

# 2019年中国百货零售市场分析报告- 产业现状与投资战略研究

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《2019年中国百货零售市场分析报告-产业现状与投资战略研究》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/392561392561.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

百货商店是指经营包括服装、鞋帽、首饰、化妆品、装饰品、家电、家庭用品等众多种类商品的大型零售商店。它是在一个大建筑物内，根据不同商品部门设销售区，采取柜台销售和开架面售方式，注重服务功能，满足目标顾客追求生活时尚和品位需求的零售业态。

2017年，商务部重点监测的2700家典型零售企业销售额同比增长4.6%，增速较上年同期加快3个百分点，典型企业营业利润和利润总额分别增长8.0%和7.1%，增速分别比上年同期加快6.5和11个百分点，特别是实体零售逐步回暖，分业态数据显示，2017年，专卖店、专业店、超市和百货店销售额增速分别为8.3%、6.2%、3.8%和2.4%，较上年同期分别加快6.6、3.3、1.9和2.7个百分点。

近年来，零售市场经历了跌宕起伏的变化，互联网技术使消费者聚集成拥有海量信息来源及话语权的网络社群，并逐渐掌握消费市场的主动权，零售业从“卖方市场”进入到“买方市场”时代。消费者在早期经历了一轮“低价狂欢”之后，逐渐恢复理性，变得越来越成熟。收入增长驱动消费升级，唤醒大众品质和体验意识，顾客价格敏感度下降、品质追求上升，同时由于线上购物体验受限，对线下的冲击见顶回落。消费形态正在从购买产品转变为购买服务，购买体验，提升生活品质及获得体验逐步成为消费的核心动力。随着消费多样性日趋增大，单一性的市场增长势头日渐趋弱。

随着消费者收入水平的提高，人们的消费能力和消费意愿不断增强。根据尼尔森发布的报告，2017年中国消费者信心指数稳步增长至112点，较2016年提高6个点。中国市场的消费者信心指数从2014年以来，一直超越100%，虽然在2014年第三季度有过一些波动，但在2016年的9-10月份，这一数字又回调到106%。2017年各季度中国消费者信心指数始终在110-114点，保持高位运行，为中国消费结构转型升级提供更多可能性，走过经济高速发展时期的核心消费群体以其日益旺盛的消费需求带来新一波市场红利。

2015-2017年中国消费者信心指数情况

数据来源：中国百货商业协会

目前，中国零售市场一个显著变化在于主力消费阶层年轻化，八零后、九零后、零零后，新生代的消费人群正在崛起。根据波士顿咨询公司的数据显示，35岁以下年轻人的消费占消费增长的65%。此外，从2016年到2021年，这一群体的消费正以年均11%的速度增长，是35岁以上消费者的消费增速的两倍。到2021年，年轻一代的消费将占消费总量的69%<sup>1</sup>。

由于经济社会的高速发展与互联网的普及，新生代消费群体普遍拥有超前的国际视野与新的消费理念，追求个性化生活方式，注重优质生活品质，期待丰富的购物体验，他们将成为消费市场的主导力量和最有影响力的消费群体。百货零售业必须重视新生代消费群体的价值主张，深刻洞悉他们的生活方式、价值追求，积极迎合他们的需求——移动、社交、体验、便利、定制的产品和服务，针对他们对于获客成本、商业运营等方面所带来的种种影响

，进行整个供应链的调整变革，迭代升级。

中国百货商业协会采集汇总了部分（85家）会员单位的销售统计数据，对2017年行业情况作了初步的统计分析。统计样本中的85家会员单位绝大多数是中国百货零售行业的骨干企业，年销售额规模在亿元以上的企业（集团）占91.76%，超过10亿元的占51.76%，超过100亿元的占18.82%。从销售额占比看，样本中44家超10亿元企业（集团）的市场规模占样本整体销售额的99.19%，16家超100亿元企业的市场规模占整体规模的84.86%。这些企业的经营状况可以基本反映年度行业运行实际情况，该项统计具有行业典型代表性。

2017年85家百货企业规模以上数量及比重情况

数据来源：中国百货商业协会

2017年85家百货企业规模以上累计数量及比重情况

数据来源：中国百货商业协会（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国百货零售市场分析报告-产业现状与投资战略研究》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。

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家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。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 2016-2018年中国百货零售行业发展概述

## 第一节 百货零售行业发展情况概述

- 一、百货零售行业相关定义
- 二、百货零售行业基本情况介绍
- 三、百货零售行业发展特点分析

## 第二节 中国百货零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、百货零售行业产业链条分析
- 三、中国百货零售行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

## 第三节 中国百货零售行业生命周期分析

- 一、百货零售行业生命周期理论概述
- 二、百货零售行业所属的生命周期分析

## 第四节 百货零售行业经济指标分析

- 一、百货零售行业的赢利性分析
- 二、百货零售行业的经济周期分析
- 三、百货零售行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国百货零售行业进入壁垒分析

