

2017-2022年中国主题商场 市场调查与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国主题商场市场调查与市场年度调研报告》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.abaogao.com/b/maoyi/D04382SH8V.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

主题商场是以针对某一特定消费人群或引领社会上的最新的某一种流行时尚潮流为主经营的商场，是一种细分市场的经营手段。它围绕着某一类商品展开服务，与传统百货商场最大的区别在于它以专业经营为特色，不同的专业经营便是其不同的主题，例如：建材、家电、服装、玩具。在同一主题下，商品品类众多，就有国外品牌，也有国内品牌，商品价格呈现梯度特征，以满足不同消费者对高、中、低档不同商品的需求。从某种意义上说，它走专业化的道路，减少不必要的重复，减少了人流交叉，节省了消费者的时间。

2013年，中国主题商场行业新开3020家，从业人数超过6000人，营业收入达到近8万亿元。在近几年，一股主题式商场的热潮从沿海发达地区快速向中西部地区发展，其发展的速度已大大超越了传统百货商场的发展速度。

尽管目前主题商场人流仍然旺盛，但低端零售、消费水准偏低、同质化的经营模式和商品销售使得主题商场的商业水平发展速度较慢。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国主题商场市场调查与市场年度调研报告》共十二章。首先介绍了主题商场行业市场发展环境、主题商场整体运行态势等，接着分析了主题商场行业市场运行的现状，然后介绍了主题商场市场竞争格局。随后，报告对主题商场做了重点企业经营状况分析，最后分析了主题商场行业发展趋势与投资预测。您若想对主题商场产业有个系统的了解或者想投资主题商场行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 中国主题商场行业发展概述 1

第一节 主题商场行业发展情况 1

第二节 最近3-5年中国主题商场行业经济指标分析 2

一、赢利性 2

二、成长速度 2

三、附加值的提升空间 3

四、进入壁垒 / 退出机制 4

- 五、风险性 5
- 六、行业周期 6
- 七、竞争激烈程度指标 9
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 11
- 第三节 关联产业发展分析 12
 - 一、商业地产 12
 - 二、零售业 21
 - 三、百货业 27
 - 四、建材家居产业 36
 - 五、服装业 43
 - 六、文化产业 56
 - 七、食品业 61
 - 八、餐饮业 63
 - 九、玩具业 74

第二章 中国主题商场行业的国际比较分析 83

- 第一节 中国主题商场行业竞争力指标分析 83
- 第二节 中国主题商场行业经济指标国际比较分析 86
- 第三节 全球主题商场行业市场需求分析 88
 - 一、市场规模现状 88
 - 二、需求结构分析 88
 - 三、重点需求客户 89
 - 四、市场前景展望 90
- 第四节 全球主题商场行业市场供给分析 92
 - 一、生产规模现状 92
 - 二、产能规模分布 93
 - 三、市场价格走势 93
 - 四、重点厂商分布 93

第二部分 市场供求分析

第三章 应用领域及行业供需分析 96

- 第一节 需求分析 96

一、主题商场行业需求市场	96
二、主题商场行业客户结构	96
三、主题商场行业需求的地区差异	97
第二节 供给分析	98
第三节 供求平衡分析及未来发展趋势	98
一、主题商场行业的需求预测	98
二、主题商场行业的供应预测	99
三、供求平衡分析	99
四、供求平衡预测	100
第四节 市场价格走势分析	100
第四章 主题商场产业链的分析	103
第一节 行业集中度	103
第二节 主要环节的增值空间	103
第三节 行业进入壁垒和驱动因素	104
第四节 上下游行业影响及趋势分析	108
第五章 区域市场情况深度研究	111
第一节 长三角区域市场情况分析	111
第二节 珠三角区域市场情况分析	112
第三节 环渤海区域市场情况分析	112
第四节 主题商场行业主要市场大区发展状况及竞争力研究	113
一、华北大区市场分析	113
二、华中大区市场分析	113
三、华南大区市场分析	114
四、华东大区市场分析	114
五、东北大区市场分析	115
六、西南大区市场分析	115
七、西北大区市场分析	116
第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析	116
第六章 2017-2022年需求预测分析	123

- 第一节 主题商场行业领域2017-2022年需求量预测 123
- 第二节 2017-2022年主题商场行业领域需求产品（服务）功能预测 123
- 第三节 2017-2022年主题商场行业领域需求产品（服务）市场格局预测 125

第三部分 市场竞争格局

第七章 主题商场市场竞争格局分析 127

第一节 行业竞争结构分析 127

- 一、现有企业间竞争 127
- 二、潜在进入者分析 128
- 三、替代品威胁分析 129
- 四、供应商议价能力 129
- 五、客户议价能力 130

第二节 行业集中度分析 131

- 一、市场集中度分析 131
- 二、企业集中度分析 132
- 三、区域集中度分析 132

第三节 行业国际竞争力比较 133

- 一、生产要素 133
- 二、需求条件 135
- 三、支援与相关产业 137
- 四、企业战略、结构与竞争状态 138
- 五、政府的作用 139

第四节 主题商场行业主要企业竞争力分析 141

- 一、重点企业资产总计对比分析 141
- 二、重点企业从业人员对比分析 141
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 142
- 四、重点企业利润总额对比分析 142
- 五、重点企业综合竞争力对比分析 143

第五节 主题商场行业竞争格局分析 143

- 一、2014-2016年主题商场行业竞争分析 143
- 二、2014-2016年国内外主题商场竞争分析 144
- 三、2014-2016年中国主题商场市场竞争分析 145

