

2009-2012年中国批发零售业投资分析及深度研究 咨询报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国批发零售业投资分析及深度研究咨询报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/7499074990.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

→ 内容简介

2009年前三季度我国社会消费品零售总额同比增长15.1%，9月份社销总额同比增长15.5%：国家统计局数据显示，1-9月份我国社会消费品零售总额89676亿元，同比增长15.1%，扣除价格因素，实际增长17%，比2008年同期加快2.8个百分点。其中城市消费品零售额61013亿元，同比增长14.8%；县及县以下地区零售额61013亿元，同比增长16%。分行业看，批发和零售业增长15.0%，住宿和餐饮业增长17.4%。限额以上批发和零售业中，除通讯器材类外，其他20类商品零售额均实现正增长。其中家具类增长32.3%，汽车类增长24.5%。国内市场消费增速加快，主要得益于以下因素：一是宏观经济企稳回升态势明显，资本市场信心明显增强，GDP增速进一步加快；二是家电、汽车、住房等大宗消费回暖态势明显；三是受暑期因素影响，旅游、文化等服务消费增多，带动了整体消费。在价格方面，居民消费价格止跌持平。2009年以来，各个部门采取多项措施发展和培育国内市场，扩大消费需求，主要体现在四个方面：积极促进农村消费；大力促进城镇消费；不断完善商业环境；进一步完善市场调控和管理。国内消费信心持续回升，下半年国内市场销售将继续保持平稳较快的发展态势。

受全球金融危机影响，全年社会消费品零售总额增速将保持在12%左右。全球金融危机对中国经济的影响主要体现在实体经济，受财政收入下降和居民收入增长放缓等因素影响，2009年高端商品、奢侈品的消费将下降，而日用品、生活必需品的销售受到的影响相对较小；分业态来看，对百货店的影响将大于超市。导致零售行业增速回落的主要原因包括：提供给消费者的折扣幅度比往年大；出口企业倒闭引发失业率上升，农民工回乡人数增加并削弱中低档消费品的需求；内地消费市场回落，较实体经济增长的变化呈现滞后现象；通缩预期升温；单价较高的奢侈消费品需求急速放缓。面对销售行情的放缓，国内零售业正进入优胜劣汰的时代了，一些大型零售企业的收购扩张意图渐趋旺盛。一些经营不善的企业将会倒闭或成为被收购的对象，但对于一些资金实力雄厚的企业而言，这可能会被视为加快并购步伐的良机。2010-2020年，中国消费需求将在经济增长中居于主导地位。受益于宏观经济增长、居民收入水平提高、城市化及消费者消费理念转变等因素，预计2009-2010年，中国零售业将保持8%-10%的平稳增长速度；到2020年，社会消费品零售总额将超过20万亿元，零售业在国民经济中的地位和作用将大大提高。未来中国零售业发展空间巨大。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国经济景气监测中心、中国百货商业协会、中国联商网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及零售业专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国批发零售业的供需状况、批发零售业态的发展状况、行业细分市场、部分重点城市批发零售业的发展状况、行业发展策略等进行了分析。报告重点研究了我国批发零售业的状况，以及对行业发展环境以及优势企业的经营状况、发展经验等进行了深入探讨，

从而总结了我国批发零售业的发展趋势，预测了行业2012年的市场增速、投资发展策略以及面对机遇与挑战的应对策略。报告还对国家相关商业政策进行了介绍和政策趋向研判，是批发零售企业、科研机构等单位准确了解目前批发零售业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

