

# 中国连锁商场行业格局调查及未来五年发展机遇 研究报告

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《中国连锁商场行业格局调查及未来五年发展机遇研究报告》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/shangchang/223031223031.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

报告大纲：

第一章 中国连锁商场相关概述

第一节 中国商场概述

一、商场的定义

二、商场管理

三、商场的特点

四、商场现代化

第二节 中国连锁商场概述

一、连锁商场的定义

二、连锁商场的模式

三、连锁商场的特点

四、连锁商场的发展历程

第三节 中国连锁商场行业结构

第二章 2014-2015年世界连锁商场行业运行现状分析

第一节 2014-2015年世界连锁商场发展总体分析

一、当代国际商场业的特点

二、全球连锁商场发展现状

三、跨国连锁商场海外市场的进入模式和选择

四、西方连锁商场发展的理论分析

五、全球连锁商场损耗总额的分析

六、国际三大连锁商场巨头发展历程及启示

第二节 2014-2015年世界连锁商场重点地区国家分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

第三节 2015-2020年世界连锁商场发展趋势预测分析

第三章 2014-2015年中国连锁商场行业发展环境分析

第一节 2014-2015年中国经济环境发展分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

## 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2014-2015年中国连锁商场政策环境分析

- 一、行业管理体制
- 二、主要行业法规政策
- 三、扩大消费政策措施力度继续加大
- 四、商务部支持流通企业兼并重组
- 五、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》

### 第三节 2014-2015年中国连锁商场社会环境分析

- 一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场
- 二、消费结构升级促进百货业发展
- 三、中国扩大消费政策取得成效
- 四、新农村建设孕育巨大消费潜力
- 五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长
- 六、基础设施及信息物流技术升级提升百货运营效率

## 第四章 2014-2015年中国连锁商场行业发展现状分析

### 第一节 2014-2015年中国连锁商场发展规模分析

- 一、中国连锁商场业总体发展现状分析
- 二、重点连锁商场销售规模分析
- 三、连锁商场业的发展变化概述
- 四、中国连锁商场业存在的问题
- 五、制约连锁商场业发展的因素

