

2017-2022年中国新疆零售产业竞争现状及发展策略研究报告

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《2017-2022年中国新疆零售产业竞争现状及发展策略研究报告》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/baihuo/287696287696.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

“零售”是向最终消费者个人或社会集团出售生活消费品或非生产性消费品及相关服务，以供其最终消费之用的全部活动，而“零售业”是指向最终消费者（包括个人和社会集团）提供所需商品及其相关服务为主的行业。零售业是一个国家最古老的行业之一，沿街叫卖是最早的零售活动的真实写照。消费、投资及出口作为拉动经济增长的“三驾马车”，在维护一国经济的稳定发展中扮演着重要的角色。而零售业作为第三产业的主体，对消费这辆“马车”具有重要的推动作用，并成为反映一个国家或地区社会发展水平的晴雨表。改革开放三十多年来，随着社会主义市场经济制度的建立、人们消费水平的提高以及外资零售巨头的进入，为零售企业的快速发展提供了前所未有的机遇与挑战。

1 新疆零售业的发展建议

根据相关资料，可知：中国商业联合会2014年度中国零售百强榜中只有一家新疆本土零售企业（新疆友好（集团）股份有限公司），排在百强榜中第73位。电商对零售百强销售规模增长的贡献超过八成。如果扣除7家电商，2014年零售百强（93家实体店零售企业）销售规模同比仅增长5.6%。百强销售占社会消费品零售总额的比重连续五年逐步提升，截止至2014年百强销售规模占社会消费总额的比重为12.9%，比2013年提高1.2个百分点。零售企业加速并购整合，专业店销售增速水平最低，实体店利润率下滑。2014年涉及百强的并购事件继续增多，并购呈现出电商参股实体商业、实体商业参股海外商业、实体异业并购、实体参股电商等特点，并且在2014年，零售百强企业中31家上市公司净利润增速中位数为-1.5%，较2013年上市公司中位数降幅收窄3.7%，其中有16家上市公司净利润出现下滑。

综上所述，零售业整体呈现出集中化、网络化、规模化、实体店利润率下滑趋势，综合百强零售业所呈现出的上述趋势以及新疆本土零售业发展的现状，对新疆零售业发展提出如下建议。

1) 发展O2O商业模式、充分运用微信等现代网络营销方式。

随着外资大型零售企业如家乐福进入，使新疆本土零售企业面临着前所未有的挑战。大型外资零售企业凭借其先进的管理技术及管理理念，能够以更低的价格为顾客提供更加优质的服务。而新疆本土零售企业资产负债率较高，主营业务成本率高导致主营业务利润率低于全国平均水平，对新疆本土零售企业而言，要想在低成本的低价策略中获得竞争优势，商业

模式创新成为提高本土零售企业竞争力的有效途径。

随着互联网、大数据以及云计算等新兴技术的发展，消费者对商品的需求不仅仅是物美价廉，而是逐步呈现出个性化、多样化、自主性等特征。而O2O（onlinetooffline和offlineto online）商业模式是将实体商业与线上网络营销、电子支付结合在一起，使实体店成为线上产品体验的后台的一种新兴电子商务商业模式。这种商业模式可以在网上通过广告、发优惠券以及红包等各种营销手段将顾客吸引到实体店消费，或者顾客通过实体店体验商品后在网上支付购买的消费方式。此外，微信不仅是一种方便的通讯工具及支付工具，还可作为一种强有力的营销方式，通过设立公众账号将企业新产品、特价产品等信息及时向目标受众传播，有利于增加企业销售收入。而新疆地处中国西部、交通不发达、物流跟不上，这为新疆本土零售企业发展O2O商业模式创造了条件。

2) 引进管理营销人才，开发自主品牌实施产品差异化竞争战略。

外资企业由于管理理念与管理技术先进、规模大能够以较低的成本为顾客服务，且价格是影响消费者需求的一个最重要的因素之一，尤其是富有价格需求弹性的商品，因此外资企业具有与生俱来的低成本竞争优势。而新疆本土零售业由于分散化、规模小，没有达到成规模经济，要实施成本领先战略困难重重，而新疆由于其独特的地理及资源优势，可以考虑开发自主品牌，实施产品差异化的竞争战略，提高新疆本土零售企业的核心竞争力。此外，新疆地区由于教育水平比较落后，人才供不应求，零售企业应制定相应的长期激励机制，引进人才、留住人才，培养优秀的管理人员、营销人员及开发设计人员，为新疆自主品牌的开发提供人力资源支撑。

