

2018年中国百货行业分析报告- 市场运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国百货行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/340532340532.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

从行业整体来看，传统百货主要的两种经营方式是联营和自营，目前我国传统百货针对特定的商品品类和品牌开始涉及自营的方式，但大多还是采用以联营为主的经营模式。2017年5月中国百货商业协会发布的《中国百货行业发展报告（2016-2017）》提到，在保证行业典型代表性的基础上，根据其部分（85家）会员单位的销售数据统计得出，有76.6%的受访百货已经实行了自采自营模式，然而在具体的自采自营比例方面出现了分化，只有14.6%受访企业的自采自营比例超过了20%，近半数（45.8%）受访企业的自采自营比例都不足5%，这充分说明我国传统百货目前自采自营程度还相对较低。如下图自采自营形式方面，采取买断某一品牌或品类、区域代理或总代理和拥有自有品牌等三种自营方式的企业数量大致相当。自采自营品类方面，涉及企业采取自采自营方式的商品品类主要集中在服装鞋帽、化妆品和食品三类。

图表：百货店样本企业自采自营模式情况

图表来源：公开资料整理

图表：百货店样本企业自采自营形式

图表来源：公开资料整理

图表：百货店样本企业自采自营比例

图表来源：公开资料整理

图表：百货店样本企业自采自营的品类

图表来源：公开资料整理

从具体企业来看，近年传统百货转型日趋明朗，不少百货行业领军企业都意识到经营方式转型的重要性，开始重新追求商品力、服务力和供应链能力等零售本质的回归，并进行了一系列相关尝试。

2017年5月在百货企业经营模式转型的背景下，自采自营、自有品牌模式可谓在中国百货业界乘胜追击，鉴于联营模式的弊端，很多传统百货企业都开始积极探索自采自营、尝试买手制、引入独家代理、开发自有品牌，加大特色品牌的采买比例等。如下是我们关注的部分传统百货在经营模式转型探索中，在买手制、开发自有品牌、独家代理等方面的尝试。

图表：部分重点百货企业转变经营模式的尝试

图表来源：公开资料整理

相比于目前自营程度还相对较低的中国百货业，欧美百货最显著的特点之一就在于高比例的自有或独家品牌，其中梅西百货是一个有代表性的例子。图8当2007年12月-2011年1月美国零售业销售额整体处于下滑区间时，长期坚持自主经营过程中所积累的强大的零售运营能力，成为梅西百货能够从容应对需求缩减，及时调整经营战略，2010年开始实现营业收入逆势增长的重要原因和有力支撑。

图表：美国零售业销售额

图表来源：公开资料整理

图表：梅西百货：营业总收入

图表来源：公开资料整理

在梅西百货应对金融危机的调整战略中，最重要的是提出了魔术营销（Magic of Macy's）、本地化（MyMacy's）和全渠道零售（Omnichannel）三项发展战略。其中魔术营销是最早开始实施的，其重要的一方面便是积极发展自有品牌和独家品牌，满足甚至超越消费者的消费需求。

加之公司从成立初期就开始逐渐开发自有品牌，目前梅西百货主要自有品牌及独家品牌统计如下，涵盖男女装、配饰、鞋类、家居等品类。

图表：梅西百货主要自有品牌及独家品牌统计

图表来源：公开资料整理

其中梅西百货自有品牌的收入占比由2000年的15%逐年提升至2010的20%，近年维持稳定；加上独家品牌的收入占比2008年以来均维持40%或以上。从下表可比销售增长情况也可以看出，2012-2016年自有产品销售额同比增长对整体可比销售额增长的贡献明显高于第三方产品销售额的贡献。说明在梅西百货的销售收入构成中，自营销售收入占比较大，自有及独家品牌的经营表现对整体营收有重要影响。

图表：梅西百货2012-2016年可比销售增长情况

图表来源：公开资料整理

梅西百货在商品组合中保持了较高比例的自有品牌，并在此基础上深入了解顾客需求，对自有品牌进行精确定位，从而增强了商品差异性，形成相较于同行的竞争优势，如图10中2008年后梅西百货的消费者满意指数稳步上升。这也是梅西百货毛利率一直稳定在40%左右这一较高水平的重要原因之一。图11是梅西百货与我国一些重点百货企业的销售毛利率情况，可以很清楚看到梅西百货毛利率水平明显高于国内百货业水平。

图表：梅西百货：美国消费者满意指数

图表来源：公开资料整理

图表：梅西百货与我国重点百货销售毛利率对比

图表来源：公开资料整理

通过梅西百货的案例，我们认为较高的自营比例能显著提升毛利率。虽然目前国内百货企业自营比例普遍不高，导致毛利率上升空间有限，自营模式在短时间内也很难普及，但是梅西百货的案例告诉我们自营模式有巨大的发展空间，我国百货逐步提高自营比例是有前景和希望的。

