

2016-2022年中国连锁商场市场需求调研与十三五 发展定位研究报告

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《2016-2022年中国连锁商场市场需求调研与十三五发展定位研究报告》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/liansou/247096247096.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国连锁商场市场需求调研与十三五发展定位研究报告》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、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。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。

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。

报告目录：

第一章中国连锁商场相关概述

第一节中国商场概述

一、商场的定义

二、商场管理

三、商场的特点

四、商场现代化

第二节中国连锁商场概述

一、连锁商场的定义

二、连锁商场的模式

三、连锁商场的特点

四、连锁商场的发展历程

第三节中国连锁商场行业结构

第二章2014-2015年世界连锁商场行业运行现状分析

第一节2014-2015年世界连锁商场发展总体分析

一、当代国际商场业的特点

二、全球连锁商场发展现状

三、跨国连锁商场海外市场的进入模式和选择

四、西方连锁商场发展的理论分析

五、全球连锁商场损耗总额的分析

六、国际三大连锁商场巨头发展历程及启示

第二节2014-2015年世界连锁商场重点地区国家分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

第三节2016-2022年世界连锁商场发展趋势预测分析

第四节2015年世界连锁商场部分企业发展现状分析

一、沃尔玛公司

二、家乐福集团

三、麦德龙集团

四、特易购

五、7-Eleven便利商店集团

六、宜家集团

七、略.....

第三章2014-2015年中国连锁商场行业发展环境分析

第一节2014-2015年中国经济环境发展分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2014-2015年中国连锁商场政策环境分析

一、行业管理体制

二、主要行业法规政策

三、扩大消费政策措施力度继续加大

四、商务部支持流通企业兼并重组

五、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》

第三节2014-2015年中国连锁商场社会环境分析

一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场

二、消费结构升级促进百货业发展

三、中国扩大消费政策取得成效

四、新农村建设孕育巨大消费潜力

五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长

六、基础设施及信息物liu技术升级提升百货运营效率

第四章2014-2015年中国连锁商场行业发展现状分析

第一节2014-2015年中国连锁商场发展规模分析

- 一、中国连锁商场业总体发展现状分析
- 二、重点连锁商场销售规模分析
- 二、连锁商场业的发展变化概述
- 三、中国连锁商场业存在的问题
- 四、制约连锁商场业发展的因素

第二节城市化下移二三线城市连锁商场发展分析

- 一、中国零售业区域发展分析
- 二、政策推进城市化的下移进程
- 三、城市化下移促进零售业发展
- 四、二三线城市零售业迎来机遇

第三节2014-2015年中国连锁商场业发展规模分析

- 一、连锁百货门店规模统计
- 二、连锁百货销售规模统计
- 三、连锁百货企业排名情况

第四节2014-2015年中国连锁商场业网络销售发展情况

- 一、网络时代连锁商场遭遇挑战
- 二、中国连锁商场企业纷纷“触网”
- 三、银泰网络百货的经营情况
- 四、连锁商场业借助微博发展

第五节2014-2015年中国连锁商场行业竞争策略分析

- 一、信息化技术应用策略
- 二、零售业态改变经营模式
- 三、改变品牌经营发展战略
- 四、正面竞争转向错位竞争

第五章2014-2015年中国连锁商场行业市场分析

第一节2014-2015年中国连锁商场市场规模分析

- 一、2016-2022年中国商场行业市场规模及增速
- 二、连锁商场行业市场饱和度
- 三、国内外经济形势对连锁商场行业市场规模的影响
- 四、2016-2022年中国连锁商场行业市场规模及增速预测

