

2008年中国零售业市场研究报告

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《2008年中国零售业市场研究报告》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/xiantiyongpin/2928929289.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 7000

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

引言在改革开放不断深入的政策推力和消费者多元化需求的巨大拉力联合作用下，我国零售业原有的以独立百货店为主体的单一业态格局被打破，百货店、超级市场、专业店、专卖店、便利店等多种业态形式展开了激烈竞争，竞争一度处于无序状态，历经10多年的发展，我国零售业态在多元化发展趋势下，逐步确立了超级市场这一新业态在零售业的领导地位，专业店也在不断地挑战超级市场的地位，零售业态竞争愈演愈烈。国内经济持续快速增长，居民收入大幅度增加和社会消费品零售总额的逐年增长为零售行业的发展创造了良好的外部环境。数据显示，2007年上半年，我国GDP实现同比增长11.5%；城镇居民人均可支配收入达到7051.99元，比2006年同期增长17.59%；农村居民现金收入达到2110.63元，同比增长17.47%。而社会消费品零售总额每年以两位数的比率逐年递增，2007年全年社会消费品零售总额名义增速约18.9%，扣除物价因素后，实际增长约13.6%。展望2008年，中国零售必将继续呈现高速发展的态势，但行业内的竞争必将更为残酷与激烈。零售企业必须深谙行业趋势，并捷足先登，抢占战略制高点。本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、零售研究中心、中华全国商业信息中心、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及相关行业研究单位等公布和提供的大量资料，首先分析了全球零售业的发展情况，然后具体介绍了超市、便利店、购物中心、百货商店、大卖场、仓储式商场、专业店、专卖店的发展。随后，对零售业做了区域发展分析、国际化发展分析、连锁经营分析、信息化分析、物流体系分析、外资企业分析、重点企业运营状况分析、行业竞争分析、品牌营销分析和投资分析，最后详细的分析了零售业的未来发展趋势和发展策略。

目录第一章 全球零售业发展分析第一节 国际零售业发展现状分析一、全球新兴零售业市场分析二、世界零售业巨头在越南开设网点拓展市场三、亚洲零售商商铺需求强劲四、外资零售业并购潮引起关注五、全球零售业巨头迂回敲开印度市场六、全球零售商因零售损耗损失的金额第二节 欧洲零售业发展分析一、欧洲网上零售以传统商家为主二、欧洲零售业走在细分市场大道三、欧洲零售企业进军俄市场的部署四、欧洲的零售农产食品安全认证第三节 美国零售业发展分析一、美国零售商业营销管理的特点二、美国网络零售业快速发展三、2008年美国零售业增长预测四、2008年美国零售业前景分析第四节 日本零售业发展分析一、2007年日本零售业巨头盈利下降二、日本大型零售巨头加速进入中国三、日本零售业打多层次消费时尚牌四、日本零售业物流战略分析第五节 罗马尼亚零售业发展分析一、罗马尼亚零售业基本情况二、罗马尼亚零售业发展存在的主要问题三、罗马尼亚零售业发展趋势第六节 波兰零售业发展分析一、波兰零售业现状二、波兰零售业特点三、波兰零售业存在的问题四、波兰零售业发展趋势第七节 发达国家批发业零售支援策略分析一、美国批发业的零售支援策略二、日本批发业的零售支援策略三、美、日零售支援策略比较分析四、美、日零售支援策略的启示第八节 零售业国际化经验及其启示一、零售业国际化的现状二、国外零售巨头国际化的经验借鉴三、对中国零售企业“走出去”的启示第二章

