中国百货零售行业专项调查与竞争战略分析报告（2015-2020）

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《中国百货零售行业专项调查与竞争战略分析报告（2015-2020）》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：https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/201514201514.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

电商冲击、商业体量过大、品牌同质化、租金过高……近年来，这些令人耳熟能详的词汇时时提醒着百货零售商业的危机现状。在经济转型、消费增速放缓以及渠道革命的大背景下，成都的零售业也在不懈努力中告别了2014上半年。在过去的六个月里，卖场们是如何应对市场环境，做了哪些措施，得到了怎样的收效？上半年，卖场们又取得了哪些可圈可点的成绩？

2014上半年，整个百货零售业保持了较为理性的增长趋势。记者通过对行业协会和卖场的走访了解到，增长最为明显的是便民连锁店，以红旗、互惠、WOWO、7-11为主，整体同比增长20%左右。超市卖场则紧跟其后，约有10%的增长；而像屈臣氏、珠宝卖场等这样的专业店，形势也比较理想，同比增长6%左右。而业态最丰富、体量最大的百货购物中心，却出现了整体约3%的微度下滑。

从上半年的数据来看，成都百货零售业的增速有所降低，而在建商业项目面积却位居全国之首。对于这一现象，成都理工大学商学院教授花海燕表示，目前，成都商业地产开发量较大，说明企业都看重长期利益。中西部是目前中国经济发展比较迅速的地区，而成都又是中西部市场的首要城市，所以低迷的情况不会一直持续，从长远来看，成都市场仍然是中西部值得投资的城市。

成都占据全川50%以上的消费力

越来越多的购物中心将市场锁定在二级城市，这是否意味着全川二级城市的总购买力会逐步赶超成都？成都市零售商协会秘书长宋建朝表示，成都作为中国中西部地区的经济核心，唯一的一线城市，仍然占据全川50%以上的消费力，我并不认为二级城市的购买力将来会超过成都。我们结合各大高端卖场的数据发现，成都的购买力70%来自成都以外的消费人群，越来越多的二级城市高端消费人群，省外的消费人群等等，随着越来越多国际直航线路开通，成都本地人越来越倾向于境外购物，相信这一比例还会有所上升。

中国报告网发布的《中国百货零售行业专项调查与竞争战略分析报告（2015-2020）》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1章 中国零售行业发展综述
1.1 零售行业总体发展概况
1.1.1 零售行业定义及范畴
1.1.2 零售行业的发展历程
1.1.3 零售行业的发展特征
1.2 零售行业业态结构分析
1.3 零售行业经济运行分析
第2章 中国零售行业发展环境
2.1 零售行业政策环境分析
2.1.1 行业主管部门
2.1.2 行业相关政策
（1）国家区域振兴规划
（2）收入分配改革进程
（3）系列促进消费政策
（4）国内贸易发展规划
2.2 零售行业经济环境分析
2.2.1 社会消费品零售总额
2.2.2 国内生产总值（GDP）分析
2.2.3 城乡居民可支配收入分析
2.2.4 居民消费价格（CPI）分析
2.3 零售行业社会环境分析
2.3.1 居民消费发展情况
2.3.2 城镇化进程分析
2.3.3 居民消费倾向分析
2.3.4 居民消费信心分析
第3章 中国零售业细分市场发展状况解析——百货店业
3.1 中国百货店发展现状分析
3.1.1中国百货商店的发展简析
3.1.2消费者牵动的百货业品牌竞争
3.1.3中国百货业的竞争力分析
3.1.4百货业应对市场的竞争挑战的对策
3.1.5中国百货店的复兴之道
3.1.6百货业亟待“个性化”创新
3.2中国百货业的营销分析

3.2.1百货店间常用的促销手段
3.2.2百货商场营销策划的三个主要因素
3.2.3百货业营销中应避免的误区
3.3 中国大型百货业发展态势分析
第4章 中国零售业细分市场发展态势分析——超市业
4.1中国超市的发展形势分析
4.1.1中国超市零售业的现状
4.1.2中国超市的供应链与资金链
4.1.3中国超市业发展的规模化道路
4.2 中国超市的经营管理分析
4.2.1连锁超市经营管理中五个不等分析
4.2.2超市管理的关键点分析
4.2.3超市人力资源管理的误区分析
4.3 中国大型超市的经营分析
4.3.1大型综合超市的含义特征分析
4.3.2中国大型综合超市建立的可行性
4.3.3中国大型超市的发展现状分析
4.4 2015-2020年中国超市的发展趋势分析
第5章 中国零售业细分市场发展形势浅析——便利店
5.1 世界部分国家或地区的便利店分析
5.1.1美国是便利店的发源之地
5.1.2英国的便利店行业现状
5.1.3日本便利店经营的发展分析
5.2 中国便利店发展现状分析
5.2.1国内外便利店成功案例分析
5.2.2对中国便利店发展的思考
5.2.3中国便利店市场上的中外资本
5.2.4中国便利店生存的困惑
5.2.5便利店发展中面临的问题
5.2.6中国便利店发展的三个策略
5.3 中国便利店的前景和趋势分析
第6章 中国零售业细分市场发展态势剖析——购物中心
6.1世界部分国家或地区的购物中心分析
6.1.1 东南亚购物中心
6.1.2 美国购物中心

6.1.3 德国购物中心
6.1.4 日本购物中心
6.2 中国的购物中心发展状况分析
6.2.1 国内购物中心发展回顾
6.2.2 中国购物中心发展现状分析
6.2.3 商务部将出台规范分级控制购物中心的建设
6.3 中国购物中心发展面临的问题及风险
6.3.1 国内购物中心的运作失误
6.3.2中国购物中心发展存在的问题
6.3.3购物中心发展中需注意的几个问题
第7章百货业部分态领先企业经营分析
7.1 大商集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.2 上海友谊集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.3 长春欧亚集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.4 重庆百货大楼股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析

（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.5 广州友谊集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.6 广州市广百股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.7 北京王府井百货（集团）股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.8 合肥百货大楼集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.9 中百控股集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析

（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
7.10 山东银座商城股份有限公司经营情况分析
（1）企业概况
（2）企业主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业成长能力分析
第8章 2015-2020年中国百货零售行业发展前景分析与预测
8.12015-2020年中国百货零售行业未来发展前景分析
8.1.1国内投资环境分析
8.1.2市场机会分析
8.1.3投资增速预测
8.2 2015-2020年中国百货零售行业未来发展趋势预测
8.3 2015-2020年中国百货零售行业市场发展预测
8.3.1行业市场规模预测
8.3.2行业市场规模增速预测
8.3.3行业产值规模预测
8.3.4行业产值增速预测
8.4 2015-2020年中国百货零售行业盈利走势预测
8.4.1行业毛利润同比增速预测
8.4.2行业利润总额同比增速预测
第9章 2015-2020年中国百货零售行业投资风险与营销分析
9.1行业进入壁垒分析
9.1.1行业技术壁垒分析
9.1.2行业规模壁垒分析
9.1.3行业品牌壁垒分析
9.2 2015-2020年中国百货零售行业投资风险分析
9.2.1行业政策风险分析
9.2.2行业技术风险分析
9.2.3行业竞争风险分析
9.2.4 行业其他风险分析

图表详见正文·····

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/201514201514.html