

# 2020-2026年中国专业市场 前景研究与投资策略报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国专业市场前景研究与投资策略报告》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/R05/R0502/202006/02-350116.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](mailto: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

专业指的：(1) 专门从事某种学业或职业。(2) 专门的学问。(3) 高等学校或中等专业学校所分的学业门类。(4) 产业部门的各业务部分。(5) 是指一种物质或某种作业的作用范围。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国专业市场前景研究与投资策略报告》共十一章。首先介绍了专业行业市场发展环境、专业整体运行态势等，接着分析了专业行业市场运行的现状，然后介绍了专业市场竞争格局。随后，报告对专业做了重点企业经营状况分析，最后分析了专业行业发展趋势与投资预测。您若想对专业产业有个系统的了解或者想投资专业行业，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：

### 第一章 中国专业市场的发展背景

#### 1.1 专业市场的相关概述

##### 1.1.1 专业市场的内涵

##### 1.1.2 专业市场的商业业态

##### 1.1.3 专业市场的主要功能

##### 1.1.4 专业市场对品牌的孵化

##### 1.1.5 专业市场经营分区的控制

###### (1) 专业市场经营分区的意义

###### (2) 经营分区的具体措施

#### 1.2 专业市场的分类

##### 1.2.1 按照发展程度分类

###### (1) 集贸市场

###### (2) 区域性市场

###### (3) 全国性市场

###### (4) 国际化贸易中心

##### 1.2.2 按照地域特点分类

###### (1) 产地型专业市场

(2) 集散地型专业市场

(3) 销地型专业市场

### 1.2.3 按照商品交换方式分类

(1) 专业批发市场

(2) 专业零售市场

(3) 批零兼营专业市场

### 1.2.4 按照商品属性分类

(1) 农副产品专业市场

(2) 工业品专业市场

## 1.3 专业市场与产业集群的互动机理

### 1.3.1 专业市场与产业集群的关系

### 1.3.2 产业集群与专业市场的联动

(1) 产业集群对专业市场的影响

(2) 专业市场对产业集群的作用

### 1.3.3 促进专业市场与产业集群互动的建议

## 1.4 专业市场发展的SWOT分析

### 1.4.1 专业市场发展的优势

### 1.4.2 专业市场发展的劣势

### 1.4.3 专业市场发展的机会

### 1.4.4 专业市场发展的威胁

## 1.5 其他商业业态的发展影响分析

### 1.5.1 百货店运营状况分析

### 1.5.2 便利店运营状况分析

### 1.5.3 专卖店运营状况分析

### 1.5.4 超级市场运营状况分析

### 1.5.5 购物中心运营状况分析

### 1.5.6 仓储式商城运营状况分析

### 1.5.7 大型综合超市运营状况分析

## 第二章 中国专业市场运营环境分析

### 2.1 专业市场运营的政策环境

#### 2.1.1 专业市场相关政策

- 2.1.2 专业市场政策走向
- 2.2 专业市场运营的经济环境
  - 2.2.1 专业市场与GDP增长关系分析
  - 2.2.2 专业市场与社会消费品零售总额的关系
  - 2.2.3 专业市场对经济结构转型的影响
  - 2.2.4 专业市场对传统产业升级转型的影响
  - 2.2.5 国家宏观经济发展预测
- 2.3 专业市场运营的消费环境
  - 2.3.1 全球消费者消费趋势分析
  - 2.3.2 国内通胀水平分析
  - 2.3.3 国内产品品类的消费方向
  - 2.3.4 国民的收入水平分析
  - 2.3.5 消费者的购物渠道分析
- 2.4 专业市场建设的用地环境
  - 2.4.1 国内批准建设用地规模
  - 2.4.2 国内建设用地供应情况
  - 2.4.3 国内建设用地出让情况
  - 2.4.4 重点城市土地价格分析
  - 2.4.5 重点城市土地抵押情况
- 2.5 专业市场建设与运营的风险预警
  - 2.5.1 专业市场建设与运营的政策环境风险
  - 2.5.2 专业市场建设与运营的宏观经济风险
  - 2.5.3 专业市场建设与运营的产业环境风险

