

<<MALL实务>>

图书基本信息

书名：<<MALL实务>>

13位ISBN编号：9787302176978

10位ISBN编号：7302176973

出版时间：2008-6

出版时间：清华大学

作者：李盈霖

页数：331

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<MALL实务>>

内容概要

本书以一种中观经济学的崭新视角，为我们描绘了一条购物中心开发的转型之路。

对中外购物中心开发的比较研究是本书的一个特色。

基于作者对国内外众多购物中心数次走访、考察的独特经历，积累的丰富且翔实的第一手素材使本书将对购物中心形成、开发和运行机制的理论研究与国内外购物中心的产生和发展历程有机结合，并以购物中心影响力为落脚点，从对比分析中揭示出购物中心的内涵、生成机理、基本要素和产业化模式。

对我国购物中心开发的实证研究是本书的一个亮点。

以Z?MALL为例，作者将理论和实践共同凝练出的思想再次应用于实践中。

这其中又衍生出许多诸如消费者行为调查、交通客流影响分析、租赁租金模型预测等更为细节的实证分析，使购物中心开发的理论研究和实践生动跃然纸上。

本书适合购物中心开发者、经营者、管理者以及消费者阅读参考。

<<MALL实务>>

作者简介

李盈霖，流通经济学博士，国际购物中心协会会员，中国商业地产联盟专家委员，北京中关村国际商城发展有限公司总经理。

1999年在英国获MBA学位，并在国外工作一段时间后归国。

具备丰富的管理和商业地产开发的理论知识和长期的实战经验。

由于长期在企业中工作，并普就职于私企、外企、国企等各企业的高管层，在商业地产开发和动作方面有个人独到的见解。

自2002年起，不仅参与多个项目的专家论证工作，不仅完成了风物中心开发实证研究课题研究，还发表了《内资零售业的生存与发展》、《购物中心开发在区域的引擎作用》、《从集取理论认识购物中心的内涵及其开发机制》等相关专业性文章，得到业内好评。

<<MALL实务>>

书籍目录

第1章 绪论	1.1 问题的提出	1.1.1 实践的困惑	1.1.2 理论的缺位	1.2 研究现状	1.2.1 研究主体及其视角	1.2.2 国外学术研究述评	1.2.3 国内学术研究述评	1.3 研究思路和方法	1.3.1 研究思路	1.3.2 研究方法	1.3.2.1 中观研究方法	1.3.2.2 实证研究方法	1.4 研究框架和主要结论	1.4.1 全书框架	1.4.2 各章节主要内容	1.5 研究意义、创新和不足	1.5.1 理论与实践价值	1.5.2 创新和不足	1.5.2.1 创新之处	1.5.2.2 不足之处
第2章 购物中心的相关理论综述	2.1 购物中心形成机制理论	2.1.1 零售业态变迁理论	2.1.2 城市空间结构理论	2.2 购物中心开发机制理论	2.2.1 区位理论回顾	2.2.1.1 古典区位理论	2.2.1.2 新古典学派	2.2.1.3 行为组织学派	2.2.1.4 结构主义学派	2.2.1.5 新经济地理理论中的区位理论	2.2.2 商业区位	2.2.3 商圈研究	2.2.4 城市发展研究与商业空间选择	2.3 购物中心运行机制理论	2.3.1 集聚理论	2.3.2 外部性理论	2.4 其他相关理论	2.4.1 利益相关者理论	2.4.2 消费者行为理论	
第3章 购物中心的二重性研究	3.1 定义和特征	3.1.1 购物中心定义综述	3.1.2 购物中心的特征	3.2 购物中心的属性第4章 购物中心的产生、发展及影响评价 第5章 购物中心开发的基本要素 第6章 购物中心开发实证研究：以Z-MALL为例 第7章 购物中心开发产业化研究 第8章 中国购物中心开发的产业化模式探索 第9章 结论 附录 附录1 Z-MALL商圈消费者调查问卷 附录2 主力店和小店铺租金调查数据 附录3 美国TOP50购物中心开发商基本资料汇总 参考文献															

章节摘录

第1章 绪论 1.1 问题的提出自2001年以来，本人有幸开始参与北京某购物中心项目的筹备和开发工作，这为致力于购物中心开发的研究提供了难得的机会。

李金轩教授在其著述的《市场运行原理》一书中曾指出，要尝试从宏观与微观结合，从二者的接口处，从企业家的角度来研究市场的运行。

几年的工作经历使我也逐渐认识到，任何对市场的研究都不能脱离社会宏观经济环境的影响和约束，任何微观解决方案的提出都不能有悖于市场环境的基础和需求。

购物中心开发的研究工作同样应遵循从实践出发，以市场为基石，通过挖掘开发项目的微观个体行为对区域经济的影响，实现从实践积累到理论提炼、再到实践检验的研究过程。

只有这样，我们才能不断地推进购物中心开发的产业化进程。

基于此，书中采取了实证研究的方法和思路。

从经济学视角看，购物中心开发的实证研究实质上是解决如何整合现有的资源和资本，以达到经济效益和福利最大化的问题。

然而，购物中心开发的复杂性和广泛性使其既包含土地资源分配、商品流通、市场供求关系、金融运作等经济学问题，也不可避免地涉及消费者需求和行为模式、经营管理、营销策略等管理学所关注的问题。

因此，对购物中心开发进行实证研究就必须构建在经济学理论和管理学实践恰当结合的基础上，以确保理论基础的适宜性和实践经验的丰富性。

这正是本书撰写的基本思路。

1.1.1 实践的困惑美国作为现代购物中心的发源地，其购物中心从1922年由土地建筑商人J.C.Nichls在密苏里州堪萨斯市开发的“乡间俱乐部广场（Country Club Plaza）”为雏形开始，至今已有八十余年的发展历程。

而在中国大陆，现代意义上的购物中心直到20世纪90年代末才开始出现。

<<MALL实务>>

编辑推荐

《MALL实务》以经济学相关理论为基础，采用中观研究方法和实证研究方法，从微观和宏观两个层面入手，对购物中心及其开发这一经济问题展开多角度的分析，研究购物中心的内涵、发展条件、基本要素、产业化模式探索等问题，尝试构建在我国市场经济体制下购物中心开发的理论研究体系。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>