第二节2014-2015年中国连锁商场市场结构分析

第三节2014-2015年中国连锁商场市场特点分析

- 一、连锁商场行业所处生命周期
- 二、技术变革与行业革新对连锁商场行业的影响

三、2014-2015年中国连锁商场差异化分析

第四节2014-2015年中国连锁商场市场运行动态分析

第六章2014-2015年中国连锁商场区域市场分析

第一节东北地区

一、东北地区连锁商场经济环境

二、哈尔滨连锁商场发展综述

三、沈阳连锁商场发展现状分析

四、大连连锁商场发展现状分析

第二节华东地区

一、华东地区连锁商场经济环境

二、上海市百货业发展现状分析

三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化

四、杭州市连锁商场发展历程及现状

五、合肥市连锁商场发展现状分析

第三节华中地区

一、华中地连锁商场经济环境

二、中原经济区崛起连锁商场业受益

三、武汉连锁商场业发展格局

四、外来商业百货巨头进驻长沙

五、郑州市连锁商场发展新特点

第四节华北地区

一、华北地区连锁商场经济环境

二、北京连锁商场业发展特点

三、北京“超市系”百货竞逐社区市场

四、天津零连锁商场发展现状

五、兰州连锁商场发展现状

第五节西南地区

一、西南地区连锁商场经济环境

二、重庆市连锁商场发展状况分析

三、成都市连锁商场经营特点

第六节华南地区

一、华南地区连锁商场经济环境

二、广州连锁商场业竞争特点

三、深圳连锁商场业发展历程

四、深圳连锁商场业发展现状

第七章2014-2015年中国连锁商场行业竞争状况分析

第一节2014-2015年中国连锁超市发展状况

- 一、中国连锁超市发展概述
- 二、中国超市业态发展规模
- 三、中国连锁超市企业排名
- 四、外资超市在华发展情况
- 五、本土超市营销战略分析
- 六、中国本土仓储式超市动态
- 七、中国连锁超市业并购情况
- 八、超市消费者购买行为分析

第二节2014-2015年中国便利店发展状况

- 一、中国便利店总店数量统计
- 二、中国便利店门店规模统计
- 三、中国便利店销售规模统计
- 四、中国便利店经营特点分析
- 五、中国便利店产品策略分析
- 六、中国便利店分销策略分析
- 七、中国便利店发展SWOT分析

第三节2014-2015年中国购物中心发展状况

- 一、世界购物中心分类情况分析
- 二、中国购物中心发展历程分析
- 三、中国购物中心类型形态界定
- 四、中国购物中心发展规模分析
- 五、中国购物中心发展指数分析
- 六、中国购物中心开发投资情况
- 七、中国购物中心发展策略分析
- 八、购物中心未来发展前景分析

第四节2014-2015年中国网络购物行业发展状况

- 一、中国无店铺零售业态发展情况
- 二、中国网络零售规模及现状分析
- 三、中国网络购物发展趋势分析

第五节2014-2015年中国电视购物行业发展状况

- 一、电视购物发展概况
- 二、电视购物优点分析
- 三、电视购物弊端分析

四、电视购物发展方向

五、电视购物发展问题

六、电视购物面临挑战

第六节2014-2015年中国网络团购行业发展分析

一、中国网络团购行业发展规模分析

二、中国网络团购消费人群调查分析

三、中国网络团购消费行为调查分析

第八章2014-2015年中国连锁商场消费者偏好调查

第一节2014-2015年中国连锁商场目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节中国连锁商场品牌市场调查

一、大众对连锁商场认知度调查

二、大众对连锁商场产品的偏好调查

三、大众对连锁商场的首要认知渠道

四、消费者关注度高的商场调查

五、连锁商场忠诚度调查

六、连锁商场市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节不同客户对连锁商场的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第九章2014-2015年中国连锁商场行业竞争格局分析

第一节2014-2015年中国连锁商场竞争现状分析

一、中国连锁商场竞争总体概况

二、中国连锁商场竞争消费格局

三、中国连锁商场竞争格局变化

四、中国连锁商场价格竞争分析

五、中国连锁商场竞争问题解析

六、外资连锁商场在华竞争情况

第二节2014-2015年中国连锁商场竞争状况分析

一、一线城市连锁商场供给情况分析

二、二三线城市连锁商场发展分析

三、连锁商场企业上市融资应对竞争

四、中国百连锁商场并购重组概况

第三节2014-2015年中国连锁商场竞争策略分析

一、信息化技术应用策略

二、连锁商场改变经营模式

三、改变品牌经营发展战略

四、正面竞争转向错位竞争

第十章2015年中国连锁商场部分企业现状分析

第一节大商股份有限公司

第二节王府井百货(集团)股份有限公司

第三节上海百联集团股份有限公司

第四节武汉武商集团股份有限公司

第五节银座集团股份有限公司

第六节百盛商业集团有限公司

第七节天虹商场股份有限公司

第八节重庆百货大楼股份有限公司

第九节新世界百货中国有限公司

第十节银泰百货(集团)有限公司

第十一节广百股份有限公司

第十二节广州友谊集团股份有限公司

第十三节北京市西单商场股份有限公司

第十四节略.....

