

# 2018年中国零售行业市场分析报告- 行业深度分析与发展前景研究

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年中国零售行业市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》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/328598328598.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

零售行业中超市板块最为受益CPI提升，对超市企业而言CPI上升通过价格关系，直接提高超市同店增速和盈利水平；历史数据看，CPI与行业同店增速已经龙头盈利能力呈正相关性；CPI温和上升期间，超市行业龙头和低PS个股的估值中枢都将得到提升。2018年在新零售带来的行业变革以及CPI上升预期下，超市行业将迎来龙头企业收入增速线上化、区域企业盈利改善预期加强的新局面，行业整体PS估值中枢有望上行，建议增持：永辉超市、家家悦、中百集团、步步高。

### 1、超市行业必需消费为主，CPI上行提升同店增速

GDP与CPI分别通过量、价关系，对超市行业产生影响。GDP增速主要通过“量”影响超市行业营收，CPI则通过“价”影响超市行业营收。在经济增速加速下滑过程中，“量”的减少对超市行业营收影响较大；但在经济下行后期，超市行业而言以必需品销售为主，具有一定刚性，刚需使得“量”不再下滑，这一时间内CPI等价格因素是驱动超市行业营收的核心因素。

CPI上升期间，超市行业营收增速有望受益改善。超市行业销售必需品为主，一般食品、非食品占比40%、60%左右，营业收入主要受客流量、客单价、新增门店等因素影响。CPI上升对客单价有明显增长，而由于需求较为刚性，客流量仍能维持平稳。另一方面，国内超市尽管后端盈利为主，但仍买断方式承担部分商品库存，CPI持续上涨期间，超市行业在存货周转周期内，低库存价格、高终端销售价格得以持续，有利于毛利率和盈利能力提升。此外，CPI适度上涨初期，由于囤货等心理影响，对居民消费有一定正向刺激作用；中期若配合人均可支配收入提升，则影响中性。

### 2、超市行业营收增速受GDP增速影响显著性低

超市行业营收增速在经济下滑时期受GDP影响较大，在后期受影响较小（量价关系）我们选取上市较早、门店成熟的5家超市公司（中百集团、华联综超、步步高、人人乐、新华都等）为样本。国内GDP增速2009年开始出现下滑，超市行业由于刚需和价格上涨，营收增速滞后两年，至2011年见顶回落。随后经济下滑加速，超市行业营收增速亦同步大幅下滑。但2013年开始，GDP增速下滑放缓，超市行业营收增速继续下行，仍表现出一定滞后性。总体来看，超市行业营收增速与GDP增速，除在经济加速下滑时期有一定同步性之外，其他时期影响并不显著，特别在2016-2017年GDP增速维持在6.5-7%附近增速，而可比超市增速仍继续波动向下。

图：2009年后，GDP增速下行对超市营收影响较小

### 3、CPI是经济平稳时期驱动超市行业同店增速核心变量

必需消费品销量刚性，CPI成为驱动超市行业同店增速核心变量。国内CPI指数经历了2008年-2011年的3年上升时期和2011-2015年的4年下降周期。2009年在强财政、宽货币刺激下，CPI一路从-1.27%上升至2011年6.22%，超市行业营收增速亦于2011年见顶至21.16%；随后，CPI一路下滑至2015年1.2%，超市行业营收增速亦同步下降至-5%，2016-2017

年样本公司由于关店等造成收入快速下降，与CPI相关性不强。而行业龙头永辉超市（2010年上市，主要收入增速来自于门店扩张，并未列入上述超市行业5家公司中），从2011年开始同店增速数据来看，亦与CPI高度高度相关。总体而言，超市行业由于必需消费属性较强，营收端同店增速主要受CPI等价格因素驱动。

图：CPI与超市营收2015年前同步性较强

图：永辉超市同店增速与CPI高度

相关数据来源：公开数据整理（GYWW）

我国高速增长的经济为零售行业提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国零售行业市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》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零售交易所等，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 2015-2017年中国零售行业发展概述

## 第一节 零售行业发展情况概述

- 一、零售行业相关定义
- 二、零售行业基本情况介绍
- 三、零售行业发展特点分析

## 第二节 中国零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、零售行业产业链条分析
- 三、中国零售行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

## 第三节 中国零售行业生命周期分析

- 一、零售行业生命周期理论概述
- 二、零售行业所属的生命周期分析

## 第四节 零售行业经济指标分析

- 一、零售行业的赢利性分析
- 二、零售行业的经济周期分析
- 三、零售行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国零售行业进入壁垒分析

