

2006年中国零售百货市场研究报告

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《2006年中国零售百货市场研究报告》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/2995029950.html>

报告价格：电子版: 5200元 纸介版：5700元 电子和纸介版: 6200

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2005年是中国零售业持续发展的一年。在中国经济继续保持平稳快速增长的带动下，2005年全国市场规模继续扩大，全国社会消费品零售总额达到67177亿元，同比增长12.9%。2006年1-2月份，数据显示零售业仍维持较高景气。我国实现社会消费品零售总额12644亿元，同比增长12.5%，扣除物价因素，实际增长12%。但1季度居民消费价格有所回落。分地域和行业来看，批发零售消费品总额增速仍高于社会消费品零售总额，显示出社会消费仍在延续去年下半年以来稳定的增长态势，我国城市消费仍然是社会消费构成的主导因素。零售行业集中度有所提高。外资零售企业的进入和本地零售企业的迅速成长加剧了国内零售市场的竞争，而竞争促进行业集中度逐步提高。商务部公布的数据显示，2005年我国连锁百强零售额占消费品零售总额的比重首次超过10%，比04年提高约1个百分点。连锁百强零售企业共实现利润7076亿元，较2004年上涨了42%。预计2006-2010年间，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。可以说，我国零售百货业存在着巨大的发展空间，投资机会较多。2005年是中国零售业全面开放的第一年，商务部批准设立的外资企业达1027家，这个数字是前12年批准设立的外资商业企业总数的3倍。截至2005年底，全球50家最大的零售企业中的80%已经进入中国。外资零售业的大举进入，虽然为国内零售业带来了先进的管理理念和营销方法，但也加剧了国内零售市场的竞争。2006年外资零售业会否继续2005年的发展势头？面对外资企业的强势入侵，中国零售百货业如何发挥固有优势？如何与外资企业同台竞争？本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、国民经济景气监测中心、中华全国商业信息中心，全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国零售百货市场的供给与需求状况、竞争格局等进行了分析，并对国际零售百货市场、国际零售百货企业经验及加入WTO后中国零售百货市场变化等方面进行了深入探讨。是零售百货经营企业以及相关企业和单位、计划投资于零售百货的企业和个人等准确了解目前中国零售百货市场发展动态，把握零售百货行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品!

目录第一章 2005-2006年我国零售百货业发展环境分析第一节 2005-2006年我国宏观经济环境分析一、2005年宏观经济发展状况分析二、2006年宏观经济发展趋势预测第二节 2005-2006年我国零售百货业政策环境分析第三节 人民币加息对零售百货行业影响分析第四节 国外资本对中国零售百货业的冲击第二章 世界零售百货业的发展分析第一节 世界零售百货业的发展现状分析一、美国零售业分析二、日本零售业分析三、欧洲零售业分析第二节 世界零售百货业的发展变化与趋势一、百货公司尝试变革以加固市场地位二、零售企业的规模进一步两极分化三、零售业正快速向网络化经营迈进第三章 我国零售百货业投资特性及发展现状分析第一节 我国零售业的产业特点及投资特性分析一

、零售业的产业特点二、零售业的投资特性分析第二节

我国主要零售业态发展状况分析一、百货商场发展状况分析

二、大型超市发展状况分析三、便利店发展状况分析四、专业店发展状况分析第四章

2005-2006年我国零售百货行业运行分析第一节

2005年中国百货行业发展概况一、发展规模分析二、发展方式分析第二节 2005年中国百货行业发展特点一、调整转型取得阶段性成果二、兼并收购加快发展三、外资企业发展快于内资第三节 2005年中国百货行业发展问题一、规模增长与效益增长脱节二、定位趋同现象仍较普遍三、促销方式有待规范创新四、人才短缺矛盾依然突出第四节 2005年零售业连锁发展情况一、从"连锁百强"看中国连锁经营发展二、2005年连锁百强企业基本情况及特点三、2005年度特许连锁发展总体状况第五节 2006年中我国零售百货行业发展趋势分析第五章

