

2018-2023年中国百货店产业市场规模现状分析及 投资前景规划预测报告

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《2018-2023年中国百货店产业市场规模现状分析及投资前景规划预测报告》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/301400301400.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

随着电子商务的发展,网上商场交易量逐年上涨,越来越火旺,而我国百货行业的增幅继续放缓,利润额呈现负增长,整个行业的经营不容乐观。社会资本从传统经济模式下的集聚转向互联网经济模式下的分散。电商产业对传统百货业形成了一定的市场冲击,我国传统百货业必须直面困难迎接挑战,加快转型升级,推动传统产业与电子商务的融合,使其以一种创新的形式为消费者提供服务,以追求更大的经济效益。

图：中国百货店

图：2005-2016百货年营业收入

图：2005-2016百货年利率水平

一、百货店行业现状

(一)网上商城概述

网上商城是以互联网为运营载体,依托互联网资源,利用电子商务的各种手段,达成从买到卖的过程的商务场所。

随着互联网的兴起和信息化时代的到来,自身具有高效性、便捷性、全球性的网上商城,不断普及和深入大众消费者,并在工业、农业、服务业、运输产业等多领域得到广泛运用。

网上购物具有无时间空间限制,网上支付方式便利,产品配送到家等特点,满足了消费者碎片式的“随时随地”的购物需求。

比较具有代表性的网上商城有天猫,京东等。订单数和交易额不断上涨,以2015年为例,仅双十一当天,京东再度刷新销售记录,下单量超过3200万单,同比增长130%,天猫双十一最终成交额为912.17亿元,同比去年增长59.7%。以及近段时间的VR虚拟现实应用于购物中,使商品的全方位信息虚拟呈现在客户面前。连年交易规模的增长,科技的更新,网上商城自身的优势,带动企业经营模式的创新、产业组织效率的提高以及资源配置的优化,具有良好的商业前景。

。

(二)传统百货店概述

传统百货业是大型百货公司对待最广大的消费群体,依据其不同的种类分别开展各自的销售、进货和库存管理,并运用联销或者经销的形式,进而开展全面品类销售的百货业态。

传统百货店以线下实物交易为主,为消费者提供集中的场所。然而近年来由于电子商务的兴起和购物中心的崛起,我国传统百货行业受到了巨大冲击。据中国百货商业协会的统计,2015年80家会员企业的销售总额增加了9.3%,但利润率却下降了19.53%。据物联网统计,2015年当年百货已关店114家,其中包含玛莎百货、百盛百货、远东百货等众多知名百货。沃尔玛于2016年1月15日宣布在全球关闭269家门店,开始调整战略部署,缩小编制,节约成本,关闭不盈利的门店便是最直接的措施。此外,沃尔玛还与京东集团达成多项战略合作,由京东接手沃尔玛旗下的电商平台1号店。数据表明,传统百货店与电商合作是很多实体商业不约而同的突围行径。

三、传统百货店发展对策

随着网上商城对传统百货步步紧逼,我国传统百货亟需转型来改变原有商业模式,走出生存窘境,获得新生。针对问题,分别从政府政策,传统百货店改进和服务消费者三方面来提出对策。

(一)政府

政府具有经济调节,市场监管等经济职能,促进市场有序进行时政府职能所在。一是鼓励企业进行研发高新科技,并对企业的创意设计研发科技予以支持和表彰,使其顺应互联网趋势,推进产业化。研发高新科技,将科学技术应用到培养人才方面,将科技运用于创新应用方面,进而提高传统百货店的核心竞争力。

二是对于创新转型的企业给予政策倾斜。采取优惠政策对相关产业的融资扶持,如税收优惠或减免政策,创业辅导,培训等形式,以支持它们搭建互联网支撑平台、服务于更多商业企业。