我国零售业运行情况分析第一节 中国零售业发展环境分析一、我国零售业发展环境概况二、公平政策带动民族零售业发展三、商务部力推零售业节能降耗四、零售行业仍处于景气周期五、零售业面临的战略环境机遇第二节 中国零售业的发展现状分析一、中国零售业状况二、零售业发展潜力巨大三、零售业信息化成为展现实力的“名片”四、市场需求让中国网络零售业迎来辉煌五、高通胀蒸发利润给中国零售业带来压力六、国内零售业寻求文化支点七、网络购物挑战传统零售业八、零售业高景气推动高增长第三节 我国零售业态整体效益状况分析一、零售业态的绩效水平竞争态势二、零售业态的财务业绩竞争态势第四节 传统零售企业开展网上零售业务的模式分析一、传统零售企业业务优势与困惑二、网上零售方式的优势与制约因素三、传统零售企业开展网上零售业务的模式分析第五节 推动我国零售业态发展多样化的主要因素分析一、发达国家或地区的百货公司现状二、我国零售业态的变化过程三、推动零售业态发展多样化的主要因素第六节 我国零售业发展存在的问题一、中国零售业发展中应该重点关注的几个问题二、新时期发展零售业的关键问题第七节 中国农村零售业的发展与农村流通体系建设一、中国农村零售业发展现状与特点二、中国农村零售业发展中存在的问题及其成因三、构建农村现代流通体系，开拓农村市场第八节 我国零售业发展态势与对策分析一、我国零售业态的发展现状分析二、我国零售业态未来的发展策略分析第九节 从全球价值链视角看我国零售业的发展一、全球价值链视角对我国零售业发展的启示二、基于全球价值链的我国零售业发展战略第十节 国际零售业的发展对我国的启示一、零售业态的多样化二、经营国际化、连锁化三、组织结构集中化、规模化四、流通功能的主导化五、城市商业网点布局的转移六、商业经营管理的高技术化、现代化第三章

我国零售业业态主要细分市场分析第一节 超市业发展分析一、中国超市业发展的规模化道路二、大型超市是零售业最耗电的业态三、连锁超市赢利模式的转变分析四、大型超市在中国的发展与转型五、全球化下中国超市的发展趋势第二节 便利店发展分析一、便利店迅速发展原因二、便利店在我国的发展概况三、便利店业态的创新与延伸四、便利店赢利的基础分析五、我国便利店业投资收益分析六、便利店在我国的发展前景分析七、便利店的地位与发展趋势展望第三节 购物中心发展分析一、我国购物中心发展现状二、购物中心业态带来新的发展空间和投资机会三、中国购物中心发展中存在风险四、我国购物中心发展存在的问题五、国内购物中心建设的误区六、中小购物中心将成为未来重要趋势七、我国购物中心健康发展策略第四节 仓储式商场发展分析一、仓储式商场的兴起和发展二、仓储式商场的经营分析三、仓储式商场的营销特点四、中国仓储式商场发展中存在的问题五、中国发展仓储式商场的对策第五节 百货业发展分析一、2007年中国百货行业发展环境分析二、中国百货业发展现状及存在的问题三、百货商场营销策划工作中的误区四、现代大型百货市场定位模式分析五、2008年流通领域新趋势下的中国百货业第六节 其他零售业态发展分析一、大卖场的供应商组合和管理二、大卖场的防损耗管理的内外策略三、对专卖店营销的思考四、外资专业店在中国发展之路分析第四章 我国零售业重点区域市场分析第一节 北京市零售业发展分析一、北京零售业竞争力总体水平提高二、北京零售业的资产与市场规模及盈利能力优