四、2014-2016年中国主题商场市场集中度分析 150

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析 152

第一节 行业企业排名分析 152

第二节 产业结构分析 152

一、市场细分充分程度的分析 152

二、各细分市场领先企业排名 153

三、各细分市场占总市场的结构比例 154

四、领先企业的结构分析（所有制结构） 155

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 155

一、产业价值链的构成 155

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 159

第四节 产业结构发展预测 160

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 160

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 160

三、中国主题商场行业参与国际竞争的战略市场定位 163

第九章 前十大领先企业分析 164

第一节 正佳投资集团有限公司 164

一、主营业务及经营状况 164

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 165

三、主要市场定位 165

四、主要优势与主要劣势 166

五、市场拓展战略与手段分析 170

第二节 杭州大厦有限公司 173

一、主营业务及经营状况 173

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 177

三、主要市场定位 178

四、主要优势与主要劣势 179

五、市场拓展战略与手段分析 180

第三节 长春欧亚集团有限公司 182

一、主营业务及经营状况 182

- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 185
- 三、主要市场定位 186
- 四、主要优势与主要劣势 186
- 五、市场拓展战略与手段分析 188
- 第四节 武汉中商集团股份有限公司 189
 - 一、主营业务及经营状况 189
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 193
 - 三、主要市场定位 195
 - 四、主要优势与主要劣势 195
 - 五、市场拓展战略与手段分析 196
- 第五节 北京居然之家投资控股集团有限公司 199
 - 一、主营业务及经营状况 199
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 201
 - 三、主要市场定位 202
 - 四、主要优势与主要劣势 203
 - 五、市场拓展战略与手段分析 204
- 第六节 万达百货股份有限公司 207
 - 一、主营业务及经营状况 207
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 209
 - 三、主要市场定位 210
 - 四、主要优势与主要劣势 210
 - 五、市场拓展战略与手段分析 211
- 第七节 世纪金源投资集团有限公司 214
 - 一、主营业务及经营状况 214
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 215
 - 三、主要市场定位 216
 - 四、主要优势与主要劣势 216
 - 五、市场拓展战略与手段分析 217
- 第八节 太古地产有限公司 218
 - 一、主营业务及经营状况 218
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 220
 - 三、主要市场定位 221

- 四、主要优势与主要劣势 221
- 五、市场拓展战略与手段分析 222
- 第九节 香港新世界发展有限公司 224
 - 一、主营业务及经营状况 224
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 235
 - 三、主要市场定位 236
 - 四、主要优势与主要劣势 236
 - 五、市场拓展战略与手段分析 237
- 第十节 北京首商集团股份有限公司 237
 - 一、主营业务及经营状况 237
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 240
 - 三、主要市场定位 242
 - 四、主要优势与主要劣势 242
 - 五、市场拓展战略与手段分析 243

第四部分 行业发展趋势

第十章 2014-2016年中国主题商场行业整体运行指标分析 246

第一节 中国主题商场行业总体规模分析 246

- 一、企业数量结构分析 246
- 二、行业生产规模分析 247

第二节 中国主题商场行业产销分析 247

- 一、行业产成品情况总体分析 247
- 二、行业产品销售收入总体分析 249

第三节 中国主题商场行业财务指标总体分析 249

- 一、行业盈利能力分析 249
- 二、行业偿债能力分析 251
- 三、行业营运能力分析 252
- 四、行业发展能力分析 252

第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势 254

第一节 市场整合成长趋势 254

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 258

第三节 企业区域市场拓展的趋势	262
第四节 科研开发趋势及替代技术进展	263
第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势	265
一、市场定位	265
二、品牌化服务	266
三、企业形象	267
四、经营模式	268
第六节 中国主题商场行业SWOT分析	269
一、优势	269
二、劣势	269
三、机会	270
四、威胁	272
第十二章 2017-2022年主题商场行业投资价值评估分析 (ZYPX)	273
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	273
一、有利因素	273
二、不利因素	283
第二节 产业发展的空白点分析	289
第三节 投资回报率比较高的投资方向	291
第四节 新进入者应注意的障碍因素	293
第五节 营销分析与营销模式推荐	294
一、渠道构成	294
二、销售贡献比率	295
三、覆盖率	295
四、销售渠道效果	296
五、价值流程结构	298
图表目录：	
图表：行业生命周期图	7
图表：产品生命周期特征与策略	9
图表：当前主题商场行业生命周期阶段判断	11
图表：2014-2016年全国房地产投资开发指标完成同比变化情况	13

图表：2014-2016年全国百家重点大型零售企业家电商品零售额月度增速 24

图表：2016年全国百家重点大型零售企业粮油、食品市场零售额月度增速 25

图表：2016年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额分月同比增速 25

图表：2014-2016年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售量分月同比增速 26

图表：130家中国百货商业协会会员企业经营情况 27

图表：2015年中国餐饮行业收入 63

图表：2015年中国餐饮行业月度增幅 64

图表：2015年中国餐饮行业季度增幅 64

图表：2016年中国餐饮业收入统计 68

图表：2014-2016年国玩具制造行业销售情况 74

图表：2014-2016年国玩具制造行业销售情况 80

图表：全球零售商市场排名 90

图表：2016年全球主题商场产能分布 93

图表：2015财年全球十大零售商排名 94

图表：2016年全球零售发展指数排名 95

图表：2015年中国主题商场行业客户性别结构 97

图表：2017-2022年主题商场行业需求预测 98

图表：2017-2022年中国主题商场行业供给预测 99

图表：2017-2022年中国主题商场行业供求平衡预测 100

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/D04382SH8V.html>