

2017-2023年中国主题商场 行业分析与投资战略咨询报告

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

《2017-2023年中国主题商场行业分析与投资战略咨询报告》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/R0904/201711/10-243618.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

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 2017-2023年需求预测分析 123

第一节 主题商场行业领域2017-2023年需求量预测 123

第二节 2017-2023年主题商场行业领域需求产品（服务）功能预测 123

第三节 2017-2023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、2013-2016年主题商场行业竞争分析 143

二、2013-2016年国内外主题商场竞争分析 144

三、2013-2016年中国主题商场市场竞争分析 145

四、2013-2016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 2013-2016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 2017-2023年主题商场行业投资价值评估分析 273(ZYWZY)

- 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：2012-2016年全国房地产投资开发指标完成同比变化情况 13

图表：2013-2016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：2013年1月-2016年11月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：2009-2015年国玩具制造行业销售情况 74

图表：2009-2015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：2014-2016年主题商场行业需求预测 98

图表：2014-2016年中国主题商场行业供给预测 99

图表：2014-2016年中国主题商场行业供求平衡预测 100

图表：2016年长三角区域主题商场市场规模情况 111

图表：2016年珠三角区域主题商场市场规模情况 112

图表：2016年环渤海区域主题商场市场规模情况 112

图表：2016年华北大区主题商场市场规模情况 113

图表：2016年华中大区主题商场市场规模情况 113

图表：2016年华南大区主题商场市场规模情况 114

图表：2016年华东大区主题商场市场规模情况 114

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201711/10-243618.html>