于全国三、北京零售业与上海相比存在明显差距四、提高北京零售业竞争力的建议第二节 上海市零售业发展分析一、上海零售业目前的发展格局二、大型超市发展的特点三、上海零售业发展的建议第三节 深圳市零售业发展分析一、深圳零售业布局全国二、十年来深圳零售业快速发展的原因三、深圳零售企业资本运作不断深化四、2008年全球零售业前三强齐聚深圳五、深圳零售业发展面临的问题与对策第四节 其他地区零售业发展分析一、长三角零售业市场呈现兼并趋势二、连锁经营成为天津零售业主力三、2008年河南零售业全面展开节能技术改造四、长沙市零售业态现状及其发展趋势五、江西零售业开展节能行动六、河南零售业力争万元营业额能耗比2007年降低4%第五章 零售业的连锁经营分析第一节 零售业的连锁经营概述一、我国连锁零售行业集中度明显提高二、以连锁经营为主体西宁新型零售业发展迅速三、内资连锁零售企业要积极开拓农村市场第二节 农村零售业态实现连锁经营的途径一、连锁经营对建立农村新型业态的作用二、农村零售业态发展连锁店的主要途径第三节 连锁零售企业打开农村市场的战略分析一、连锁零售企业实施战略的内部能力分析二、连锁零售企业实施战略的外部环境分析第六章 零售业的信息化分析第一节 零售业的信息化现状分析一、零售业信息化建设迎来新高潮二、零售业信息化成为展现实力的“名片”三、零售业并购时代信息化面临新的挑战第二节 零售业信息化发展与高端市场开拓的分析一、零售业信息化对高端产品需求二、零售巨头高端市场的开拓第三节 价值链信息化在零售业中的应用一、价值链信息化管理在国际零售业巨头中的应用二、价值链信息化在我国零售业中实施的思路第四节 零售业信息化创新趋势分析一、建立向供应商开放的数据库二、物联网的建立与RFID技术的发展应用三、以RFID技术为基础的购物路径技术分析四、基于GIS技术的零售商业门店分析系统的运用第五节 零售业信息化建设的策略分析一、我国零售业信息化现状二、建设有效益的零售业信息化第七章 零售业物流体系分析第一节 我国零售业物流现状及问题第二节 第三方物流与零售企业分析一、第三方物流概述二、第三方物流在欧美零售企业中的运用三、利用第三方物流提升我国零售企业竞争力第三节 连锁零售业的物流分析一、中国连锁零售业的发展状况二、连锁商业物流配送发展的特点三、连锁零售企业物流配送的主要问题四、连锁企业物流的发展展望第四节 零售业物流绩效的改进策略分析一、建立零售企业物流绩效发展战略二、发展战略模式及其实现途径三、强化零售企业物流绩效评价管理四、构建零售企业物流绩效管理体系五、有效运用物流绩效改进方法六、树立企业物流整体绩效管理思想七、建立有效的物流绩效管理信息系统第八章 零售业的品牌与营销分析第一节 零售业的品牌分析一、零售企业自有品牌的渠道整合功能二、零售业提高品牌忠诚度的分析三、不同零售业态的自有品牌经营模式四、零售业的公司品牌化趋势五、零售业的自有品牌战略第二节 零售业的营销分析一、以文化特色促零售业营销二、中国零售业的交互式营销三、中国零售业营销的趋势特点四、零售企业的体验营销策略第三节 零售业营销策略创新分析一、商品采购策略二、国际化战略三、市场细分策略四、连锁化策略五、新业态策略第九章 中国零售业供应链的管理分析第一节 中国零售业企业的供应链管理现状分析一、供应链管理观念落后二、与供应商的伙伴关系尚未建立三、物

流系统效率低下四、支撑技术应用不足第二节 我国零售业供应链管理中存在的问题一、传统观念使中国零售业缺乏合作精神二、供应链上库存重复现象严重三、供应链管理的物流信息系统尚未形成第三节

提高零售业供应链管理的对策分析一、加强内部整合二、加强外部协调第四节 中国零售业企业加强供应链管理的对策一、转变观念二、与供应商建立战略联盟三、进行业务流程重组四、优化物流配送系统，加强库存管理五、第三方物流管理六、实现信息化管理第十章

中国零售业竞争格局分析第一节 中外资零售企业竞争力的对比分析一、外资零售企业进入我国的总体状况二、中外资零售企业竞争力的比较分析三、提高中资零售企业竞争力的对策第二节 我国零售业态的结构竞争态势比较分析一、各零售业态发展规模比较二、各零售业态的配送状况比较三、各零售业态绩效状况比较四、各零售业态财务状况比较第三节 中国

零售业的竞争现状一、中国内外资零售企业的竞争格局二、劳动力管理将成零售业竞争新热点第四节 我国本土零售企业竞争的优、劣势分析一、本土零售企业存在的竞争优势二、本土零售企业在竞争能力方面的劣势第五节 提升内资零售业竞争力的策略分析一、实现规模化经营，提升内资零售企业的竞争力二、打造自有品牌，提高经营利润三、保持特色经营，