→报告目录

第一部分 行业发展概况

第一章 全球批发零售行业发展概述 1

第一节 经济危机对全球批发零售业的影响分析 1

第二节 2009年美洲批发零售行业发展动态 2

一、2009年美国批发零售行业发展状况 2

二、2009年加拿大批发零售行业发展状况 8

三、2009年哥伦比亚批发零售行业发展状况 8

第三节 2009年欧洲批发零售行业发展动态 12

一、2009年爱尔兰批发零售行业发展状况 12

二、2009年荷兰批发零售行业发展状况 15

三、2009年意大利批发零售行业发展状况 18

四、2009年罗马尼亚批发零售行业发展状况 19

五、2009年德国批发零售行业发展状况 20

第四节 2009年亚洲批发零售行业发展动态 20

第二部分 行业发展环境

第二章 2009年中国批发零售行业发展环境 25

第一节 2009年中国经济现状 25

一、2009年国民经济运行的基本情况 25

二、2009年中国的经济形势 31

三、2009年中国经济发展走势及政策取向 35

第二节 2009年批发零售行业发展经济环境 38

一、2009年在线批发零售业发展环境 38

二、2009年批发零售业的消费环境 40

三、2009年批发零售业的政策环境 46

第三部分 行业发展现状

第三章 2009年中国批发零售相关行业发展状况 49

第一节 2009年饰品批发零售行业 49

一、2009年饰品批发零售行业出口现状分析 49

二、2009年1-10月美术工艺品制造业经济指标分析 54

三、2009年中国饰品市场分析及竞争策略 69

四、2009年中国饰品行业的营销模式分析	75
五、2009年中国饰品行业发展前景分析	81
第二节 2009年童装批发零售行业	84
一、2009年童装批发零售行业现状	84
二、2009年1-10月童装产量分析	91
三、2009年童装战略营销模式分析	99
四、2009年童装行业的发展趋势	106
五、2009年童装行业发展前景及预测分析	114
第四章 2009年中国批发零售行业发展状况	122
第一节 2009年中国批发零售行业市场状况	122
一、2009年中国批发零售经济消费分析	122
二、2009年中国免税批发零售行业分析	123
三、2009年中国网络批发零售市场分析	125
第二节 2009年中国各地区批发零售行业分析	130
一、北京大兴区批发零售行业分析	130
二、三亚地区批发零售行业分析	138
三、汉口北区批发零售行业分析	140
四、香港地区批发零售行业分析	147
第三节 批发零售细分行业	148
一、批发市场	148
二、零售市场	151
第五章 2009年中国批发零售产业面临的机遇与挑战	153
第一节 2009年中国批发零售产业面临的挑战	153
一、批发零售资源面临的挑战	153
二、批发零售商业面临的挑战	154
三、批发零售市场面临的挑战	156
四、批发零售业运营模式挑战	160
第二节 2009年中国批发零售产业面临的机遇	162
一、2009年批发零售行业开拓创新机遇	162
二、2009年批发零售行业消费结构性机遇	164
第六章 应用领域及行业供需分析	173
第一节 2009年批发零售行业的应用领域分析	173
一、2009年批发零售业行业的业态形式分析	173
二、2009年批发零售行业流通领域分析	177
第二节 2009年批发零售行业的供需分析	178

- 一、2009年批发零售行业消费供需分析 178
- 二、2009年批发零售行业模式供需分析 179
- 第四部分 行业竞争分析
- 第七章 中国批发零售行业竞争格局与竞争行为 181
- 第一节 2009年中国批发零售行业竞争格局分析 181
- 一、2009年批发零售行业的结构竞争分析 181
- 二、2009年批发零售行业的竞争态势分析 193
- 第二节 2009年批发零售行业竞争行为分析 195
- 一、“店中店”批发零售模式分析 195
- 二、批发零售品牌收购行为分析 199
- 三、批发零售能源竞争行为分析 204
- 第三节 批发零售业的竞争风险及趋势分析 206
- 一、2009年批发零售行业竞争风险分析 206
- 二、2009年批发零售业的竞争趋势分析 207
- 三、2009年公司发展现状 211
- 第八章 中国批发零售行业重点企业竞争力评价 215
- 第一节 大商集团股份有限公司 215
- 一、公司概况 215
- 二、2008-2009年财务分析 218
- 三、2009年公司发展现状及趋势 222
- 第二节 苏宁电器连锁集团股份有限公司 225
- 一、公司概况 225
- 二、2008-2009年财务分析 227
- 三、2009年公司发展动态 231
- 四、2009年公司发展趋势 240
- 第三节 厦门建发股份有限公司 241
- 一、公司概况 241
- 二、2008-2009年财务分析 242
- 三、2009年公司发展现状 246
- 第四节 北京华联综合超市股份有限公司 247
- 一、公司概况 247
- 二、2008-2009年财务分析 248
- 三、2009年公司发展趋势 252
- 第五节 上海友谊集团股份有限公司 253
- 一、公司概况 253