2005-2006年重点城市零售业发展状况分析第一节 2005-2006年北京市零售业发展状况分析一、北京零售业的投资环境分析二、北京市零售业发展状况分析三、北京零售业存在的问题分析（一）市场集中度低（二）管理手段落后（三）缺乏核心竞争力第二节2005-2006年上海市零售业发展状况分析一、上海市零售业的外部环境分析二、上海市零售业发展状况分析三、上海零售业发展动态分析第三节2005-2006年广州市零售业发展状况分析一、广州零售业发展状况分析二、广州零售业发展存在的问题三、广州零售业的变革第四节2005-2006年深圳市零售业发展状况分析一、深圳零售业发展面临的经济环境二、深圳零售业发展现状三、入世后深圳零售业发展变化四、深圳零售业发展存在的问题五、深圳零售业进一步发展的出路第五节2005-2006年重庆市零售业发展状况分析一、重庆市零售业投资环境分析二、重庆市零售业发展水平三、重庆零售市场动向第六节2005-2006年年武汉市零售业发展状况分析一、武汉市零售业外部发展环境分析二、武汉零售业的发展状况第六章

2005-2006年我国消费品市场分析第一节 2005-2006年中国消费品市场销售状况分析第二节 2005-2006年中国消费品市场需求状况分析一、居民收入水平二、居民消费倾向三、居民消费信心四、居民消费结构第三节 2005-2006年中国消费品市场供给状况分析一、商品供给二、商品渠道第七章 零售百货业营销与赢利模式分析第一节 零售业的营销分析一、EDLP策略的利与弊二、零售企业的品牌定位与建设三、顾客营销与商业营销第二节 零售业赢利模式分析一、零售企业赢利构成状况二、通路利润的利用与控制三、商业资本利用与PB商品的开发第八章 2005-2006年我国零售百货业市场竞争格局分析第一节 零售市场的资本构成分析一、零售市场的资本来源二、零售市场不同资本的比较第二节 零售市场竞争格局一、不同资本市场占有分析二、我国零售业的业态构成三、我国零售行业的地区分布第三节 2005-2006年竞争格局分析 第四节 零售市场格局发展预测一、影响竞争格局的因素二、重建零售市场竞争格局第九章 2005-2006年国内主要上市商业零售企业分析第一节 2005年上市公司整体经营状况分析第二节 主要上市商业零售企业分析一、百联股份二、大商股份 三、北京西单商场股份有限

2005-2006年我国消费品市场分析第一节 2005-2006年中国消费品市场销售状况分析第二节 2005-2006年中国消费品市场需求状况分析一、居民收入水平二、居民消费倾向三、居民消费信心四、居民消费结构第三节 2005-2006年中国消费品市场供给状况分析一、商品供给二、商品渠道第七章 零售百货业营销与赢利模式分析第一节 零售业的营销分析一、EDLP策略的利与弊二、零售企业的品牌定位与建设三、顾客营销与商业营销第二节 零售业赢利模式分析一、零售企业赢利构成状况二、通路利润的利用与控制三、商业资本利用与PB商品的开发第八章 2005-2006年我国零售百货业市场竞争格局分析第一节 零售市场的资本构成分析一、零售市场的资本来源二、零售市场不同资本的比较第二节 零售市场竞争格局一、不同资本市场占有分析二、我国零售业的业态构成三、我国零售行业的地区分布第三节 2005-2006年竞争格局分析 第四节 零售市场格局发展预测一、影响竞争格局的因素二、重建零售市场竞争格局第九章 2005-2006年国内主要上市商业零售企业分析第一节 2005年上市公司整体经营状况分析第二节 主要上市商业零售企业分析一、百联股份二、大商股份 三、北京西单商场股份有限

2005-2006年中国消费品市场供给状况分析一、商品供给二、商品渠道第七章

零售百货业营销与赢利模式分析第一节 零售业的营销分析一、EDLP策略的利与弊二、零售企业的品牌定位与建设三、顾客营销与商业营销第二节 零售业赢利模式分析一、零售企业赢利构成状况二、通路利润的利用与控制三、商业资本利用与PB商品的开发第八章

