



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国主题商场市场 运行态势及投资策略报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国主题商场市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/251752.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

### 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 3

###### 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 23

###### 三、百货业 26

###### 四、建材家居产业 38

###### 五、服装业 43

###### 六、文化产业 55

###### 七、食品业 59

###### 八、餐饮业 61

###### 九、玩具业 66

#### 第二章 中国主题商场行业的国际比较分析 73

##### 第一节 中国主题商场行业竞争力指标分析 73

##### 第二节 中国主题商场行业经济指标国际比较分析 76

##### 第三节 全球主题商场行业市场需求分析 78

###### 一、市场规模现状 78

###### 二、需求结构分析 79

###### 三、重点需求客户 79

#### 四、市场前景展望 80

#### 第四节 全球主题商场行业市场供给分析 82

##### 一、生产规模现状 82

##### 二、产能规模分布 83

##### 三、市场价格走势 83

##### 四、重点厂商分布 84

### 第二部分 市场供求分析

#### 第三章 应用领域及行业供需分析 86

##### 第一节 需求分析 86

##### 一、主题商场行业需求市场 86

##### 二、主题商场行业客户结构 86

##### 三、主题商场行业需求的地区差异 87

##### 第二节 供给分析 88

##### 第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 88

##### 一、主题商场行业的需求预测 88

##### 二、主题商场行业的供应预测 89

##### 三、供求平衡分析 89

##### 四、供求平衡预测 90

##### 第四节 市场价格走势分析 90

#### 第四章 主题商场产业链的分析 93

##### 第一节 行业集中度 93

##### 第二节 主要环节的增值空间 93

##### 第三节 行业进入壁垒和驱动因素 94

##### 第四节 上下游行业影响及趋势分析 98

#### 第五章 区域市场情况深度研究 101

##### 第一节 长三角区域市场情况分析 101

##### 第二节 珠三角区域市场情况分析 102

##### 第三节 环渤海区域市场情况分析 102

##### 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 103

一、华北大区市场分析 103

二、华中大区市场分析 104

三、华南大区市场分析 104

四、华东大区市场分析 105

五、东北大区市场分析 105

六、西南大区市场分析 106

七、西北大区市场分析 106

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 107

第六章 2015-2020年需求预测分析 114

第一节 主题商场行业领域2015-2020年需求量预测 114

第二节 2015-2020年主题商场行业领域需求产品（服务）功能预测 114

第三节 2015-2020年主题商场行业领域需求产品（服务）市场格局预测 116

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 118

第一节 行业竞争结构分析 118

一、现有企业间竞争 118

二、潜在进入者分析 118

三、替代品威胁分析 119

四、供应商议价能力 120

五、客户议价能力 120

第二节 行业集中度分析 121

一、市场集中度分析 121

二、企业集中度分析 122

三、区域集中度分析 123

第三节 行业国际竞争力比较 123

一、生产要素 123

二、需求条件 126

三、支援与相关产业 127

四、企业战略、结构与竞争状态 129

五、政府的作用 129

#### 第四节 主题商场行业主要企业竞争力分析 131

##### 一、重点企业资产总计对比分析 131

##### 二、重点企业从业人员对比分析 131

##### 三、重点企业全年营业收入对比分析 132

##### 四、重点企业利润总额对比分析 132

##### 五、重点企业综合竞争力对比分析 133

#### 第五节 主题商场行业竞争格局分析 133

##### 一、2013-2014年主题商场行业竞争分析 133

##### 二、2013-2014年国内外主题商场竞争分析 134

##### 三、2013-2014年中国主题商场市场竞争分析 135

##### 四、2013-2014年中国主题商场市场集中度分析 141

#### 第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析 142

##### 第一节 行业企业排名分析 142

##### 第二节 产业结构分析 142

##### 一、市场细分充分程度的分析 142

##### 二、各细分市场领先企业排名 143

##### 三、各细分市场占总市场的结构比例 144

##### 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 145

##### 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 145

##### 一、产业价值链的构成 145

##### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 149

##### 第四节 产业结构发展预测 150

##### 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） 150

##### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 150

##### 三、中国主题商场行业参与国际竞争的战略市场定位 153

#### 第九章 前十大领先企业分析 154

##### 第一节 正佳投资集团有限公司 154

##### 一、主营业务及经营状况 154

##### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 155