第十一章2016-2022年中国连锁商场经营策略分析

第一节2016-2022年中国连锁商场企业市场定位策略分析

一、百货店市场定位要素

二、百货店市场定位步骤

三、百货店定位应注意的问题

第二节2016-2022年中国连锁商场行业发展主要对策

一、加快重组向规模经营连锁经营转变

二、准确市场定位向特色经营转变

三、发挥自身优势向服务经营转变

四、更新经营理念向动态经营转变

五、发展网络信息技术向信息化管理转变

六、改进传统经营模式向科学运营转变

第三节2016-2022年中国连锁商场发展战略的对策

- 一、导入信息化技术
- 二、升级业态改变经营模式
- 三、实施品牌发展战略
- 四、正面竞争转向错位竞争

第四节2016-2022年中国连锁商场自营模式探索

- 一、中国连锁商场的经营模式
- 二、连锁商场联营模式存在的问题
- 三、连锁商场的自营能力不足
- 四、连锁商场自营模式的探索

第五节提升中国连锁商场核心竞争力的策略选择

- 一、丰富齐全的产品线
- 二、快捷方便的运营效率
- 三、快速灵敏的战略调整
- 四、寻求质优价低成本优势
- 五、把握时尚流行的元素

第十二章2016-2022年中国连锁商场业发展趋势分析

第一节2016-2022年中国连锁商场的发展走势分析

- 一、消费升级提升百货增长空间
- 二、温和通胀促进超市业绩提升
- 三、专业店最具成长潜力

第二节商业模式下的连锁商场趋势

- 一、商圈两极化外延的地产百货模式
- 二、破解盈利模式之困的多业态融合模式
- 三、延伸连锁空间的相关多元化模式

第三节多业态、多元化融合的行业发展趋势

- 一、购物中心多业态发展趋势
- 二、多元嵌入的连锁式外延扩张

第四节2016-2022年中国连锁商场业发展方向

- 一、特色化、主题化、品牌化
- 二、连锁化、产业化、集约化
- 三、品牌化、信用化、知识化

第五节2016-2022年中国连锁商场业发展趋势

- 一、人才瓶颈进一步凸显

- 二、资本对接将愈加紧密
- 三、商业地产将快速增长
- 四、供应链变革继续深入
- 五、上游厂商争夺流通渠道
- 六、“绿色零售”亟需转化成竞争优势
- 七、she侈品牌大举进军二三级市场

第十三章2016-2022年中国连锁商场投资策略分析

第一节2016-2022年中国连锁商场发展前景及投资机遇分析

- 一、“十二五”规划扩大内需促进消费
- 二、政策面深化继续利好连锁商场业发展
- 三、国民收入增速将实现与经济发展同步
- 四、2010年全国27省上调zui低工资标准
- 五、温和通胀助推百货行业上行
- 六、中小城市居民消费能力被低估
- 七、中国连锁商场行业发展规模预测

第二节2016-2022年中国连锁商场投资风险分析

- 一、经济风险
- 二、政策风险
- 三、经营风险
- 四、竞争风险
- 五、其他风险

第三节2016-2022年中国连锁商场投资策略分析

- 一、挖掘新规划经济振兴区域市场
- 二、发展高端百货业态打造高端品牌
- 三、发展二三线城市连锁商场业
- 四、创新经营把握新兴消费人群市场
- 五、开发微博、团购等互联网营销方式

第四节专家投资建议

图表目录(部分)

图表：中国连锁商场的演进历程

图表：中国连锁商场类型

图表：超市和百商场特征对比

图表：2016-2022年中国国内生产总值及增长速度趋势图

图表：2016-2022年中国人均国内生产总值变化趋势图

图表：2013-2015年中国规模以上工业企业经济指标统计

- 图表：2016-2022年中国全部工业增加值及增长速度趋势图
- 图表：2015年各月度中国规模以上工业增加值增长趋势图
- 图表：2016-2022年中国全社会固定资产投资增长趋势图
- 图表：2015年中国城镇固定资产投资规模及增长速度统计
- 图表：2015年各月度固定资产投资(不含农户)增长趋势图
- 图表：2016-2022年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图
- 图表：2015年社会消费品零售总额同比增长趋势图
- 图表：2016-2022年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图
- 图表：2016-2022年农村居民纯收入及增长情况统计
- 图表：2016-2022年中国进出口总额增长趋势图
- 图表：根据以旧换新计划购买家电的zui高补贴金额
- 图表：2016-2022年中国城镇化率变化趋势图
- 图表：2013-2015年中国城镇居民与农村居民人均消费支出比较情况
- 图表：各收入等级的居民户对各类消费品的需求差异(以zui低收入户为基数)
- 图表：2015年中国人口数及其构成情况
- 图表：2013-2015年中国人口数量变化趋势图
- 图表：2015年末各年龄段人口比重
- 图表：2016-2022年中国各年龄段人口比重变化情况
- 图表：2016-2022年中国各类运输线路长度统计
- 图表：2013-2015年中国限额以上批发和零售业分业态零售额增长情况
- 图表：2015年按业态分中国连锁商场企业基本情况
- 图表：2016-2022年中国连锁商场企业基本情况统计
- 图表：2016-2022年中国连锁商场企业门店总数增长趋势图
- 图表：2016-2022年中国连锁商场企业从业人员增长趋势图
- 图表：2016-2022年中国连锁商场企业营业面积增长趋势图
- 图表：2016-2022年中国连锁商场企业商品销售额数增长趋势图
- 图表：2015年中国连锁商场闭店情况统计(部分)
- 图表：2014年度中国连锁商场百强企业排名
- 图表：2016-2022年中国连锁商场百强销售规模增长趋势图
- 图表：2016-2022年中国连锁商场百强门店总数增长趋势图
- 图表：2016-2022年中国百货业态基本情况统计
- 图表：2016-2022年中国百货店门店总数变化趋势图
- 图表：2016-2022年中国百货店商品销售额增长趋势图
- 图表：2015年中国主要连锁商场经营情况统计
- 图表：2015年外资超市和外资百货门店数占连锁商场百强销售额比重

