

# 2018年中国百货行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://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-市场运营态势与发展前景预测》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/346945346945.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

**外部竞争：线上流量红利见顶** 电商发展初期，网民基数大平台少，各大电商网站都能以较低获客成本取得自然流量，在低价驱动下，消费者开始从线下大量向线上转移。随着电商不断普及及壮大，未开发的网民资源日趋减少，网民规模逐渐见顶，线上红利几乎消失，各大电商获客成本大幅提升。京东 2015 年获客成本为 83.2 元，2016 年为 119.3 元，同比提升 43.39%；2017 年最新数据显示获客成本为 228 元。电子商务销售同比增速已由 2007 年的 136% 回落至 2016 年的 26%，电商发展逐渐见顶，而线下消费具有护城河，各大电商及平台采用自己开店或者与他人合作方式纷纷开始寻求线下发展，为客户提供更好的消费体验。

电子商务经过这么多年的发展，各品类线上渗透率已到达较稳定的水平，鞋帽服饰 25.5%、化妆品 22%、手机 19%、图书音像 6%、数码产品 18%、大家电 10%、日用百货 4%。我们认为该被线上切走的标品已被切的差不多了，线上不会再像刚开始出现时洪水猛兽般对线下产生致命的冲击，线下实体的发展有了较平稳的外部发展环境。

### 消费者转变：价格导向转为品质导向

中国改革开放三十多年以来，中国消费者从物质短缺状态进入到商品琳琅满目，目不暇接的新时代。选择商品时，新一代消费者不会再满足于父母辈千家万户都常用的大品牌（快消品宝洁、联合利华等），他们更多的听从内心，需要独特的，使自己与众不同的品牌。他们选择的商品从满足刚需逐渐过渡到购买迎合情感需求，获得自我认可的商品。标品类产品的购买可以很容易的放到线上，然而和情感相关、和自我认知相关的产品必须要线下体验才能购买。

在我们线下调研中，发现有些品牌已经开始对线上线下渠道做一些区分。以家纺某中高端龙头品牌为例，线上天猫旗舰店最热销前十款的客单价在两百左右，而该品牌线下最热销的高端类产品在天猫旗舰店成交量仅在个位数左右。当只想买一套睡觉用的床上用品时，消费者更倾向于线上快捷购买，然而当想买一套“和自己家卧室墙面颜色和谐、触摸起来柔滑、低调但细致的印花彰显自己的品位、能陪伴自己很多年的”的睡觉好伴侣时，消费者肯定会去线下反复比较感受，挑选心仪的产品。我们认为消费者是多元和各异的，虽然不可能每一个消费者都会和后者有一样的消费心理活动，但是购物时越来越重视个性化品质化的消费者占比会越来越多，能提供线上无法比拟的体验感的线下渠道更能迎合这群消费者，获得他们的喜爱。百货行业自身变革：全方位适应消费者 百货行业发展初期主要靠城市核心地段的布局来获取优质流量获利。这个阶段不太需要很强的经营能力，作为稀缺的渠道资源，百

货企业在供应商和消费者两端都处于强势地位。过去的几年，在遭遇到线上强势的打击后，敏锐的龙头企业积极进行内生改革，提高自身经营能力和管理能力，一方面更深入的参与到管理运营中来，另一方面更加积极主动的去了解消费者，迎合他们做出改变。

以行业内的天虹为例，天虹在升级商品服务体验、加强全渠道发展、深耕供应链、营造有特色空间四个方面全面进行改革。

表：百货行业自身变革（以天虹为例）

资料来源：公开资料整理

收入端回暖是百货行业复苏强劲信号

图：申万百货行业营收及归母净利润同比增速（单位：%）

数据来源：公开数据整理

图：天虹股份可比店营收及利润同比增速

数据来源：公开数据整理

为了验证此轮复苏的持续性，在数据上通过百货行业和百货龙头（天虹股份）可比店营收与归母净利润增速的对比，可以显著发现在行业稍显回暖迹象时，企业利润端比收入端更先出现回暖迹象，并且反弹幅度更大。2016年申万百货行业归母净利润增速由负转正，从2015年的-12.97%上升至26.97%，由负增长一下跨越到两位数的增长。而2016年营业收入同比增长为5.16%和前一年的增速5.20%保持几乎持平。2017年百货行业归母净利润实现36.68%的同比增速，而同期营业收入同比增速为13.81%。以百货龙头天虹股份为例，我们也看到利润端先于收入端显出转暖迹象，并有更大的反弹力度。我们认为在行业承压期，行业内部分公司积极提高自身运营管理能力，控费增效，关掉亏损店面，在营收未大面积转好之前，可以通过自身内生变革，使得业绩增速先于营收增速显现改善。

从2016年半年报数据开始，天虹可比店的利润增速一直保持在上升通道，且可比店利润增速大幅高于可比店营收增速。可比店营收增速虽一直在提升，但一直到2017年Q4才由负转正，录得3.87%。可比店营收转暖趋势一直保持至2018年Q1，可比店营收增速录得5.03%。而相应的2017年Q4和2018年Q1可比店利润增速均保持在两位数的增长，分别为26.32%和21.33%。我们认为作为龙头公司，又是全国布局的天虹，可比店数据一定程度上反应出了整体行业的信息，2017年Q4出现的可比店营收转暖，以及延续到2018年Q1更大力度的回暖，是此轮百货行业复苏持续性的强有力信号。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国百货行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/346945346945.html>