有利于百货业顺应发展减少压力,从而促使产业走上新兴发展道路。

三是规范市场,避免传统百货与网上商城不正当竞争,规范两种业态市场,促使传统百货店在有序状态下转型。

(二)传统百货店

传统百货进入电子商务领域是时代发展趋势,鼓励传统百货向电子商务转型可以提高商

业活动的效率。

一是顺应趋势,自觉转型。首先依靠网络科技,提高信息化水平,使用大众常用第三方平台,比如微信平台建立微信公众号的合作方式,或是与天猫、京东商城等携手合作,逐步开展网上商城的布局。此外,加强预算,控制成本。经营成本,地租等方面价格的上涨,可以采取商场自建的形式,减少地租成本,或采取缩减规模,达到控制成本。其次是支付革新,引入支付宝,微信支付等手机支付形式,既可以提高收银员的工作效率,降低准备零钱找零的时间成本,又可以便捷快速完成支付,节约顾客的时间等待成本。再次采用网络传播手段,通过网络营销,展示技术,即使用视频等高科技技术,展示商品,将最新优惠,主打产品推送,使客户在远处即可了解到产品。再根据自身的定位、目标消费者、商品组合等特征,围绕消费者核心体验为目标进行全渠道销售宣传。最后是提高创新能力,对管理创新,销售创新,科技创新。依靠科技,创新科技,实现产业的可持续健康发展。

二是加强团队成员队伍建设,培养员工的互联网意识,增强员工责任服务意识,责任意识。这个具体表现在,管理层人员既有理论知识又有管理技能和实务操作能力的技术应用型人才,销售人员具有较强的促销能力与手段,对待客户要耐心指导。客户接触产品时,销售人员负责地向客户介绍展示产品尤为重要。耐心对待客户,获得客户认同,培养忠诚消费群。

三是融入本土特色,差异发展。在当地调研,多方位了解本土文化与地方特色,避免千篇一律。在熟悉本土消费者需求,消费观念,消费习惯等情况下,百货店结合当地特色,融入当地文化,提供更加人性化、本土化、风俗化的产品与服务,使客户一目了然。

根据购买习惯不同,有针对性地选择商品进行销售,实施差异化营销,打造个性与体验产品。

四是扎实做好售后服务。真正的销售始于售后,商品成交并非是商品推销的结束,而是下次推销其他产品的开始。传统百货店做好售后应不断地关心顾客,了解他们对产品的满意程度,虚心听取他们的意见,对产品售后存在的问题,正确处理顾客抱怨,采取积极措施弥补,为顾客提供便利售后服务,防止因此失去顾客。

(三)消费者

不管是百货店还是网上商城,只有消费者购买了产品,产业才能实现经济效益。引导消费者购买商品,激起消费者的购买欲,才能实现产业的正常运转。

一是增加购物体验,增加乐趣。体验式营销是从消费者的角度出发,对消费者感官、情感、思考和行动、关联等五个方面定义和设计的营销方式。传统百货作为人员密集的地方,客户白领等人工作之余涌往商城,寻求的是一种购物的享受体验。逛街购物乐趣明显重要,尤其是女性。尝试在商场内设置电子试衣镜、互动屏幕等,增加消费者互动。多方面的购物体验比起网上商城摸不到、闻不到、感受不到的线上购物体验,传统百货的购物体验能够更真实地为消费者提供多方位的购物体验。消费者在购物的同时也能享受到周边科技的变化,享受高科技购物环境。

二是商品的摆放科学合理,客户经常购买的放在显眼地方,可以使用一些小标语,小卡片之类的营造氛围。

三是网络社交带动产品,一个消费者带动另外一个消费者的方式,通过网络平台,比如微信投票等方式扩大产品或公司知名度,或者让客户参与价格竞猜,客户在进行参与活动同时感受到企业的文化理念,达到利用网络发展的机会发展自身的竞争优势。

四、小结

随着互联网技术的不断普及,网上商城的不断发展与完善,人们的消费方式转变,传统百货店面对网络购物浪潮带来的无限商机,百货店要把握时机,顺势而为,完善自身管理体制,将电子商务作为工具并且借助于信息技术和网络优势,融入浪潮,迎接挑战,在电子商务的道路上走出特色之路。使实体店与网上商城的有机的并存,二者相辅相成,将二者更好的结合起来,提高商业活动效率,满足消费者需求。