- 一、百货零售行业资金壁垒分析
- 二、百货零售行业技术壁垒分析
- 三、百货零售行业人才壁垒分析
- 四、百货零售行业品牌壁垒分析
- 五、百货零售行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球百货零售行业市场发展现状分析

### 第一节 全球百货零售行业发展历程回顾

### 第二节 全球百货零售行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲百货零售行业地区市场分析

- 一、亚洲百货零售行业市场现状分析
- 二、亚洲百货零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲百货零售行业市场前景分析

### 第四节 北美百货零售行业地区市场分析

- 一、北美百货零售行业市场现状分析
- 二、北美百货零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美百货零售行业市场前景分析

### 第五节 欧盟百货零售行业地区市场分析

- 一、欧盟百货零售行业市场现状分析
- 二、欧盟百货零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟百货零售行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界百货零售行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025年全球百货零售行业市场规模预测
- 第三章 中国百货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、全社会消费品百货零售总额
    - 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 中国百货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 中国百货零售产业社会环境发展分析
    - 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、消费观念分析
- 第四章 中国百货零售行业运行情况
  - 第一节 中国百货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 中国百货零售行业市场规模分析
  - 第三节 中国百货零售行业供应情况分析
  - 第四节 中国百货零售行业需求情况分析
  - 第五节 中国百货零售行业供需平衡分析
  - 第六节 中国百货零售行业发展趋势分析
- 第五章 中国百货零售所属行业运行数据监测
  - 第一节 中国百货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 中国百货零售所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国百货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 2016-2018年中国百货零售市场格局分析

### 第一节 中国百货零售行业竞争现状分析

#### 一、中国百货零售行业竞争情况分析

#### 二、中国百货零售行业主要品牌分析

### 第二节 中国百货零售行业集中度分析

#### 一、中国百货零售行业市场集中度分析

#### 二、中国百货零售行业企业集中度分析

### 第三节 中国百货零售行业存在的问题

### 第四节 中国百货零售行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国百货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 2016-2018年中国百货零售行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国百货零售行业消费市场动态情况

### 第二节 中国百货零售行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 百货零售行业成本分析

#### 第四节 百货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

#### 第五节 中国百货零售行业价格现状分析

#### 第六节 中国百货零售行业平均价格走势预测

- 一、中国百货零售行业价格影响因素
- 二、中国百货零售行业平均价格走势预测
- 三、中国百货零售行业平均价格增速预测

### 第八章 2016-2018年中国百货零售行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国百货零售行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区百货零售市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区百货零售市场规模分析
- 四、华东地区百货零售市场规模预测

#### 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、华中地区百货零售市场规模分析
- 四、华中地区百货零售市场规模预测

#### 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、华南地区百货零售市场规模分析

### 第九章 2016-2018年中国百货零售行业竞争情况

#### 第一节 中国百货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 中国百货零售行业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 中国百货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 百货零售行业企业分析（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

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

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

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

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2019-2025年中国百货零售行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国百货零售行业未来发展前景分析

#### 一、百货零售行业国内投资环境分析

#### 二、中国百货零售行业市场机会分析

#### 三、中国百货零售行业投资增速预测

### 第二节 中国百货零售行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国百货零售行业市场发展预测

#### 一、中国百货零售行业市场规模预测

#### 二、中国百货零售行业市场规模增速预测

#### 三、中国百货零售行业产值规模预测

#### 四、中国百货零售行业产值增速预测

#### 五、中国百货零售行业供需情况预测

### 第四节 中国百货零售行业盈利走势预测

#### 一、中国百货零售行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国百货零售行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国百货零售行业投资风险与营销分析

### 第一节 百货零售行业投资风险分析

#### 一、百货零售行业政策风险分析

#### 二、百货零售行业技术风险分析

#### 三、百货零售行业竞争风险分析

#### 四、百货零售行业其他风险分析

### 第二节 百货零售行业企业经营发展分析及建议

#### 一、百货零售行业经营模式

#### 二、百货零售行业销售模式

#### 三、百货零售行业创新方向

### 第三节 百货零售行业应对策略

#### 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 2019-2025年中国百货零售行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国百货零售行业品牌战略分析

- 一、百货零售企业品牌的重要性
- 二、百货零售企业实施品牌战略的意义
- 三、百货零售企业品牌的现状分析
- 四、百货零售企业的品牌战略
- 五、百货零售品牌战略管理的策略

### 第二节 中国百货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 中国百货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 2019-2025年中国百货零售行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国百货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 中国百货零售行业定价策略分析

### 第三节 中国百货零售行业营销渠道策略

- 一、百货零售行业渠道选择策略
- 二、百货零售行业营销策略

### 第四节 中国百货零售行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国百货零售行业重点投资区域分析
- 二、中国百货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/392561392561.html>