### 第三章 中国专业市场建筑设计与规划分析

- 3.1 国外专业市场建筑发展分析
  - 3.1.1 国外专业市场的发展沿革
  - 3.1.2 国外专业市场的建筑功能发展状况
  - 3.1.3 国外专业市场的建设案例
- 3.2 国内专业市场建筑发展分析
  - 3.2.1 国内专业市场发展沿革
  - 3.2.2 国内专业市场建筑功能发展状况

### 3.2.3 国内专业市场建设存在的问题分析

## 3.3 专业市场的规划及选址分析

### 3.3.1 专业市场选址与城市结构关系

### 3.3.2 专业市场与地域特征的关系

### 3.3.3 专业市场与城市区位的关系

## 3.4 专业市场的外部空间设计

### 3.4.1 专业市场的总体布局

### 3.4.2 外部空间的交通组织

### 3.4.3 专业市场的外部环境设计

### 3.4.4 专业市场的造型处理

## 3.5 专业市场的内部空间设计

### 3.5.1 专业市场的内部功能结构设计

### 3.5.2 内部空间交通流线组织

### 3.5.3 内部空间构成要素设计

### 3.5.4 专业市场的建筑安全设计

## 第四章 中国专业市场的投资要素分析

### 4.1 专业市场产业链分析

#### 4.1.1 专业市场的上游供应商分析

##### (1) 专业市场的厂房供应商分析

##### (2) 专业市场的设计研发分析

#### 4.1.2 专业市场的下游消费市场分析

### 4.2 专业市场的发展现状分析

#### 4.2.1 专业市场的数量及分布

#### 4.2.2 专业市场的经营面积

#### 4.2.3 专业市场的交易规模

#### 4.2.4 专业市场的在建项目

### 4.3 专业市场的定位及开发要素

#### 4.3.1 专业市场的市场基础

#### 4.3.2 专业市场的政府支持

#### 4.3.3 专业市场的物流条件

#### 4.3.4 专业市场的规划设计

- 4.3.5 专业市场的经营管理
- 4.3.6 考虑市场的中长远需求
- 4.3.7 考虑市场的辐射能力
- 4.4 专业市场的经营状况分析
  - 4.4.1 专业市场商铺的选择因素
  - 4.4.2 专业市场的建设运营成本
  - 4.4.3 专业市场的经营效益分析
  - 4.4.4 专业市场的租金变化趋势
- 4.5 专业市场的竞争格局分析
  - 4.5.1 专业市场建设的主要竞争主体
  - 4.5.2 专业市场运营的主要竞争主体
  - 4.5.3 专业市场的区域竞争格局分析
- 4.6 专业市场商业模式案例分析
  - 4.6.1 品牌折扣模式
  - 4.6.2 总部经济模式
  - 4.6.3 产业共赢模式
  - 4.6.4 贸易服务模式
- 4.7 专业市场管理水平的提升路径
  - 4.7.1 管理团队整体素质的提升
  - 4.7.2 商户综合素质的提升
  - 4.7.3 市场诚信度的提升
  - 4.7.4 优秀商户榜样力量的宣传
  - 4.7.5 综合运营服务能力的提升

## 第五章 中国专业市场的细分市场投资吸引力分析

- 5.1 细分专业市场发展概述
  - 5.1.1 细分专业的研究范围
  - 5.1.2 专业市场的市场结构分析
- 5.2 纺织服装专业市场的投资吸引力分析
  - 5.2.1 纺织服装行业的产销需求分析
  - 5.2.2 纺织服装行业的市场容量预测
  - 5.2.3 纺织服装专业市场的发展特征