观研天下发布的报告书内容严谨、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】

第一章 2017年中国零售业运行态势分析

第一节 2017年中国零售业的发展分析

- 一、零售业发展潜力巨大
- 二、零售业成本上升促使企业关注内生增长
- 三、零售行业消费品市场进入新的发展时期
- 四、国内零售企业开展分等定级
- 五、社会消费品零售总额分析
- 六、零售百货行业分析

第二节 中国零售业转型进入关键期

- 一、品牌创造价值
- 二、服务创造价值
- 三、现代信用创造价值
- 四、企业社会责任创造价值
- 五、安全创造价值
- 六、商业模式创造价值
- 七、商业文化创造价值
- 八、人力资本创造价值

第三节 2017年中国零售企业五大问题分析

- 一、连锁企业漠视品牌经营
- 二、统一采购仅停留于理论
- 三、末端优势难以体现
- 四、定价和促销流于形式
- 五、存货管理漏洞大

第二章 2017年世界百货店产业运行状况分析

第一节 2017年世界百货店产业运行综述

- 一、世界百货店设计创意分析
- 二、国外百货店运营奢侈品的经验学习
- 三、世界百货店的标杆

第二节 2017年世界百货店产业主要国家运行分析

- 一、日本
- 二、美国
- 三、日本与美国对比分析

第三节 2018-2023年世界百货店产业发展趋势分析

第三章 2017年世界知名百货店发展情况透析

第一节 美国：Bloomingdale百货公司

- 一、公司基本情况
- 二、2017年公司经营及市场销售分析
- 三、2017年公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

第二节 美国：Bergdorf Goodman百货公司

- 一、公司基本情况
- 二、2017年公司经营及市场销售分析
- 三、2017年公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

第三节 日本：西武百货

- 一、公司基本情况
- 二、2017年公司经营及市场销售分析
- 三、2017年公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

第四节 英国：哈洛德百货公司 Harrods

- 一、公司基本情况
- 二、2017年公司经营及市场销售分析
- 三、2017年公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

第五节 意大利：LARINASCENTE百货公司

- 一、公司基本情况
- 二、2017年公司经营及市场销售分析
- 三、2017年公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

第六节 法国：Galeries Lafayette百货公司

- 一、公司基本情况
- 二、2017年公司经营及市场销售分析
- 三、2017年公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

第七节 印度尼西亚：乐宾百货

- 一、公司基本情况
- 二、2017年公司经营及市场销售分析
- 三、2017年公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

第四章 2017年中国百货店产业运行环境分析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2017年中国百货店产业政策环境分析

- 一、百货店价格调整策略
- 二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费
- 三、百货店相关政策影响分析

第三节 2017年中国百货店产业社会环境分析

- 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、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第五章 2017年中国百货店产业运行形势分析

第一节 2017年中国百货店业发展概况

- 一、我国百货业发展本土优势分析
- 二、白领百货店的经营创新
- 三、百货店业态销售同比增长速度

第二节 2017年中国大型百货运行分析

- 一、现代大型百货市场定位模式探析
- 二、大型百货零售业市场的内部准入条件
- 三、大型百货零售企业服务质量要素构成
- 四、大型百货店陷入困境的原因分析
- 五、大型百货店市场制胜的发展策略