### 第二节 城市化下移二三线城市连锁商场发展分析

- 一、中国零售业区域发展分析
- 二、政策推进城市化的下移进程
- 三、城市化下移促进零售业发展
- 四、二三线城市零售业迎来机遇

### 第三节 2014-2015年中国连锁商场业发展规模分析

- 一、连锁百货门店规模统计
- 二、连锁百货销售规模统计
- 三、连锁百货企业排名情况

## 第五章 2014-2015年中国连锁商场行业市场分析

### 第一节 2014-2015年中国连锁商场市场规模分析

- 一、2015-2020年中国商场行业市场规模及增速
- 二、连锁商场行业市场饱和度
- 三、国内外经济形势对连锁商场行业市场规模的影响

#### 四、2015-2020年中国连锁商场行业市场规模及增速预测

##### 第二节 2014-2015年中国连锁商场市场结构分析

##### 第三节 2014-2015年中国连锁商场市场特点分析

###### 一、连锁商场行业所处生命周期

###### 二、技术变革与行业革新对连锁商场行业的影响

###### 三、2014-2015年中国连锁商场差异化分析

##### 第四节 2014-2015年中国连锁商场市场运行动态分析

#### 第六章 2014-2015年中国连锁商场区域市场分析

##### 第一节 东北地区

###### 一、东北地区连锁商场经济环境

###### 二、哈尔滨连锁商场发展综述

###### 三、沈阳连锁商场发展现状分析

###### 四、大连连锁商场发展现状分析

##### 第二节 华东地区

###### 一、华东地区连锁商场经济环境

###### 二、上海市百货业发展现状分析

###### 三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化

###### 四、杭州市连锁商场发展历程及现状

###### 五、合肥市连锁商场发展现状分析

#### 第七章 2014-2015年中国连锁商场行业竞争状况分析

##### 第一节 2014-2015年中国连锁超市发展状况

###### 一、中国连锁超市发展概述

###### 二、中国超市业态发展规模

###### 三、中国连锁超市企业排名

###### 四、外资超市在华发展情况

###### 五、本土超市营销战略分析

###### 六、中国本土仓储式超市动态

###### 七、中国连锁超市业并购情况

###### 八、超市消费者购买行为分析

##### 第二节 2014-2015年中国便利店发展状况

###### 一、中国便利店总店数量统计

###### 二、中国便利店门店规模统计

###### 三、中国便利店销售规模统计

###### 四、中国便利店经营特点分析

###### 五、中国便利店产品策略分析

## 六、中国便利店分销策略分析

## 七、中国便利店发展SWOT分析

### 第三节 2014-2015年中国购物中心发展状况

#### 一、世界购物中心分类情况分析

#### 二、中国购物中心发展历程分析

#### 三、中国购物中心类型形态界定

#### 四、中国购物中心发展规模分析

#### 五、中国购物中心发展指数分析

#### 六、中国购物中心开发投资情况

#### 七、中国购物中心发展策略分析

#### 八、购物中心未来发展前景分析

### 第八章 2014-2015年中国连锁商场消费者偏好调查

#### 第一节 2014-2015年中国连锁商场目标客户群体调查

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查

##### 三、不同地区的消费者偏好调查

#### 第二节 中国连锁商场品牌市场调查

##### 一、大众对连锁商场认知度调查

##### 二、大众对连锁商场产品的偏好调查

##### 三、大众对连锁商场的首要认知渠道

##### 四、消费者关注度高的商场调查

##### 五、连锁商场忠诚度调查

##### 六、连锁商场市场占有率调查

##### 七、消费者的消费理念调研

#### 第三节 不同客户对连锁商场的态度及影响分析

##### 一、价格敏感程度

##### 二、品牌的影响

##### 三、购买方便的影响

##### 四、广告的影响程度

##### 五、包装的影响程度

### 第九章 2014-2015年中国连锁商场行业竞争格局分析

#### 第一节 2014-2015年中国连锁商场竞争现状分析

##### 一、中国连锁商场竞争总体概况

##### 二、中国连锁商场竞争消费格局

##### 三、中国连锁商场竞争格局变化

#### 四、中国连锁商场价格竞争分析

#### 五、中国连锁商场竞争问题解析

#### 六、外资连锁商场在华竞争情况

### 第二节 2014-2015年中国连锁商场竞争状况分析

#### 一、一线城市连锁商场供给情况分析

#### 二、二三线城市连锁商场发展分析

#### 三、连锁商场企业上市融资应对竞争

#### 四、中国百连锁商场并购重组概况

### 第三节 2014-2015年中国连锁商场竞争策略分析

#### 一、信息化技术应用策略

#### 二、连锁商场改变经营模式

#### 三、改变品牌经营发展战略

#### 四、正面竞争转向错位竞争

### 第十章中国连锁商场部分企业现状分析

#### 第一节 大商股份有限公司

#### 第二节 王府井百货（集团）股份有限公司

#### 第三节 上海百联集团股份有限公司

#### 第四节 武汉武商集团股份有限公司

### 第十一章 2015-2020年中国连锁商场经营策略分析

#### 第一节 2015-2020年中国连锁商场企业市场定位策略分析

##### 一、百货店市场定位要素

##### 二、百货店市场定位步骤

##### 三、百货店定位应注意的问题

#### 第二节 2015-2020年中国连锁商场行业发展主要对策

##### 一、加快重组向规模经营连锁经营转变

##### 二、准确市场定位向特色经营转变

##### 三、发挥自身优势向服务经营转变

##### 四、更新经营理念向动态经营转变

##### 五、发展网络信息技术向信息化管理转变

##### 六、改进传统经营模式向科学运营转变

#### 第三节 2015-2020年中国连锁商场发展战略的对策

##### 一、导入信息化技术

##### 二、升级业态改变经营模式

##### 三、实施品牌发展战略

##### 四、正面竞争转向错位竞争

#### 第四节 2015-2020年中国连锁商场自营模式探索

- 一、中国连锁商场的经营模式
- 二、连锁商场联营模式存在的问题
- 三、连锁商场的自营能力不足
- 四、连锁商场自营模式的探索

#### 第五节 提升中国连锁商场核心竞争力的策略选择

- 一、丰富齐全的产品线
- 二、快捷方便的运营效率
- 三、快速灵敏的战略调整
- 四、寻求质优价低成本优势
- 五、把握时尚流行的元素

### 第十二章 2015-2020年中国连锁商场业发展趋势分析

#### 第一节 2015-2020年中国连锁商场的发展走势分析

- 一、消费升级提升百货增长空间
- 二、温和通胀促进超市业绩提升
- 三、专业店最具成长潜力

#### 第二节 商业模式下的连锁商场趋势

- 一、商圈两极化外延的地产百货模式
- 二、破解盈利模式之困的多业态融合模式
- 三、延伸连锁空间的相关多元化模式

#### 第三节 多业态、多元化融合的行业发展趋势

- 一、购物中心多业态发展趋势
- 二、多元嵌入的连锁式外延扩张

### 第十三章 2015-2020年中国连锁商场投资策略分析

#### 第一节 2015-2020年中国连锁商场发展前景及投资机遇分析

- 一、“十二五”规划扩大内需促进消费
- 二、政策面深化继续利好连锁商场业发展
- 三、国民收入增速将实现与经济发展同步
- 四、2010年全国27省上调最低工资标准
- 五、温和通胀助推百货行业上行
- 六、中小城市居民消费能力被低估
- 七、中国连锁商场行业发展规模预测

#### 第二节 2015-2020年中国连锁商场投资风险分析

- 一、经济风险
- 二、政策风险



三、经营风险

四、竞争风险

五、其他风险

### 第三节 2015-2020年中国连锁商场投资策略分析

一、挖掘新规划经济振兴区域市场

二、发展高端百货业态打造高端品牌

三、发展二三线城市连锁商场业

四、创新经营把握新兴消费人群市场

五、开发微博、团购等互联网营销方式

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/223031223031.html>