##### 三、主要市场定位 155

四、主要优势与主要劣势	156
五、市场拓展战略与手段分析	160
第二节 杭州大厦有限公司	163
一、主营业务及经营状况	163
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	167
三、主要市场定位	168
四、主要优势与主要劣势	169
五、市场拓展战略与手段分析	170
第三节 长春欧亚集团有限公司	172
一、主营业务及经营状况	172
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	174
三、主要市场定位	176
四、主要优势与主要劣势	176
五、市场拓展战略与手段分析	177
第四节 武汉中商集团股份有限公司	178
一、主营业务及经营状况	178
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	182
三、主要市场定位	184
四、主要优势与主要劣势	184
五、市场拓展战略与手段分析	185
第五节 北京居然之家投资控股集团有限公司	186
一、主营业务及经营状况	186
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	187
三、主要市场定位	188
四、主要优势与主要劣势	188
五、市场拓展战略与手段分析	189
第六节 万达百货股份有限公司	191
一、主营业务及经营状况	191
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	192
三、主要市场定位	193
四、主要优势与主要劣势	193
五、市场拓展战略与手段分析	194

## 第七节 世纪金源投资集团有限公司 197

### 一、主营业务及经营状况 197

### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 198

### 三、主要市场定位 199

### 四、主要优势与主要劣势 200

### 五、市场拓展战略与手段分析 201

## 第八节 太古地产有限公司 201

### 一、主营业务及经营状况 201

### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 203

### 三、主要市场定位 204

### 四、主要优势与主要劣势 205

### 五、市场拓展战略与手段分析 206

## 第九节 香港新世界发展有限公司 208

### 一、主营业务及经营状况 208

### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 224

### 三、主要市场定位 225

### 四、主要优势与主要劣势 226

### 五、市场拓展战略与手段分析 226

## 第十节 北京首商集团股份有限公司 227

### 一、主营业务及经营状况 227

### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 229

### 三、主要市场定位 231

### 四、主要优势与主要劣势 231

### 五、市场拓展战略与手段分析 233

## 第四部分 行业发展趋势

## 第十章 2013-2014年中国主题商场行业整体运行指标分析 234

### 第一节 中国主题商场行业总体规模分析 234

#### 一、企业数量结构分析 234

#### 二、行业生产规模分析 234

### 第二节 中国主题商场行业产销分析 235

#### 一、行业产成品情况总体分析 235



## 二、行业产品销售收入总体分析 236

### 第三节 中国主题商场行业财务指标总体分析 236

#### 一、行业盈利能力分析 236

#### 二、行业偿债能力分析 238

#### 三、行业营运能力分析 239

#### 四、行业发展能力分析 240

## 第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势 241

### 第一节 市场整合成长趋势 241

### 第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 246

### 第三节 企业区域市场拓展的趋势 250

### 第四节 科研开发趋势及替代技术进展 251

### 第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 252

#### 一、市场定位 252

#### 二、品牌化服务 254

#### 三、企业形象 255

#### 四、经营模式 256

### 第六节 中国主题商场行业SWOT分析 256

#### 一、优势 256

#### 二、劣势 257

#### 三、机会 257

#### 四、威胁 259

## 第十二章 2015-2020年主题商场行业投资价值评估分析 260

### 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 260

#### 一、有利因素 260

#### 二、不利因素 272

### 第二节 产业发展的空白点分析 279

### 第三节 投资回报率比较高的投资方向 281

### 第四节 新进入者应注意的障碍因素 283

### 第五节 营销分析与营销模式推荐 284

#### 一、渠道构成 284

二、销售贡献比率	285
三、覆盖率	285
四、销售渠道效果	286
五、价值流程结构	287

## 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年大型商业地产项目开业盘点	17
图表：分业态零售企业毛利率及净利率变化情况表	23
图表：2013-2014年部分品牌零售业门店增减变化	25
图表：2012-2014年中国社会消费品零售总额情况	28
图表：130家中国百货商业协会会员企业经营情况	29
图表：2014年中国餐饮行业收入	61
图表：2014年中国餐饮行业月度增幅	62
图表：2014年中国餐饮行业季度增幅	62
图表：2012-2014年国玩具制造行业销售情况	66
图表：2012-2014年国玩具制造行业销售情况	72
图表：2011-2013财年全球零售商市场规模	78
图表：全球零售商市场排名	80
图表：2014年全球主题商场产能分布	83
图表：2012财年全球十大零售商排名	84
图表：2014年全球零售发展指数排名	85
图表：2014年主题商场行业客户性别结构	87
图表：2013-2014年主题商场行业需求分析	88
图表：2013-2014年主题商场行业供给分析	89
图表：2013-2014年中国主题商场行业供求平衡分析	90
图表：2014年长三角区域市场规模情况	101
图表：2014年珠三角区域市场规模情况	102
图表：2014年环渤海区域市场规模情况	102
图表：2014年华北大区市场规模情况	103