3) 向乡村地区进行扩张，避免与大型外资零售企业面对面竞争。

新疆南北疆地区、城乡区域零售企业分布不均衡，新疆本土零售企业应根据自身实际情况，进行市场细分，努力开发新市场。而乡村地区人口较多，具有较大的消费潜力，新疆本土零售企业，尤其是连锁零售企业应考虑率先进入乡村区域，这将有利于树立企业在消费者心中的形象，提高公司的美誉度与知名度。

4) 大规模经营与提升小型零售企业的组织化程度。

随着大型外资零售企业在华扩张步伐的加快，新疆零售业为了实现在流通企业的大型化、集中化的发展，增强核心竞争力，获得本地区的区位优势，应该采取并购、新建以及战略联盟等方式，实现零售企业间强强联合的多元化融合模式，即零售企业与零售企业之间，不

同区域的零售企业之间，零售企业与上游企业之间，零售企业与金融企业之间进行融合，以实现更大范围内的资源整合，产生协同效应，实现规模经济。另外，还应积极引导小型零售企业的发展，可通过连锁、特许经营等方式提高小型零售企业的组织化程度。

5) 加强供应链管理与现代物流建设。

未来零售企业的竞争并非是单个企业间的竞争，而是供应链间的综合竞争。为了满足消费者的个性化需求，企业不仅要注重自身的管理，还要更加注重供应链链条上各企业的管理，以实现链条上企业效益最大化。在制造商-批发商-零售商-消费者这一商品流通链条中，零售企业能够比制造商更精确地掌握消费者需求的变动情况，因此零售企业应通过电子商务与信息技术平台的应用，突破批供间、零供间单纯的供销关系，积极主动加入上游企业的生产过程中，参与产品的开发与设计、质量管理以及供货周期的制订等等，使链条上的企业成为利益共同体，实现企业间由零和博弈向合作共赢转变。此外，还应加强与完善现代物流体系标准化建设。

中国报告网发布的《2017-2022年中国新疆零售产业竞争现状及发展策略研究报告》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、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。

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\REPORT DIRECTORY

第一章零售业相关知识

1.1 零售业概述

1.1.1 零售业的定义

1.1.2 零售业的产业特点

1.2 零售业经营业态

1.2.1 百货商店

1.2.2 超级市场

1.2.3 连锁店

1.2.4 其他经营业态

1.3 零售行业进入条件

1.3.1 注册登记条件

1.3.2 资金条件

1.3.3 技术、设备条件

第二章 新疆零售业发展环境分析

2.1 中国零售业总体状况

2.1.1 中国零售业国际地位日益重要

2.1.2 中国零售业步入新的历史发展时期

2.1.3 我国零售业发展分析

2.1.4 中国零售业发展分析

2.1.5 上半年中国零售业发展分析

2.1.6 “十二五”中国零售业发展的目标及任务

2.2 中国零售业政策

2.2.1 影响中国零售业发展的政策汇总

2.2.2 我国零售业发展亟需政策直接“刺激”