- 5.2.4 纺织服装专业市场的发展规模
- 5.2.5 纺织服装专业市场的竞争格局
- 5.2.6 纺织服装专业市场电子商务的应用
- 5.2.7 纺织服装专业市场的发展趋势
- 5.3 农产品专业市场的投资吸引力分析
  - 5.3.1 农产品行业的产销需求分析
  - 5.3.2 农产品行业的市场容量预测
  - 5.3.3 农产品专业市场的发展特征
  - 5.3.4 农产品专业市场的发展规模
  - 5.3.5 农产品专业市场区域竞争格局
  - 5.3.6 农产品专业市场电子商务的应用
  - 5.3.7 农产品专业市场的发展趋势
- 5.4 小商品专业市场的投资吸引力分析
  - 5.4.1 小商品行业的发展现状分析
  - 5.4.2 小商品行业的市场容量预测
  - 5.4.3 小商品专业市场的发展特征
  - 5.4.4 小商品专业市场的发展规模
    - (1) 小商品专业市场数量及分布
    - (2) 小商品专业市场的经营面积
    - (3) 小商品专业市场的交易规模
    - (4) 小商品专业市场的租金分析
    - (5) 小商品专业市场细分产品分析
  - 5.4.5 小商品专业市场区域竞争格局
  - 5.4.6 小商品专业市场电子商务的应用
  - 5.4.7 小商品专业市场的发展趋势
- 5.5 电子专业市场的投资吸引力分析
  - 5.5.1 电子行业的供需平衡分析
  - 5.5.2 电子行业的市场容量预测
  - 5.5.3 电子专业市场的发展特征
  - 5.5.4 电子专业市场的发展规模
  - 5.5.5 电子专业市场的竞争格局
  - 5.5.6 电子专业市场电子商务的应用



- 5.5.7 电子专业市场的发展趋势
- 5.6 家电专业市场的投资吸引力分析
  - 5.6.1 家电行业的供需平衡分析
  - 5.6.2 家电行业的市场容量预测
  - 5.6.3 家电专业市场的发展特征
  - 5.6.4 家电专业市场的发展规模
  - 5.6.5 家电专业市场的竞争格局
  - 5.6.6 家电专业市场电子商务的应用
  - 5.6.7 家电专业市场的发展趋势
- 5.7 家具专业市场的投资吸引力分析
  - 5.7.1 家具行业的供需平衡分析
  - 5.7.2 家具行业的市场容量预测
  - 5.7.3 家具专业市场的发展特征
  - 5.7.4 家具专业市场的发展规模
    - (1) 家具专业市场数量及分布
    - (2) 家具专业市场的经营面积
    - (3) 家具专业市场的交易规模
    - (4) 家具专业市场的租金分析
    - (5) 家具专业市场细分产品分析
  - 5.7.5 家具专业市场的区域竞争格局
  - 5.7.6 家具专业市场电子商务的应用
  - 5.7.7 家具专业市场的发展趋势
- 5.8 建筑材料专业市场的投资吸引力分析
  - 5.8.1 建材行业的供需平衡分析
  - 5.8.2 建材行业的市场容量预测
  - 5.8.3 建筑材料专业市场的发展特征
  - 5.8.4 建筑材料专业市场的发展规模
    - (1) 建筑材料专业市场数量及分布
    - (2) 建筑材料专业市场的经营面积
    - (3) 建筑材料专业市场的交易规模
    - (4) 建筑材料专业市场的租金分析
    - (5) 建筑材料专业市场细分产品分析

- 5.8.5 建筑材料专业市场的竞争格局
- 5.8.6 建筑材料专业市场电子商务的应用
- 5.8.7 建筑材料专业市场的发展趋势
- 5.9 化工专业市场的投资吸引力分析
  - 5.9.1 化工行业的供需平衡分析
  - 5.9.2 化工行业的市场容量预测
  - 5.9.3 化工专业市场的发展特征
  - 5.9.4 化工专业市场的发展规模
    - (1) 化工专业市场数量及分布
    - (2) 化工专业市场的经营面积
    - (3) 化工专业市场的交易规模
    - (4) 化工专业市场的租金分析
    - (5) 化工专业市场细分产品分析
  - 5.9.5 化工专业市场的竞争格局
  - 5.9.6 化工专业市场电子商务的应用
  - 5.9.7 化工专业市场的发展趋势
- 5.10 五金专业市场的投资吸引力分析
  - 5.10.1 五金行业市场的供需平衡分析
    - (1) 五金行业供给状况分析
    - (2) 五金行业销售状况分析
    - (3) 五金行业供需平衡分析
  - 5.10.2 五金行业市场的市场容量预测
  - 5.10.3 五金专业市场的发展特征
  - 5.10.4 五金专业市场的发展规模
    - (1) 五金专业市场数量及分布
    - (2) 五金专业市场的经营面积
    - (3) 五金专业市场的交易规模
    - (4) 五金专业市场的租金比较
    - (5) 五金专业市场细分产品分析
  - 5.10.5 五金专业市场的竞争格局
    - (1) 五金行业供给格局分析
    - (2) 五金行业销售格局分析