图表：主要外资连锁商场在华发展概况

图表：全国性扩张模式的6家本土百货商

图表：区域性连锁商场经营简况

图表：中国连锁商场兼并重组大事记

图表：2013-2015年中国连锁商场态基本情况统计

图表：2015年中国中国快速消费品连锁百强排名情况统计

图表：外资连锁商场进入中国时间表

图表：2013-2015年中国连锁商场并购一览表

图表：2013-2015年中国限额以上连锁商场总店数量统计

图表：2016-2022年中国限额以上连锁商场利店总店数量统计

图表：2013-2015年中国便利店经营规模统计

图表：2016-2022年中国便利店门店数量增长趋势图

图表：2013-2015年中国便利店业门店数量分布趋势图

图表：2016-2022年中国便利店营业面积趋势图

图表：2016-2022年中国便利店从业人员增长趋势图

图表：2013-2015年中国便利店商品销售规模统计

图表：2016-2022年中国便利店商品销售额增长趋势图

图表：美国购物中心基本分类

图表：按照位置(影响力)分类的购物中心类型

图表：中国购物中心发展四阶段

图表：2015年中国连锁商场发展指数(SCDI)zui高的十个城市

图表：上海连锁商场发展指数(SCDI)情况

图表：上海连锁商场发展指数(SCDI)各指数排名

图表：北京连锁商场发展指数(SCDI)情况

图表：北京连锁商场发展指数(SCDI)各指数排名

图表：深圳连锁商场发展指数(SCDI)情况

图表：深圳连锁商场发展指数(SCDI)各指数排名

图表：广州连锁商场发展指数(SCDI)情况

图表：广州连锁商场发展指数(SCDI)各指数排名

图表：2013-2015年中国连锁商场累计商业建筑面积情况

图表：2013-2015年中国连锁商场投资占全国商业用房总投资比重情况

图表：2013-2015年中国网络购物交易额增长趋势图

图表：2015年中国团购网站规模及城市分布情况

图表：2015年网络团购消费者城市分布情况

图表：2015年网络团购消费者年龄构成情况

- 图表：2015年网络团购消费者受教育程度分布情况
- 图表：2015年网络团购消费者月收入情况
- 图表：2015年参加团购次数与人数比例情况
- 图表：2015年东北地区主要城市基本情况
- 图表：2015年东北地区主要城市旅游业发展情况
- 图表：2015年华东地区主要城市基本情况
- 图表：2015年华东地区主要城市旅游业发展情况
- 图表：2015年华中地区主要城市基本情况
- 图表：2015年华中地区主要城市旅游业发展情况
- 图表：武汉市主要商圈及百货企业分布概况
- 图表：近几年长沙百货大事记
- 图表：2015年华北地区主要城市基本情况
- 图表：2015年华北地区主要城市旅游业发展情况
- 图表：2015年西南地区主要城市基本情况
- 图表：2015年西南地区主要城市旅游业发展情况
- 图表：重庆市主要商圈及百货分布情况
- 图表：2015年华南地区主要城市基本情况
- 图表：2015年华南地区主要城市旅游业发展情况
- 图表：广州主要商圈及连锁商场
- 图表：连锁商场商品档次的配置比例
- 图表：中国连锁商场档次界定依据
- 图表：连锁商场目标市场调查变量示例
- 图表：连锁商场竞争的SWOT分析及具体要素列举
- 图表：超市现阶段主要经营模式与发展
- 图表：联营与自营优劣势分析
- 图表：连锁商场态收入模式互补
- 图表：广百股份信息化系统集成图
- 图表：支付宝用户收入结构情况
- 图表：支付宝客户对不同功能的认知度
- 图表：连锁商场的行业延伸发展趋势
- 图表：2015年中国扩大内需增加收入的各项政策
- 图表：2015年部分省市公司zui低工资标准上调情况
- 图表：2001-2015年社会消费品零售总额增速与CPI增速显着相关情况
- 图表：2015年中国CPI数据变化趋势图
- 图表：2016-2022年中国连锁商场店铺数目及销售规模预测

图表：近年来出台的部分地区经济发展规划政策

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/247096247096.html>