图表：2014年华中大区市场规模情况	104
图表：2014年华南大区市场规模情况	104
图表：2014年华东大区市场规模情况	105
图表：2014年东北大区市场规模情况	105
图表：2014年西南大区市场规模情况	106
图表：2014年西北大区市场规模情况	106
图表：2015-2020年主题商场行业领域需求量预测	114
图表：2014年主题市场行业企业集中度	122
图表：2014年主题商场行业区域集中度	123
图表：2014年重点企业资产总计对比	131
图表：2014年重点企业从业人员对比	131
图表：2014年重点企业营业收入对比	132
图表：2014年重点企业利润总额对比	132
图表：2014年重点企业综合竞争力对比	133
图表：各细分市场占总市场的结构比例	144
图表：领先企业的结构	145
图表：中国主题商场行业价值链	147
图表：中国主题商场行业延伸价值链	148
图表：商品经营结构图	149
图表：2013-2014年正佳广场销售额	155
图表：广州商圈的形成	156
图表：正佳广场黄金比例	157
图表：正佳广场的地域环境	159
图表：2013-2014年杭州大厦生产规模	167
图表：2013-2014年杭州大厦销售规模	167
图表：2013-2014年杭州大厦利润指标	168
图表：2013年长春欧亚集团经营分析	173
图表：2013-2014年长春欧亚营业利润率	174
图表：2013-2014年长春欧亚净资产收益率	174
图表：2013-2014年长春欧亚资产负债率	175
图表：2013-2014年长春欧亚净利润增长率	175
图表：2013-2014年长春欧亚净资产增长率	176

图表：2013年武汉中商经营分析 181

图表：2013-2014年武汉中商营业利润率 182

图表：2013-2014年武汉中商净资产收益率 182

图表：2013-2014年武汉中商资产负债率 183

图表：2013-2014年武汉中商净利润增长率 183

图表：2013-2014年武汉中商净资产增长率 184

图表：2013-2014年居然之家生产规模 187

图表：2013-2014年居然之家销售规模 187

图表：2013-2014年居然之家利润指标 188

图表：居然之家发展战略示意图 190

图表：2013-2014年万达百货生产规模 192

图表：2013-2014年万达百货销售规模 192

图表：2013-2014年万达百货率润指标 193

图表：2013-2014年世纪金源生产规模 198

图表：2013-2014年世纪金源销售规模 199

图表：2013-2014年世纪金源厦利润指标 199

图表：2013-2014年太古地产经营情况 202

图表：2013-2014年太古地产营业收入 203

图表：2013-2014年太古地产资产负债率 203

图表：2013-2014年太古地产每股收益 204

图表：2013-2014年新世界发展生产规模 224

图表：2013-2014年新世界发展销售规模 225

图表：2013-2014年新世界发展利润指标 225

图表：2013-2014年首商集团经营情况 228

图表：2013-2014年首商集团营业利润率 229

图表：2013-2014年首商集团净资产收益率 229

图表：2013-2014年首商集团资产负债率 230

图表：2013-2014年首商集团净利润增长率 230

图表：2013-2014年首商集团净资产增长率 231

图表：2013年中国主题商场行业企业数量结构 234

图表：2013年中国主题商场行业产成品使用情况 235

图表：2013-2014年中国主题商场行业产品销售收入 236

图表：2013-2014年中国主题商场行业营业利润率 237  
图表：2013-2014年中国主题商场行业净资产收益率 237  
图表：2013-2014年中国主题商场行业流动比率 238  
图表：2013-2014年中国主题商场行业流资产负债率 238  
图表：2013-2014年中国主题商场行业存货周转率 239  
图表：2013-2014年中国主题商场行业总资产周转率 239  
图表：2013-2014年中国主题商场行业净利润增长率 240  
图表：2013-2014年中国主题商场行业净资产增长率 240  
图表：1986-2012年美国百货业并购情况 242  
图表：1996-2011年美国百货业集中度 242  
图表：中国零售行业三次并购潮都发生在经济周期底部阶段 243  
图表：不同零售业态的竞争态势 264  
图表：不同零售业态的需求特征 268  
图表：企业营销价值过程图 288  
图表：主题商场价值流程图 289  
略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251752.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。