- 5.10.6 五金专业市场电子商务的应用
- 5.10.7 五金专业市场的发展趋势
- 5.11 汽车配件市场的投资吸引力分析
  - 5.11.1 汽车配件行业的供需平衡分析
  - 5.11.2 汽车配件行业的市场容量预测
  - 5.11.3 汽车配件专业市场的发展特征
  - 5.11.4 汽车配件专业市场的发展规模
    - (1) 汽车配件专业市场数量及分布
    - (2) 汽车配件专业市场的经营面积
    - (3) 汽车配件专业市场的交易规模
    - (4) 汽车配件专业市场的租金比较
    - (5) 汽车配件专业市场细分产品分析
  - 5.11.5 汽车配件专业市场的竞争格局
  - 5.11.6 汽车配件专业市场电子商务的应用
  - 5.11.7 汽车配件专业市场的发展趋势
- 5.12 花卉专业市场的投资吸引力分析
  - 5.12.1 花卉行业的供需平衡分析
  - 5.12.2 花卉行业的市场容量预测
  - 5.12.3 花卉专业市场的发展特征
  - 5.12.4 花卉专业市场的发展规模
    - (1) 花卉专业市场数量及分布
    - (2) 花卉专业市场的经营面积
    - (3) 花卉专业市场的交易规模
    - (4) 花卉专业市场的租金比较
    - (5) 花卉专业市场细分产品分析
  - 5.12.5 花卉专业市场的竞争格局
  - 5.12.6 花卉专业市场电子商务的应用
  - 5.12.7 花卉专业市场的发展趋势
- 5.13 其他专业市场的投资吸引力分析
  - 5.13.1 光伏产品专业市场的投资潜力
  - 5.13.2 古玩专业市场的投资潜力
  - 5.13.3 金属材料专业市场的投资潜力