- 一、零售行业资金壁垒分析
- 二、零售行业技术壁垒分析
- 三、零售行业人才壁垒分析
- 四、零售行业品牌壁垒分析
- 五、零售行业其他壁垒分析

## 第二章 2015-2017年全球零售行业市场发展现状分析

### 第一节 全球零售行业发展历程回顾

### 第二节 全球零售行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲零售行业地区市场分析

- 一、亚洲零售行业市场现状分析
- 二、亚洲零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲零售行业市场前景分析

### 第四节 北美零售行业地区市场分析

- 一、北美零售行业市场现状分析
- 二、北美零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美零售行业市场前景分析

## 第五节 欧盟零售行业地区市场分析

- 一、欧盟零售行业市场现状分析
- 二、欧盟零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟零售行业市场前景分析

## 第六节 2018-2024年世界零售行业分布走势预测

## 第七节 2018-2024年全球零售行业市场规模预测

## 第三章 2015-2017年中国零售产业发展环境分析

### 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、全社会消费品零售总额
- 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 中国零售行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国零售产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、零售环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 2015-2017年中国零售行业运行情况

### 第一节 中国零售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 中国零售行业市场规模分析

### 第三节 中国零售行业供应情况分析

### 第四节 中国零售行业需求情况分析

### 第五节 中国零售行业供需平衡分析

## 第六节 中国零售行业发展趋势分析

### 第五章 中国零售所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国零售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 中国零售所属行业产销与费用分析

##### 一、产成品分析

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

##### 六、销售成本分析

##### 七、销售费用分析

##### 八、管理费用分析

##### 九、财务费用分析

##### 十、其他运营数据分析

#### 第三节 中国零售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 2015-2017年中国零售市场格局分析

#### 第一节 中国零售行业竞争现状分析

##### 一、中国零售行业竞争情况分析

##### 二、中国零售行业主要品牌分析

#### 第二节 中国零售行业集中度分析

##### 一、中国零售行业市场集中度分析

##### 二、中国零售行业企业集中度分析

#### 第三节 中国零售行业存在的问题

#### 第四节 中国零售行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国零售行业竞争力分析

##### 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 2015-2017年中国零售行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国零售行业消费特点

第二节 中国零售行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 零售行业成本分析

第三节 零售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

第四节 中国零售行业价格现状分析

第五节 中国零售行业平均价格走势预测

一、中国零售行业价格影响因素

二、中国零售行业平均价格走势预测

三、中国零售行业平均价格增速预测

## 第八章 2015-2017年中国零售行业区域市场现状分析

第一节 中国零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区零售市场规模分析

四、华东地区零售市场规模预测

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、华中地区零售市场规模分析

四、华中地区零售市场规模预测



#### 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、华南地区零售市场规模分析
- 四、华南地区零售市场规模预测

#### 第九章 2015-2017年中国零售行业竞争情况

##### 第一节 中国零售行业竞争结构分析（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 中国零售行业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 中国零售行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

#### 第十章 零售行业重点生产企业分析（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

第六节 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年中国零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国零售行业未来发展前景分析

一、零售行业国内投资环境分析

二、中国零售行业市场机会分析

三、中国零售行业投资增速预测

第二节 中国零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国零售行业市场发展预测

一、中国零售行业市场规模预测

二、中国零售行业市场规模增速预测

三、中国零售行业产值规模预测

四、中国零售行业产值增速预测

五、中国零售行业供需情况预测

第四节 中国零售行业盈利走势预测

一、中国零售行业毛利润同比增速预测

二、中国零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国零售行业投资风险与营销分析

第一节 零售行业投资风险分析

一、零售行业政策风险分析

二、零售行业技术风险分析

三、零售行业竞争风险分析

四、零售行业其他风险分析

第二节 零售行业企业经营发展分析及建议

一、零售行业经营模式

二、零售行业销售模式

三、零售行业创新方向

第三节 零售行业应对策略

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年中国零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国零售行业品牌战略分析

一、零售企业品牌的重要性

二、零售企业实施品牌战略的意义

三、零售企业品牌的现状分析

四、零售企业的品牌战略

五、零售品牌战略管理的策略

第二节 中国零售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 中国零售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年中国零售行业发展策略及投资建议

## 第一节中国零售行业产品策略分析

### 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 中国零售行业定价策略分析

## 第二节中国零售行业营销渠道策略

### 一、零售行业渠道选择策略

### 二、零售行业营销策略

## 第三节中国零售行业价格策略

## 第四节 观研天下行业分析师投资建议

### 一、中国零售行业重点投资区域分析

### 二、中国零售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/328598328598.html>