第三节 2017年中国百货店产业发展存在的问题分析

第六章 2017年中国百货业市场管理及营销手段分析

第一节 2017年中国百货业供应商关系管理探析

- 一、百货业供应商关系管理简述
- 二、百货业供应商关系管理的作用
- 三、国内百货业供应商关系管理中的问题
- 四、百货业供应商管理的发展趋势

第二节 2017年中国百货业的营销分析

- 一、百货店常用的促销手段
- 二、百货商场营销策划的三个主要因素
- 三、百货业营销中应避免的误区
- 四、百货店的促销建议

第七章 2017年中国百货店业市场竞争格局分析

第一节 2017年中国百货店竞争现状分析

- 一、大型、综合百货店的市场竞争优势
- 二、百货店建立长远竞争优势浅析
- 三、百货店核心竞争力打造
- 四、我国百货店新的竞争模式

第二节 2017年中国百货店重点省市运行分析

- 一、北京百货店30年发展
- 二、上海百货店零售额排行
- 三、深圳百货店回顾与展望

第三节 2017年中国百货店产业提升竞争力策略分析

第八章 2017年中国百货店相关竞争产业运营分析——购物中心

第一节 2017年中国购物中心发展概况

- 一、中国购物中心发展的历史阶段剖析
- 二、中国购物中心发展基本情况简述
- 三、中国购物中心发展的特点解析
- 四、中国Shopping Mall发展态势剖析
- 五、外资抢滩中国购物中心市场

第二节 2017年中国购物中心发展存在的问题分析

- 一、我国大型购物中心发展的阻碍
- 二、我国购物中心发展面临的挑战

三、大型购物中心在我国遭遇诸多困扰

四、我国购物中心开发存在的误区透析

第三节 2017年中国购物中心发展的对策分析

一、促进我国购物中心快速发展的建议

二、大型购物中心建设的要点探讨

三、我国购物中心开发的三大要素

四、大型购物中心可持续发展的对策

第九章 2017年中国百货店相关竞争产业运营分析——超市业

第一节 2017年中国超市的发展形势分析

一、中国超市零售业的现状

二、中国超市的供应链与资金链

三、中国超市业发展的规模化道路

四、中国超市零售业的信息化之路

五、中国超市零售业的发展战略

第二节 2010-2017年中国超市的经营管理分析

一、连锁超市经营管理中五个不等分析

二、超市管理的关键点分析

三、超市人力资源管理的误区分析

第三节 2017年中国大型超市的经营分析

一、大型综合超市的含义特征分析

二、中国大型综合超市建立的可行性

三、中国大型超市的发展现状分析

四、大型综合超市新的营销策略

五、大中型超市社区营销能力提高的思考

第四节 2018-2023年中国超市的发展趋势分析

一、连锁经营成为超市发展的新趋向

二、未来中国超市发展基本趋势

三、全球化下中国超市发展的十个趋势

四、21世纪零售业态超市的发展态势

第十章 中国百货店经营主力企业关键性财务数据分析

第一节 武汉中商集团股份有限公司

(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

第二节 银川新华百货商店股份有限公司

(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

第三节 合肥百货大楼集团股份有限公司

(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

第四节 百大集团股份有限公司

(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

第十一章 2018-2023年中国百货店产业发展趋势预测分析

第一节 2018-2023年中国百货店服务趋势分析

一、服务趋向战略化

二、服务趋向超前性

三、服务趋向情感化

四、服务趋向多样化

五、服务趋向个性化

六、服务趋向信息化

第二节 2018-2023年中国百货店产业市场预测分析

一、百货店产业走势预测分析

二、百货店盈利预测分析

三、百货店市场竞争格局预测分析

第十二章 2018-2023年中国百货店产业投资机会与风险分析

第一节 2018-2023年中国百货店产业投资环境分析

第二节 2018-2023年中国百货店产业投资机会分析

一、资产注入、并购整合、股权激励等带来的投资机会

二、区域优势分析

第三节 2018-2023年中国百货店产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、财务风险分析

三、进入退出风险分析

第四节 专家建议

图表目录：

图表：2015-2017年二季度中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010.09-2017.12中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2015-2017年二季度我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2017年二季度我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2015-2017中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.9-2017.12年我国工业增加值增速统计

图表：2015-2017年二季度我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2015-2017年二季度我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2015-2017年6月中国外汇储备走势图

图表：2015-2017年央行存款利率调整统计表

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/301400301400.html>