#### 5.13.4 中药材专业市场的投资潜力

### 第六章 中国重点区域专业市场投资可行性分析

#### 6.1 长三角地区专业市场区域发展格局

##### 6.1.1 长三角地区产业集群特征分析

##### 6.1.2 长三角的集群模式及地区优势

##### 6.1.3 长三角产业战略布局与发展规划

##### 6.1.4 长三角地区重点省市专业市场分析

###### (1) 浙江省专业市场调研与投资可行性分析

###### 1) 政策与规划

###### 2) 需求潜力

###### 3) 市场结构

###### 4) 位置分布

###### (2) 江苏省专业市场调研与投资可行性分析

###### 1) 政策与规划

###### 2) 需求潜力

###### 3) 市场结构

###### 4) 位置分布

###### (3) 上海市专业市场调研与投资可行性分析

###### 1) 政策与规划

###### 2) 需求潜力

###### 3) 市场结构

#### 6.2 珠三角及福建地区专业市场区域发展格局

##### 6.2.1 珠三角及福建地区产业集群特征分析

##### 6.2.2 珠三角及福建地区的集群模式及地区优势

##### 6.2.3 珠三角及福建地区产业战略布局与发展规划

##### 6.2.4 珠三角重点省市及福建地区专业市场分析

###### (1) 广东省专业市场调研与投资可行性分析

###### 1) 政策与规划

###### 2) 需求潜力

###### 3) 市场结构

###### 4) 位置分布

## (2) 福建省专业市场调研与投资可行性分析

### 1) 政策与规划

### 2) 需求潜力

### 3) 市场结构

### 4) 位置分布

## 6.3 环渤海湾地区专业市场区域发展格局

### 6.3.1 环渤海湾地区产业集群特征分析

### 6.3.2 环渤海湾的集群模式及地区优势

### 6.3.3 环渤海湾产业战略布局与发展规划

### 6.3.4 环渤海湾地区重点省市专业市场分析

## (1) 北京市专业市场调研与投资可行性分析

### 1) 政策与规划

### 2) 需求潜力

### 3) 市场结构

### 4) 位置分布

## (2) 天津市专业市场调研与投资可行性分析

### 1) 政策与规划

### 2) 需求潜力

### 3) 市场结构

### 4) 位置分布

## (3) 河北省专业市场调研与投资可行性分析

### 1) 政策与规划

### 2) 需求潜力

### 3) 市场结构

### 4) 位置分布

## (4) 山东省专业市场调研与投资可行性分析

### 1) 政策与规划

### 2) 需求潜力

### 3) 市场结构

## 6.4 东北地区专业市场区域发展格局

### 6.4.1 东北地区产业集群特征分析

### 6.4.2 东北地区的集群模式及地区优势

#### 6.4.3 东北地区产业战略布局与发展规划

#### 6.4.4 辽宁省专业市场调研与投资可行性分析

##### (1) 政策与规划

##### (2) 需求潜力

##### (3) 市场结构

##### (4) 位置分布

#### 6.5 西北地区专业市场区域发展格局

##### 6.5.1 西北地区产业集群特征分析

##### 6.5.2 西北地区的集群模式及地区优势

##### 6.5.3 西北地区产业战略布局与发展规划

##### 6.5.4 陕西省专业市场调研与投资可行性分析

###### (1) 政策与规划

###### (2) 需求潜力

###### (3) 市场结构

###### (4) 位置分布

#### 6.6 西南地区专业市场区域发展格局

##### 6.6.1 西南地区产业集群特征分析

##### 6.6.2 西南地区的集群模式及地区优势

##### 6.6.3 西南地区产业战略布局与发展规划

##### 6.6.4 西南地区重点省市专业市场分析

###### (1) 重庆市专业市场调研与投资可行性分析

###### (2) 四川省专业市场调研与投资可行性分析

#### 6.7 中部地区专业市场区域发展格局

##### 6.7.1 中部地区产业集群特征分析

##### 6.7.2 中部地区的集群模式及地区优势

##### 6.7.3 中部地区产业战略布局与发展规划

##### 6.7.4 中部地区重点省市专业市场分析

###### (1) 湖北省专业市场调研与投资可行性分析

###### (2) 河南省专业市场调研与投资可行性分析

###### (3) 湖南省专业市场调研与投资可行性分析

###### (4) 安徽省专业市场调研与投资可行性分析

## 第七章 中国领先专业市场的运营管理分析

### 7.1 商品交易市场竞争力排名分析

#### 7.1.1 商品交易市场排名状况

#### 7.1.2 综合贸易市场排名状况

#### 7.1.3 专业市场排名状况分析

### 7.2 专业市场运行管理失败原因分析

#### 7.2.1 专业市场建设运营失败原因分析

#### 7.2.2 专业市场建设运营失败案例分析

### 7.3 专业市场成功运营管理个案分析

#### 7.3.1 义乌中国小商品城

(1) 专业市场的发展规模

(2) 专业市场的商业模式

(3) 专业市场的交易情况

(4) 专业市场的辐射能力

(5) 专业市场的平台服务

(6) 专业市场的入驻商户

(7) 专业市场的成功要素

#### 7.3.2 杭州四季青服装市场

(1) 专业市场的发展规模

(2) 专业市场的商业模式