2005-2006年我国零售百货业市场竞争格局分析第一节

零售市场的资本构成分析一、零售市场的资本来源二、零售市场不同资本的比较第二节 零售市场竞争格局一、不同资本市场占有分析二、我国零售业的业态构成三、我国零售行业的地区分布第三节 2005-2006年竞争格局分析 第四节

零售市场格局发展预测一、影响竞争格局的因素二、重建零售市场竞争格局第九章

2005-2006年国内主要上市商业零售企业分析第一节 2005年上市公司整体经营状况分析第二节 主要上市商业零售企业分析一、百联股份二、大商股份 三、北京西单商场股份有限

公司四、广州友谊股份有限公司五、重庆百货大楼股份有限公司第十章

2005-2006年零售百货业内代表企业分析第一节国内零售百货代表企业分析一、苏宁电器二、国美电器三、苏果超市四、物美集团五、其他代表第二节 主要外资零售企业分析一、沃尔玛二、家乐福三、麦德龙四、其他主要外资零售企业第十一章 我国零售业与WTO第一节 入世后我国关于零售行业的开放政策第二节 入世给国内零售百货的机遇和挑战一、入世对国内零售业的机遇二、入世对我国零售业的挑战 第三节 入世三年来零售业发展分析第四节 外资零售企业进入的策略分析一、以占领市场为首要目标二、进入方式多样化三、在中国建立采购中心第五节 WTO环境下国内零售企业的机会一、商业发展的平台已经搭起二、与外资企业竞争已积累了经验三、扩展市场尚有很大空间四、国内企业在竞争中的对策第十二章 零售百货业的发展趋势分析第一节 零售业业态构成发展趋势一、超市成为零售百货业的主要业态二、多业态经营三、购物中心逐渐兴起四、折扣店成为具有良好前景的新业态第二节 零售业经营形式发展趋势一、连锁经营二、跨地区经营第三节 零售业与物流系统一、物流系统的含义二、物流系统与零售业三、建立零售业的物流战略四、借鉴：日本零售业物流发展第四节 零售业与电子商务一、电子商务的含义及发展二、B TO C电子商务对传统零售业的影响三、电子商务与传统零售业的结合第十三章

我国零售百货企业发展的策略分析第一节

大型超市发展战略分析一、良好的网点规划二、提高企业竞争力

三、大力进行营销模式创新

四、实施差异化经营与供应链整合第二节

传统百货商场发展战略第三节 便利店发展战略分析一、便利店的店铺设立二、大力推行特许经营便利店三、提高信息系统效率第四节

专业店发展战略分析一、战略定位要独特二、打造企业品牌第五节

连锁经营发展对策分析第六节 中国零售企业“走出去”战略分析一、零售商业企业“走出去”战略内涵二、零售商业企业“走出去”的紧迫性三、零售商业企业“走出去”的可能性分析四、零售企业“走出去”战略选择附录附录一 2005年中国百家连锁企业基本情况附录二 2005年零售企业销售总额、零售总额统计表部分图表目录图表：2005-2006一季度各月批发零售贸易业零售总额及增长率图表：2004-2006年居民消费价格指数图表：2002-2006年零售总额增长率图表：2005年社会消费品零售总额按行政级别区分增长率图表：2001-2005连锁百强企业销售额和店铺增长率图表：2002-2005年销售额增长率图表：2002-2005年零售百货市场集中度图表：2000-2005年家电连锁业态的市场份额 图表：2000-2005年主要家电零售市场份额变化趋势图表：2000-2005年零售业上市公司主营收入及利润变动状况 图表：2000-2005年零售业上市公司毛利率及利润率变动状况图表：2000-2005年零售业上市公司资产收益率和净利率变动状况 图表：2000-2005年零售业上市公司资产管理状况图表：2003-2005年各种渠道完成的快速消费品销售额比例（全国范围）图表：2004-2005年各种超市业态完成的快速消费品销售额比例（全国范围）图表：2004-2005年各种超市业态完成的快速消费品销售额比例（省会及直辖市）图表：2004-2005年各种超市业态完成的快速消费品销售额比

