

连锁品牌与购物中心合作委员会

■ **后记 Postscript**