



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2023年中国主题商场产业发展现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2017-2023年中国主题商场产业发展现状及市场监测报告》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/287868.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](mailto: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

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(AK WZY)
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
部分图表目录：	
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：2009-2016年国玩具制造行业销售情况 74

图表：2009-2016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：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

图表：2016年东北大区主题商场市场规模情况 115

图表：2016年西南大区主题商场市场规模情况 115

图表：2016年西北大区主题商场市场规模情况 116

图表：2017-2023年主题商场行业领域需求量预测 123

图表：2016年中国主题市场行业企业集中度 132

图表：2016年主题商场行业区域集中度 132

图表：2016年主题商场行业重点企业资产总计对比 141

图表：2016年主题商场行业重点企业从业人员对比 141  
图表：2016年主题商场行业重点企业营业收入对比 142  
图表：2016年主题商场行业重点企业利润总额对比 142  
图表：2016年主题商场行业重点企业综合竞争力对比 143  
图表：2016年各细分市场占总市场的结构比例 154  
图表：2016年主题商场行业领先企业的结构 155  
图表：中国主题商场行业价值链 157  
图表：中国主题商场行业延伸价值链 158  
图表：商品经营结构图 159  
图表：2012-2016年正佳广场销售额 165  
图表：广州商圈的形成 166  
图表：正佳广场的地域环境 169  
图表：2012-2016年杭州大厦生产规模 177  
图表：2012-2016年杭州大厦销售规模 177  
图表：2013-2016年杭州大厦利润指标 178  
图表：2012-2016年长春欧亚销售规模 185  
图表：2012-2016年长春欧亚净利润统计 186  
图表：2016年武汉中商经营分析 192

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287868.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。