二、2008-2009年财务分析 253

三、2009年公司发展现状 258

四、2009年公司发展前景 259

第六节 上海物资贸易股份有限公司 261

一、公司概况 261

二、2008-2009年财务分析 261

三、2009年公司发展趋势 266

第五部分 发展趋势及预测

第九章 2009年中国批发零售行业发展趋势分析 269

第一节 2009年中国经济的发展趋势 269

一、2009年商业网点经济的发展趋势 269

二、2009年购物中心经济的发展趋势 269

三、2009年主力店经济的发展趋势 270

第二节 2009年中国批发零售行业环境趋势 272

一、2009年批发零售行业经济分析 272

二、2009年批发零售行业功能分析 274

三、2009年批发零售行业模式分析 277

第三节 2009年中国批发零售行业营销趋势 292

一、2009年零售商电子邮件营销发展趋势 292

二、2009年网上营销发展趋势 293

第十章 2009-2012年中国批发零售行业发展预测 297

第一节 2009-2012年中国批发零售行业经济发展预测 297

一、2009年经济平稳增长情景分析 298

二、2009年经济强劲复苏情景分析 299

三、2009年经济继续调整情景分析 300

第二节 2009-2012年批发零售行业模式发展预测 300

一、2009-2012年批发零售商业模式发展预测 301

二、2009-2012年批发零售销售模式发展预测 307

三、2009-2012年批发零售产业模式发展预测 309

第十一章 2009-2012年中国批发零售行业投资机会分析 313

第一节 2009年中国批发零售行业投资现状 313

一、2009年批发零售市场投资环境现状 313

二、2009年中国批发零售投资产业现状 313

第二节 2009-2012年中国批发零售行业投资趋势 315

一、2009-2012年中国批发零售行业投资策略趋势 315

二、2009-2012年中国批发零售行业投资产业趋势 315

第三节 2009-2012年中国批发零售行业投资前景 316

第六部分 投资机会及建议

第十二章 2009年中国批发零售行业投资发展建议 323

第一节 2009年中国批发零售行业对政府投资建议 323

一、消费超预期增长 323

二、扩大消费政策继续深化 324

三、需增支更需减税 325

第二节 2009年中国批发零售行业对企业投资建议 326

第三节 2009年中国批发零售行业对投资者建议 327

图表目录

图表：2008-2009年一季度LVNH集团季度销售额分析 1

图表：LVMH集团区域市场销售情况 2

图表：2008年电子商务业务赢利情况 39

图表：2003-2009年美国假期在线零售业销售额情况 39

图表：2007-2009年在线渠道在经济困难期保持情况分析 40

图表：2009年1-10月美术工艺品制造业经济指标全国合计 54

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标北京合计 54

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标天津合计 55

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标河北合计 55

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标山西合计 56

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标内蒙古合计 56

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标辽宁合计 57

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标吉林合计 57

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标黑龙江合计 58

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标上海合计 58

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标江苏合计 59

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标浙江合计 59

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标安徽合计 60

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标福建合计 60

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标江西合计 61

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标山东合计 61

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标河南合计 62

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标湖北合计 62

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标湖南合计 63

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标广东合计	63
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标广西合计	64
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标海南合计	64
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标重庆合计	65
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标四川合计	65
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标贵州合计	66
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标云南合计	66
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标西藏合计	67
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标陕西合计	67
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标甘肃合计	68
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标青海合计	68
图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标新疆合计	69
图表：2009年1-10月童装全国产量合计	91
图表：2009年1-10月童装北京产量合计	91
图表：2009年1-10月童装天津产量合计	92
图表：2009年1-10月童装河北产量合计	92
图表：2009年1-10月童装辽宁产量合计	93
图表：2009年1-10月童装上海产量合计	93
图表：2009年1-10月童装江苏产量合计	93
图表：2009年1-10月童装浙江产量合计	94
图表：2009年1-10月童装安徽产量合计	94
图表：2009年1-10月童装福建产量合计	95
图表：2009年1-10月童装江西产量合计	95
图表：2009年1-10月童装山东产量合计	96
图表：2009年1-10月童装河南产量合计	96
图表：2009年1-10月童装湖北产量合计	96
图表：2009年1-10月童装湖南产量合计	97
图表：2009年1-10月童装广东产量合计	97
图表：2009年1-10月童装广西产量合计	98
图表：2009年1-10月童装重庆产量合计	98
图表：2009年1-10月四川重庆产量合计	99
图表：2009年1-6月规模以上企业零售额分析	132
图表：2009年零售企业零售额比例分析	133
图表：2009年六类商品销售额分析	134
图表：2009年规模以上批发零售业企业零售额增速分析	135

图表：2008-2009年大兴区规模以上批发零售业经济效益对比分析 136

图表：2006-2009年上半年大兴批发零售业商品销售额分析 137

图表：批发、零售业的业态形势分析 174

图表：2009年上半年大商集团股份有限公司主营构成 218

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司每股指标 219

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司获利能力 219

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司经营能力 219

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司偿债能力 219

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司资本结构 220

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司发展能力 220

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司现金流量 220

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司主营业务收入 220

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司主营业务利润 221

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司营业利润 221

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司利润总额 222

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司净利润 222

图表：2009年上半年苏宁电器股份有限公司主营构成 227

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司每股指标 228

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司获利能力 228

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司经营能力 228

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司偿债能力 229

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司资本结构 229

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司发展能力 229

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司现金流量 229

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司主营业务收入 230

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司主营业务利润 230

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司营业利润 230

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司利润总额 231

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司净利润 231

图表：2009年上半年厦门建发股份有限公司主营构成 242

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司每股指标 242

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司获利能力 242

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司经营能力 243

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司偿债能力 243

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司资本结构 243

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司发展能力	243
图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司现金流量	244
图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司主营业务收入	244
图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司主营业务利润	244
图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司营业利润	244
图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司利润总额	245
图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司净利润	245
图表：2009年上半年北京华联综合超市股份有限公司主营构成	248
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司每股指标	248
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司获利能力	249
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司经营能力	249
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力	249
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司资本结构	249
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司发展能力	249
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司现金流量	250
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入	250
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润	250
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司营业利润	251
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司利润总额	251
图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司净利润	251
图表：2009年上半年上海友谊集团股份有限公司主营构成	253
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司每股指标	254
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司获利能力	254
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司经营能力	255
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司偿债能力	255
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司资本结构	255
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司发展能力	255
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司现金流量	256
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司主营业务收入	256
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司主营业务利润	256
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司营业利润	256
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司利润总额	257
图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司净利润	257
图表：2009年上半年上海物资贸易股份有限公司主营构成	261
图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司每股指标	262

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司获利能力 262

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司经营能力 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司偿债能力 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司资本结构 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司发展能力 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司现金流量 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司主营业务收入 264

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司主营业务利润 264

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司营业利润 264

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司利润总额 265

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司净利润 265

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/7499074990.html>