发挥本地化优势四、横向联盟，纵向协同，建立采购联盟同外资巨头抗衡五、进行制度创新，加快人才培养，完善激励机制六、实施“区域集中”战略，保持特定市场绝对领先地位七、

提高内资零售业中科学技术的应用第六节 服务利润链下零售企业竞争策略分析一、服务利润链理论概述二、服务利润链关系模型的构建三、服务利润链理论在商业零售企业的应用第十一章

外资重点企业分析第一节

沃尔玛一、公司简介二、沃尔玛的品牌战略分析三、公司动态第二节 家乐福一、公司简介二、家乐福的成长历程三、家乐福的经营理念 and 经营战略分析四、公司动态第三节

麦德龙一、公司简介二、麦德龙的中国行销策略三、公司动态第四节

7-Eleven一、公司简介二、7-Eleven便利店的网络营销战略分析第十二章

我国重点企业分析第一节

上海百联集团股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、公司发展展望第二节

上海新世界股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、公司发展展望第三节

广州友谊集团股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、公司发展展望第四节

苏宁电器股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、2008年的展望及前景第五节

大商集团股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、公司未来发展展望第六节

重庆百货大楼股份有限公司一、公司简介二、财务分析第七节

上海友谊集团股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、公司未来发展展望第八节

武汉中百集团股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、公司发展展望第九节

北京华联综合超市股份有限公司一、公司简介二、财务分析第十节

合肥百货大楼集团股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、公司未来发展展望第十一节

苏果超市有限公司一、公司简介二、2007年公司销售情况三、公司动态第十二节 北京王府

井百货（集团）股份有限公司一、公司简介二、财务分析三、公司未来发展展望第十三章 零售业的投资分析第一节 零售业投资现状分析一、零售业投资成为我国固定资产投资新热点二、中国成为全球最具吸引力的零售投资新兴市场之一三、商业物业增值为百货零售业锦上添花第二节 零售业跨国投资扩张影响因素的实证研究一、大型零售企业跨国投资扩张现象及文献回顾二、零售业国际投资的影响因素第三节 零售业投资机会分析一、商业零售投资机会凸现二、次级城市零售业潜力巨大第四节 零售业投资风险分析一、零售业跨区域扩张的资本风险二、投资新兴市场商业零售面临的机遇与风险三、投机型模式造成的零售业风险第五节 零售业投资策略一、降低资本风险的对策建议二、零售业在渠道价值视角下的投资策略三、2008年零售业投资策略第十四章 零售业的发展趋势分析第一节 国际零售业的发展趋势一、全球零售业扩张前景看好二、世界零售业发展趋势三、2008年上半年亚太地区零售业的发展趋势四、便利店将成为俄未来两年零售业主要发展方向第二节 2008年中国零售业发展趋势分析一、零售业未来发展潜力较大二、零售市场将进一步集中化三、零售业业态发展趋于模糊化四、网上零售业将得到飞速发展五、农村市场发展潜力巨大第三节 中国零售业发展新趋势一、零售业的主导作用将快速提高二、全球消费重心将向中国偏移三、商品消费将呈现新的时代特征四、零售业的“长尾”效应将显性化五、“体验消费”促进零售业变革六、品牌生产商自建零售渠道加快发展七、网上销售将进入快速发展期八、大型外资零售商加大向供应商和地产商的成本转嫁九、大型零售商共享资源优势十、“节能环保”将成为大型店铺的发展方向第四节 中国零售业未来发展模式预测第十五章 零售业发展策略第一节 外资零售业在中国发展的战略分析一、外资进入我国零售业动机所在二、外资进入我国零售业战略规划第二节 我国零售业发展面临的挑战与对策一、外商对我国零售业的挑战二、我国零售业的发展对策第三节 中国零售业在零售国际化大潮中的战略选择一、国内外零售业市场背景介绍二、零售业国际化的必然性三、零售业国际化在中国四、零售国际化对中国本土零售企业的影响五、中国零售业应对零售国际化的对策和建议第四节 我国零售企业竞争策略分析一、价格竞争策略二、非价格竞争策略第五节 基于区域战略群体的我国零售业发展战略选择一、制定我国本土零售业发展战略背景分析二、我国本土零售业区域战略群体模型的提出三、不同区域零售群体发展战略分析第六节 我国零售业国际化面临的挑战与对策一、我国零售业发展的特点二、我国零售业国际化面临的挑战三、我国零售业国际化发展的对策部分图表目录图表 2007年全国各地区经济指标比较图表 2000-2007年全国城镇居民人均可支配收入增长情况图表 2000-2007年全国消费品零售总额增长于GDP增长比较图表 2008年一季度社会消费品零售总额及同比增长情况图表 2004-2007年上海百联集团股份有限公司成长性指标分析图表 2004-2007年上海百联集团股份有限公司经营能力指标分析图表 2004-2007年上海百联集团股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年上海百联集团股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年上海新世界股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年上海新世界股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年上海新世界股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年上海新世界股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年广州友谊集团股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年广州友谊集团股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年广州友谊集团股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年广州友谊集团股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年苏宁电器股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年苏宁电器股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年苏宁电器股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年苏宁电器股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年大商集团股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年大商集团股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年大商集团股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年大商集团股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年重庆百货大楼股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年重庆百货大楼股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年重庆百货大楼股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年上海友谊集团股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年上海友谊集团股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年上海友谊集团股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年上海友谊集团股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年武汉中百集团股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年武汉中百集团股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年武汉中百集团股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年武汉中百集团股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年北京华联综合超市股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年北京华联综合超市股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年北京华联综合超市股份有限公司盈利能力指标分析图表