2.2.3 我国零售业发展的政策保障措施

2.3 西部地区零售业分析

2.3.1 西部地区零售业概况

2.3.2 上半年西部地区零售市场经济状况

2.3.3 西部地区零售企业的竞争优势

2.3.4 西部地区零售业的劣势分析

2.3.5 西部零售业发展的对策及建议

2.3.6 西部地区零售业发展前景广阔

2.4 新疆经济社会发展状况

2.4.1 新疆经济社会的发展

2.4.2 新疆经济社会运行状况

2.4.3 上半年新疆经济社会运行状况

2.4.4 新疆促进经济社会发展政策的落实状况

2.4.5 “十二五”新疆经济社会发展的目标及任务

第三章 新疆零售业发展状况

3.1新疆商贸流通业发展分析

3.1.1新疆商贸流通业发展回顾

3.1.2新疆商贸流通业发展态势良好

3.1.3新疆商贸流通业存在的难题

3.1.4新疆商贸流通业发展策略

3.2新疆零售业总体分析

3.2.1新疆市场吸引国际知名奢侈品牌入驻

3.2.2新疆积极推进零售企业分等定级

3.2.3新疆网上零售市场现状

3.2.4新疆首个零售商务平台正式上线

3.2.5新疆零售业应大力开发农村消费市场

3.3新疆社会消费品零售市场分析

3.3.1新疆社会消费品零售市场的发展

3.3.2新疆社会消费品零售总额获突破

3.3.3上半年新疆社会消费品零售市场分析

3.3.4促进新疆社会消费品零售市场发展的建议

第四章新疆零售业细分市场分析

4.1家电零售市场

4.1.1新疆家电下乡延续至

4.1.2新疆家电下乡产品销售分析

4.1.3新疆家电下乡产品销售状况

4.1.4国美引领新疆家电零售市场发展

4.2汽车零售市场

4.2.1新疆汽车零售市场状况

4.2.2新疆汽车零售市场状况

4.2.3新疆进一步规范汽车销售市场

4.3药品零售市场

4.3.1新疆药品销售价格分析

4.3.2新疆调整部分药品最高零售价

4.3.3新疆重新认定医保定点零售药店

4.3.4新疆加强药品零售企业GSP认证管理

4.3.5新疆加大药品零售连锁企业与加盟店管理规范力度

第五章新疆零售业区域市场分析

5.1 乌鲁木齐

5.1.1 乌鲁木齐社会消费品零售市场回顾

5.1.2 乌鲁木齐社会消费品零售市场分析

5.1.3 上半年乌鲁木齐社会消费品零售状况分析

5.1.4 乌鲁木齐批发零售业存在的主要问题

5.1.5 乌鲁木齐批发零售业发展的措施

5.1.6 乌鲁木齐市商业网点发展规划

5.2 克拉玛依

5.2.1 克拉玛依社会消费品零售情况回顾

5.2.2 克拉玛依社会消费品零售市场分析

5.2.3 上半年克拉玛依社会消费品零售市场状况

5.3 石河子市

5.3.1 石河子社会消费品零售简析

5.3.2 石河子社会消费品零售简析

5.3.3 上半年石河子市社会消费品零售状况

5.3.4 石河子零售业网点规划

5.4 其他地区

5.4.1 吐鲁番地区

5.4.2 伊犁州

5.4.3 哈密地区

5.4.4 阿克苏地区

第六章 新疆零售企业发展分析

6.1 新疆友好（集团）股份有限公司

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

6.2 新疆本土连锁企业

6.2.1 新疆好家乡超市有限公司

6.2.2 新疆新特药民族药业有限责任公司

6.2.3 新疆爱家超市集团有限公司

6.2.4 新疆亚中（集团）有限公司

6.3 入驻新疆的零售企业

6.3.1 世纪金花乌鲁木齐购物中心有限公司

6.3.2辰野名品广场

6.3.3乌鲁木齐丹璐时尚广场

6.3.4乌鲁木齐美美百货

图表目录\CHARTDIRECTORY

图表1-12月社会消费品零售总额主要数据

图表1-12月社会消费品零售总额主要数据

图表我国西部地区社会消费品零售总额

图表新疆居民消费价格比上年涨跌幅度

图表新疆全部工业增加值及增速

图表新疆工业企业主要产品产量及增速

图表新疆全社会固定资产投资及增速

图表新疆房地产开发投资及增速

图表新疆生产总值（GDP）及增速

图表新疆人均生产总值及增速

图表新疆全社会固定资产投资及增速

图表新疆城镇居民人均可支配收入及增速

图表新疆农村居民人均纯收入及增速

图表新疆社会消费品零售总额及增速

图表新疆社会消费品零售总额及增速

图表克拉玛依居民消费价格比上年涨跌幅度

图表哈密地区社会消费品零售总额及增速

图表阿克苏社会消费品零售总额及其增长速度

图表6月末友好集团总资产和净资产

图表友好集团营业收入和净利润

图表1-6月友好集团营业收入和净利润

图表友好集团现金流量

图表1-6月友好集团现金流量

图表友好集团主营业务收入分行业

图表友好集团主营业务收入分产品

图表友好集团主营业务收入分区域

图表友好集团成长能力

图表1-6月友好集团成长能力

图表友好集团短期偿债能力

图表1-6月友好集团短期偿债能力

图表友好集团长期偿债能力

(GYZJY)

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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/287696287696.html>