(3) 专业市场的交易情况

(4) 专业市场的辐射能力

(5) 专业市场的平台服务

(6) 专业市场的入驻商户

(7) 专业市场的核心优势

#### 7.3.3 海宁中国皮革城

(1) 专业市场的发展规模

(2) 专业市场的商业模式

(3) 专业市场的辐射能力

(4) 专业市场的平台服务

#### 7.3.4 嘉兴中国茧丝绸交易市场

(1) 专业市场的发展规模

(2) 专业市场的商业模式

(3) 专业市场的交易情况

(4) 专业市场的辐射能力

#### 7.3.5 浙江颐高数码连锁广场

(1) 专业市场的发展规模

(2) 专业市场的商业模式

(3) 专业市场的交易情况

(4) 专业市场的辐射能力

#### 7.3.6 浙江汽配城

(1) 专业市场的发展规模

(2) 专业市场的商业模式

(3) 专业市场的辐射能力

(4) 专业市场的成功要素

### 第八章 中国专业市场建设运营企业经营状况分析

#### 8.1 专业市场建设运营企业总体经营状况分析

#### 8.2 专业市场建设运营企业个案经营状况分析

##### 8.2.1 浙江中国轻纺城集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业营收情况分析

(4) 企业组织结构分析

(5) 企业项目业绩介绍

(6) 企业竞争优势分析

##### 8.2.2 海宁中国皮革城股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业营收情况分析

(4) 企业组织结构分析

##### 8.2.3 浙江中国小商品城集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析



(3) 企业营收情况分析

(4) 企业组织结构分析

#### 8.2.4 深圳华强实业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业营收情况分析

(4) 企业组织结构分析

#### 8.2.5 深圳赛格股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业营收情况分析

(4) 企业组织结构分析

#### 8.2.6 广州市广百置业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业营收情况分析

(4) 企业组织结构分析

(5) 企业经营模式分析

(6) 企业项目业绩介绍

(7) 企业竞争优势分析

### 第十章 中国专业市场的互联网化战略分析

#### 10.1 专业市场电子商务平台建设分析

##### 10.1.1 专业市场电子商务平台数量规模分析

##### 10.1.2 专业市场电子商务平台交易规模分析

##### 10.1.3 专业市场电子商务平台需求规模分析

##### 10.1.4 专业市场电子商务平台产品结构分析

##### 10.1.5 专业市场电子商务平台交易规模预测

#### 10.2 专业市场互联网化盈利模式分析

##### 10.2.1 专业市场传统盈利模式分析

##### 10.2.2 专业市场互联网化平台定位

##### 10.2.3 专业市场电商平台盈利模式

- 10.2.4 专业市场新旧盈利模式对比
- 10.2.5 专业市场盈利模式发展方向
- 10.3 传统专业市场盈利模式转向分析
  - 10.3.1 传统专业市场发展困境分析
  - 10.3.2 传统专业市场面临挑战分析
  - 10.3.3 传统专业市场面临机遇分析
  - 10.3.4 传统专业市场互联网化战略
- 10.4 专业市场互联网化战略案例分析——义乌购
  - 10.4.1 义乌购平台专业市场基本发展状况
  - 10.4.2 义乌购平台专业市场数量规模分析
  - 10.4.3 义乌购平台专业市场交易规模分析
  - 10.4.4 义乌购平台专业市场渠道范围分析
  - 10.4.5 义乌购平台专业市场盈利模式分析
  - 10.4.6 义乌购平台专业市场成功经验借鉴

## 第十一章 中国专业市场的发展前景与投资战略规划

- 11.1 专业市场的国际化发展分析
  - 11.1.1 专业市场国际化发展水平评价指标
  - 11.1.2 专业市场国际化发展的基本模式
  - 11.1.3 专业市场国际化发展路径分析
  - 11.1.4 专业市场国际化发展案例分析
  - 11.1.5 提升专业市场国际化发展水平的策略
- 11.2 专业市场的发展趋势分析
  - 11.2.1 专业市场的转型与提升趋势
  - 11.2.2 专业市场建筑的发展趋势

部分图表目录：

- 图表1：商业建筑形态之间的包容关系
- 图表2：商业建筑形态和可容纳的零售业态
- 图表3：专业市场的四大功能
- 图表4：我国专业市场的分类
- 图表5：专业市场与产业集群关系

图表6：专业市场比较优势

图表7：专业市场比较劣势

图表8：专业市场发展机会分析

图表9：专业市场发展威胁分析

图表10：2016-2019年中国百货店运营情况（单位：个，万人，万平方米，亿元）

图表11：2016-2019年中国便利店运营情况（单位：个，万人，万平方米，亿元）

图表12：2016-2019年中国专卖店运营情况（单位：个，万人，万平方米，亿元）

图表13：2016-2019年中国超级市场运营情况（单位：个，人，万平方米，亿元）

图表14：中国购物中心结构比例（单位：%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/202006/02-350116.html>