

# 2016-2022年中国主题商场 市场深度调查与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国主题商场市场深度调查与市场运营趋势报告》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/qiyeguanli/R43802P3Z0.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。

随着商业模式越来越细化，发展越来越完善，主题商场的专业化、规模化经营将大大提高商场对目标顾客的吸引力，方便、满足消费者一站式购物的需求，也延长了消费者在商场的停留时间，从而拉动了消费。这种聚沙成塔的资源共享模式有利于消费者和经营者的利益。主题商场的经营模式虽然好，但生意能否做起来，能否做好，不仅跟商场周边环境，也跟业主自身的经营能力有关。作为主题商场，主题定位非常关键，同时，商场内的货品摆放、专区的设定，以及店员的销售理念等都有别于专卖店和百货，所以也需要相应的人才，这也是经营成败的关键。

未来主题商场经营将趋向于体验化、差异化，逐渐集购物、饮食、娱乐、健身、文化等于一体的主题商场。体验式的差异化发展主要体现在四个方向：艺术文化、时尚、旅游、生活方式。其中，艺术文化主要体现在文化艺术展览等方面，时尚主要表现在潮流文化的展现方面，旅游主要表现在地方文化的体验，生活方式主要表现在儿童教育、儿童用品消费体验、娱乐等方面。不过，体验式商业业态经营的成功与否，需要凸显项目的核心竞争力，选择和引入合适的商户组合、对潜在目标消费群的消费喜好准确把握。此外，如何从同质化竞争中突围，迎合消费者需求的定位和富有吸引力的品牌搭配，是考验商场经营者的两大难题。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国主题商场市场深度调查与市场运营趋势报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值

！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 主题商场行业发展现状

第一章 中国主题商场行业发展概述

第一节 主题商场行业发展情况

第二节 最近3-5年中国主题商场行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

一、商业地产

二、零售业

三、百货业

四、建材家居产业

五、服装业

六、文化产业

七、食品业

八、餐饮业

九、玩具业

第二章 中国主题商场行业的国际比较分析

第一节 中国主题商场行业竞争力指标分析

第二节 中国主题商场行业经济指标国际比较分析

### 第三节 全球主题商场行业市场需求分析

#### 一、市场规模现状

#### 二、需求结构分析

#### 三、重点需求客户

#### 四、市场前景展望

### 第四节 全球主题商场行业市场供给分析

#### 一、生产规模现状

#### 二、产能规模分布

#### 三、市场价格走势

#### 四、重点厂商分布

## 第二部分 主题商场市场供求分析

### 第三章 应用领域及行业供需分析

#### 第一节 需求分析

##### 一、主题商场行业需求市场

##### 二、主题商场行业客户结构

##### 三、主题商场行业需求的地区差异

#### 第二节 供给分析

#### 第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

##### 一、主题商场行业的需求预测

##### 二、主题商场行业的供应预测

##### 三、供求平衡分析

##### 四、供求平衡预测

#### 第四节 市场价格走势分析

## 第四章 主题商场产业链的分析

#### 第一节 行业集中度

#### 第二节 主要环节的增值空间

#### 第三节 行业进入壁垒和驱动因素

#### 第四节 上下游行业影响及趋势分析

## 第五章 区域市场情况深度研究

## 第一节 长三角区域市场情况分析

## 第二节 珠三角区域市场情况分析

## 第三节 环渤海区域市场情况分析

## 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

### 一、华北大区市场分析

### 二、华中大区市场分析

### 三、华南大区市场分析

### 四、华东大区市场分析

### 五、东北大区市场分析

### 六、西南大区市场分析

### 七、西北大区市场分析

## 第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

## 第六章 2016-2022年需求预测分析

### 第一节 主题商场行业领域2016-2022年需求量预测

### 第二节 2016-2022年主题商场行业领域需求产品（服务）功能预测

### 第三节 2016-2022年主题商场行业领域需求产品（服务）市场格局预测

## 第三部分 主题商场市场竞争格局

## 第七章 主题商场市场竞争格局分析

### 第一节 行业竞争结构分析

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 行业集中度分析

#### 一、市场集中度分析

#### 二、企业集中度分析

#### 三、区域集中度分析

### 第三节 行业国际竞争力比较

#### 一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 主题商场行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 主题商场行业竞争格局分析

一、2015年主题商场行业竞争分析

二、2015年国内外主题商场竞争分析

三、2015年中国主题商场市场竞争分析

四、2015年中国主题商场市场集中度分析

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

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

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

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）

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国主题商场行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 前十大领先企业分析

## 第一节 正佳投资集团有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

## 第二节 杭州大厦有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

## 第三节 长春欧亚集团有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

## 第四节 武汉中商集团股份有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

## 第五节 北京居然之家投资控股集团有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

## 第六节 万达百货股份有限公司

- 一、主营业务及经营状况



二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第七节 世纪金源投资集团有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第八节 太古地产有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第九节 香港新世界发展有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十节 北京首商集团股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四部分 主题商场行业发展趋势

第十章 2013-2015年中国主题商场行业整体运行指标分析

第一节 中国主题商场行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 中国主题商场行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 中国主题商场行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

一、市场定位

二、品牌化服务

三、企业形象

四、经营模式

第六节 中国主题商场行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第十二章 2016-2022年主题商场行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