例（非省会城市及乡镇）图表：2005年百强企业销售额占社会消费品零售总额比例图表：2005年重点零售上市公司主要经营指标图表：1998/2005年日本百货业营业额比较图表：2004-2005年连锁百强中各业态公司营业额和店铺数比较图表：1991/2005年日本百货店各部门销售对比图表：2005年连锁30强销售额业态结构图表：2005年连锁30强分业态收入与门店数量增长率图表：2005年连锁30强统计图表：2005年主要外资连锁零售企业基本情况图表：2005年中国连锁百强企业名单图表：2005年德国麦德龙集团在华门店最新分布统计图表：2005年法国家乐福超市在华内地门店最新分布统计图表：2005年沃尔玛在华内地门店最新分布统计图表：2005年部分外资零售企业在中国开店情况一览图表：2005年全国商业企业百强排名图表：2005年中国零售企业前100家销售总额、零售总额统计图表：2005年部分省、自治区连锁经营发展情况图表：2004-2005年社会消费品零售总额增长状况比较图表：2004-2005年社会消费品零售总额与国内生产总值增长对比图表：2005年城乡社会消费品零售总额涨幅对比图表：2004-2005年农村居民人均现金收入增长情况图表：2004-2005年城镇居民人均收入增长情况图表：2005年我国六大区域城乡居民收入对比情况图表：2001-2005年中国最终产品流向构成演进趋势图表：2005年中国与其他各类国家最终消费率比较图表：2002-2005年消费者信心指数变动趋势图表：2005年城镇居民消费结构与其动态特征图表：2005年农村居民消费结构与其动态特征 图表：2003-2005年我国商品供求态势演进情况图表：2004-2005年中国连锁商业30强增长情况 图表：2005年我国批发零售企业景气指数与企业家信心指数图表：1998 - 2005年国内生产总值季度累计同比增长率图图表：1999 - 2005年工业增加值月度同比增长率图图表：1999 - 2005年社会消费品零售总额月度同比增长率图图表：1999 - 2005年固定资产投资月度累计同比增长率图图表：1999 - 2005年出口总值月度同比增长率与进口总值月度同比增长率图图表：1999 - 2005年居民消费价格指数图图表：1999 - 2005年货币供应量月度同比增长率图表：2000-2005年北京市GDP增长变化图图表：2000-2005年北京社会消费品零售总额增长图表：2000-2005年北京居民收入、支出及人口变化图表：2000-2005年上海市GDP增长变化图图表：2000-2005年上海社会消费品零售总额增长图表：2000-2005年上海城镇居民可支配收入增长图表：2005年上海零售额超亿元百货商店（单体）排名图表：2000-2005年广州市GDP增长图图表：2000-2005年广州市社会消费品零售总额增长图表：2000-2005年广州市城镇居民可支配收入增长图表：2000-2005年深圳市GDP增长变化图图表：2000-2005年深圳市社会消费品零售总额增长图表：2000-2005年深圳市城镇居民可支配收入增长图表：2000-2005年重庆市GDP增长变化图图表：2000-2005年重庆市社会消费品零售总额增长图表：2000-2005年重庆市城镇居民可支配收入增长图表：2000-2005年武汉市GDP增长变化图图表：2000-2005年武汉市社会消费品零售总额增长图表：2000-2005年武汉市城镇居民可支配收入增长图表：2002-2005年各月社会消费品零售总额及增长情况表图表：2005年社会消费品零售总额走势图图表：2004-2006年西单商场基本财务指标变化图 图表：2000-2005年北京西单商场股份有限公司主要业绩指标图表：2004-2006年广州友谊的主要经营指标图表：2004-2006年广州友谊财

务指标变动图图表：2004-2006年重庆百货大楼股份有限公司主要财务指标

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2995029950.html>