观研天下发布的《2018年中国百货行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国百货行业发展概述

第一节 百货行业发展情况概述

- 一、百货行业相关定义
- 二、百货行业基本情况介绍
- 三、百货行业发展特点分析

第二节 中国百货行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、百货行业产业链条分析
- 三、中国百货行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国百货行业生命周期分析

- 一、百货行业生命周期理论概述
- 二、百货行业所属的生命周期分析

第四节 百货行业经济指标分析

- 一、百货行业的赢利性分析
- 二、百货行业的经济周期分析
- 三、百货行业附加值的提升空间分析

第五节 国中百货行业进入壁垒分析

- 一、百货行业资金壁垒分析
- 二、百货行业技术壁垒分析
- 三、百货行业人才壁垒分析
- 四、百货行业品牌壁垒分析
- 五、百货行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球百货行业市场发展现状分析

第一节 全球百货行业发展历程回顾

第二节 全球百货行业市场区域分布情况

第三节 亚洲百货行业地区市场分析

- 一、亚洲百货行业市场现状分析
- 二、亚洲百货行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲百货行业市场前景分析

第四节 北美百货行业地区市场分析

- 一、北美百货行业市场现状分析
- 二、北美百货行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美百货行业市场前景分析

第五节 欧盟百货行业地区市场分析

- 一、欧盟百货行业市场现状分析
- 二、欧盟百货行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟百货行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界百货行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球百货行业市场规模预测

第三章 中国百货产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品百货总额
- 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国百货行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国百货产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国百货行业运行情况

第一节 中国百货行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国百货行业市场规模分析

第三节 中国百货行业供应情况分析

第四节 中国百货行业需求情况分析

第五节 中国百货行业供需平衡分析

第六节 中国百货行业发展趋势分析

第五章 中国百货所属行业运行数据监测

第一节 中国百货所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国百货所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国百货所属行业财务指标分析

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

第六章 2016-2018年中国百货市场格局分析

第一节 中国百货行业竞争现状分析

- 一、中国百货行业竞争情况分析
- 二、中国百货行业主要品牌分析

第二节 中国百货行业集中度分析

- 一、中国百货行业市场集中度分析
- 二、中国百货行业企业集中度分析

第三节 中国百货行业存在的问题

第四节 中国百货行业解决问题的策略分析

第五节 中国百货行业竞争力分析

- 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

第七章 2016-2018年中国百货行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国百货行业消费特点

第二节 中国百货行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 百货行业成本分析

第四节 百货行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国百货行业价格现状分析

第六节 中国百货行业平均价格走势预测

- 一、中国百货行业价格影响因素
- 二、中国百货行业平均价格走势预测
- 三、中国百货行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国百货行业区域市场现状分析

第一节 中国百货行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地百货市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区百货市场规模分析
- 四、华东地区百货市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区百货市场规模分析
- 四、华中地区百货市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区百货市场规模分析

第九章 2016-2018年中国百货行业竞争情况

第一节 中国百货行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国百货行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国百货行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 百货行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国百货行业发展前景分析与预测

第一节 中国百货行业未来发展前景分析

一、百货行业国内投资环境分析

二、中国百货行业市场机会分析

三、中国百货行业投资增速预测

第二节 中国百货行业未来发展趋势预测

第三节 中国百货行业市场发展预测

一、中国百货行业市场规模预测

二、中国百货行业市场规模增速预测

三、中国百货行业产值规模预测

四、中国百货行业产值增速预测

五、中国百货行业供需情况预测

第四节 中国百货行业盈利走势预测

一、中国百货行业毛利润同比增速预测

二、中国百货行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国百货行业投资风险与营销分析

第一节 百货行业投资风险分析

- 一、百货行业政策风险分析
- 二、百货行业技术风险分析
- 三、百货行业竞争风险分析
- 四、百货行业其他风险分析

第二节 百货行业企业经营发展分析及建议

- 一、百货行业经营模式
- 二、百货行业销售模式
- 三、百货行业创新方向

第三节 百货行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国百货行业发展策略及投资建议

第一节 中国百货行业品牌战略分析

- 一、百货企业品牌的重要性
- 二、百货企业实施品牌战略的意义
- 三、百货企业品牌的现状分析
- 四、百货企业的品牌战略
- 五、百货品牌战略管理的策略

第二节 中国百货行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国百货行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国百货行业发展策略及投资建议

第一节 中国百货行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国百货行业定价策略分析

第三节 中国百货行业营销渠道策略

一、百货行业渠道选择策略

二、百货行业营销策略

第四节 中国百货行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国百货行业重点投资区域分析

二、中国百货行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/340532340532.html>