一、有利因素

二、不利因素

第二节 产业发展的空白点分析

### 第三节 投资回报率比较高的投资方向

### 第四节 新进入者应注意的障碍因素

### 第五节 营销分析与营销模式推荐

#### 一、渠道构成

#### 二、销售贡献比率

#### 三、覆盖率

#### 四、销售渠道效果

#### 五、价值流程结构

### 图表目录：

图表：行业生命周期图

图表：产品生命周期特征与策略

图表：当前主题商场行业生命周期阶段判断

图表：2015年大型商业地产项目开业盘点

图表：分业态零售企业毛利率及净利率变化情况表

图表：2012-2015年部分品牌零售业门店增减变化

图表：2012-2015年中国社会消费品零售总额情况

图表：130家中国百货商业协会会员企业经营情况

图表：2015年中国餐饮行业收入

图表：2015年中国餐饮行业月度增幅

图表：2015年中国餐饮行业季度增幅

图表：2011-2015年国玩具制造行业销售情况

图表：2011-2015年国玩具制造行业销售情况

图表：2011-2015财年全球零售商市场规模

图表：全球零售商市场排名

图表：2015年全球主题商场产能分布

图表：2015财年全球十大零售商排名

图表：2015年全球零售发展指数排名

图表：2015年主题商场行业客户性别结构

图表：2016-2022年主题商场行业需求预测

图表：2016-2022年主题商场行业供给预测

图表：2016-2022年中国主题商场行业供求平衡预测

图表：2015年长三角区域市场规模情况

图表：2015年珠三角区域市场规模情况

图表：2015年环渤海区域市场规模情况

图表：2015年华北大区市场规模情况

图表：2015年华中大区市场规模情况

图表：2015年华南大区市场规模情况

图表：2015年华东大区市场规模情况

图表：2015年东北大区市场规模情况

图表：2015年西南大区市场规模情况

图表：2015年西北大区市场规模情况

图表：2016-2022年主题商场行业领域需求量预测

图表：2015年主题市场行业企业集中度

图表：2015年主题商场行业区域集中度

图表：2015年重点企业资产总计对比

图表：2015年重点企业从业人员对比

图表：2015年重点企业营业收入对比

图表：2015年重点企业利润总额对比

图表：2015年重点企业综合竞争力对比

图表：各细分市场占总市场的结构比例

图表：领先企业的结构

图表：中国主题商场行业价值链

图表：中国主题商场行业延伸价值链

图表：商品经营结构图

图表：2012-2015年正佳广场销售额

图表：广州商圈的形成

图表：正佳广场黄金比例

图表：正佳广场的地域环境

图表：2012-2015年杭州大厦生产规模

图表：2012-2015年杭州大厦销售规模

图表：2012-2015年杭州大厦利润指标

图表：2015年长春欧亚集团经营分析

图表：2012-2015年长春欧亚营业利润率

图表：2012-2015年长春欧亚净资产收益率  
图表：2012-2015年长春欧亚资产负债率  
图表：2012-2015年长春欧亚净利润增长率  
图表：2012-2015年长春欧亚净资产增长率  
图表：2015年武汉中商经营分析  
图表：2012-2015年武汉中商营业利润率  
图表：2012-2015年武汉中商净资产收益率  
图表：2012-2015年武汉中商资产负债率  
图表：2012-2015年武汉中商净利润增长率  
图表：2012-2015年武汉中商净资产增长率  
图表：2012-2015年居然之家生产规模  
图表：2012-2015年居然之家销售规模  
图表：2012-2015年居然之家利润指标  
图表：居然之家发展战略示意图  
图表：2012-2015年万达百货生产规模  
图表：2012-2015年万达百货销售规模  
图表：2012-2015年万达百货率润指标  
图表：2012-2015年世纪金源生产规模  
图表：2012-2015年世纪金源销售规模  
图表：2012-2015年世纪金源厦利润指标  
图表：2012-2015年太古地产经营情况  
图表：2012-2015年太古地产营业收入  
图表：2012-2015年太古地产资产负债率  
图表：2012-2015年太古地产每股收益  
图表：2012-2015年新世界发展生产规模  
图表：2012-2015年新世界发展销售规模  
图表：2012-2015年新世界发展利润指标  
图表：2012-2015年首商集团经营情况  
图表：2012-2015年首商集团营业利润率  
图表：2012-2015年首商集团净资产收益率  
图表：2012-2015年首商集团资产负债率  
图表：2012-2015年首商集团净利润增长率

图表：2012-2015年首商集团净资产增长率

图表：2015年中国主题商场行业企业数量结构

图表：2015年中国主题商场行业产成品使用情况

图表：2013-2015年中国主题商场行业产品销售收入

图表：2012-2015年中国主题商场行业营业利润率

图表：2012-2015年中国主题商场行业净资产收益率

图表：2012-2015年中国主题商场行业流动比率

图表：2012-2015年中国主题商场行业流资产负债率

图表：2012-2015年中国主题商场行业存货周转率

图表：2012-2015年中国主题商场行业总资产周转率

图表：2012-2015年中国主题商场行业净利润增长率

图表：2012-2015年中国主题商场行业净资产增长率

图表：1986-2012年美国百货业并购情况

图表：1996-2011年美国百货业集中度

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

图表：不同零售业态的竞争态势

图表：不同零售业态的需求特征

图表：企业营销价值过程图

图表：主题商场价值流程图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/R43802P3Z0.html>