2004-2007年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力指标分析图表

2004-2007年合肥百货大楼集团股份有限公司成长性指标分析图表

2004-2007年合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力指标分析图表

2004-2007年合肥百货大楼集团股份有限公司盈利能力指标分析图表
2004-2007年合肥百货大楼集团股份有限公司偿债能力指标分析图表
2004-2007年北京王府井百货（集团）股份有限公司成长性指标分析图表
2004-2007年北京王府井百货（集团）股份有限公司经营能力指标分析图表
2004-2007年北京王府井百货（集团）股份有限公司盈利能力指标分析图表
2004-2007年北京王府井百货（集团）股份有限公司偿债能力指标分析图表
2002年1月-2008年4月社会消费品零售总额增速情况图表
2006年北京零售业发展能力与上海比较图表 2006年北京零售业盈利能力与上海比较图表
2006年北京零售业营运能力与上海比较图表 2006年北京零售业规模与上海比较图表
2006年北京零售业盈利能力与全国比较图表 2006年北京市零售业发展能力状况图表
2006年北京市零售业社会贡献状况图表 2006年北京市零售业盈利能力状况图表
2006年北京市零售业营运能力状况图表 2006年北京市零售业规模状况图表
2006年波兰零售企业与金融机构合作情况图表 各业态店铺耗电量图表
波兰主要大型购物中心分布情况图表 罗马尼亚零售店品牌情况（截至2007年1月）图表
欧洲、北美及亚太区源标签产品的产品线总量及战零售额的比例图表
截止2005年底，主要外资零售企业在中国的分布情况图表
截止2005年底，上海百联集团与沃尔玛、家乐福的规模比较图表
我国各地区超市数量占超市总数的百分比图表 国内外零售商商品价格比较图表
全球零售商最常被盜的商品图表 现代大型百货采用如下几种定位图表
零售企业自有品牌经营的整体系统图表 百货商店的自有服务品牌的经营模式图表
大型传统超市的自有品牌经营模式图表 专业店的自由品牌经营模式图表
便利店的自有品牌经营模式图表 零售商品品牌战略的类型图表 服务业三种类型的营销图表
沃尔玛的成本控制图表 沃尔玛最新统计资料图表 家乐福的成长历程图表
区域战略群体分析模式

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2928929289.html>