

2019-2025年中国零售百货 市场深度评估与发展前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国零售百货市场深度评估与发展前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/441043ICM5.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

零售业（retail industry）是指通过买卖形式将工农业生产者生产的产品直接售给居民作为生活消费用或售给社会集团供公共消费用的商品销售行业。 百货业是指根据不同商品部类设销售区,开展各自的进货、管理、运营的零售业态。 百货业与大卖场、折扣店、专卖店、MALL同属于零售业态。 2017年国内实物网购市场规模同比增长28%至5.48亿,社会零售总额/百家重点零售公司（线下为主）销售同比增长10.2%/2.8%,实物网购在社会零售总额中占比提升至15%,线上线下渠道消费增速剪刀差依然明显,电商依然是国内最为重要的零售成长渠道。 从成长动力来看,网购规模可以分解为网购用户数和单用户消费金额的乘积。 电商行业发展初期以绝对价格优势吸引8090后消费者,享受用户规模红利;而发展至今,年轻一代消费习惯已彻底养成,对网购的依赖程度持续增加,表现为单个用户网购消费在个人消费中的占比大幅提升。以阿里巴巴用户数据为例, FY2017,阿里一年内的新用户（2016年注册）人均消费38单、涉及9个品类、年消费金额约3000元;作为对比,阿里五年老用户（2012年注册）人均消费123单、涉及24个品类,年消费金额约1.2万元。 随时间积累,阿里用户消费频次快速增加（FY17） 智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国零售百货市场深度评估与发展前景评估报告》共十二章。首先介绍了中国零售百货行业市场发展环境、零售百货整体运行态势等,接着分析了中国零售百货行业市场运行的现状,然后介绍了零售百货市场竞争格局。随后,报告对零售百货做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国零售百货行业发展趋势与投资预测。您若想对零售百货产业有个系统的了解或者想投资中国零售百货行业,本报告是您不可或缺的重要工具。 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。 报告目录: 第一章中国零售行业综述第, 一节中国零售行业发展概况一、零售业态的定义二、中国零售业态演进历史三、零售业态分类和基本特征第二节零售百货行业介绍一、百货业态的概念与定义二、零售百货行业的特征三、百货行业的主要壁垒 第二章全球百货行业发展状况浅析第, 一节美国百货业一、美国百货业整体简况二、美国百货业经营特点三、美国百货业的发展趋势第二节日本百货业一、日本百货业经营特点二、日本百货业发展呈现三大趋势三、日本百货店迎来倒闭潮四、2017年日本百货销售情况分析五、中国消费者成日本百货业救世主六、日本百货业争抢中国游客“白热化”第三节法国百货业发展特色一、重连锁经营巩固地理优势二、舍弃价格战上档次搞创新三、抓特色商品创办海外分店四、搞兼并联合走集团化道路 第三章2017年中国零售百货行业发展环境分析第, 一节经济环境一、2017年中

国GDP增长情况分析二、2017年中国工业经济发展形势分析三、2017年中国全社会固定资产投资分析四、2017年中国社会消费品零售总额分析五、2017年中国城乡居民收入与消费分析六、2017年中国对外贸易发展形势分析第二节政策环境一、行业管理体制二、主要行业法规政策三、汽车家电以旧换新政策四、扩大消费政策措施力度继续加大五、商务部支持流通企业兼并重组六、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》第三节社会环境一、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2017年中国零售业运行状况分析第 一 节2017年中国零售业发展规模分析一、中国零售行业总体发展规模2017年1月到7月，全国网上零售额26268亿元，同比增长27.5%，占社会消费品零售总额的比重为14.3%，其中实物商品网上零售额21239亿元，同比增长26.1%，占社会消费品零售总额的比重为11.6%，而同期社会消费品零售总额的增速只有10.3%，增加额为17085.65亿元，网购额大大超过社会消费品零售总额的增加额。2010-2016年7月全国社会消费品零售总额与网络零售额二、重点零售企业销售规模分析三、连锁零售业各业态基本情况四、限额以上连锁零售企业分析第二节城市化下移三四线城市零售业发展分析一、中国零售业态区域发展分析二、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、三四线城市零售业迎来机遇第三节2017年中国零售业发展态势分析一、2017年中国零售业发展概述二、2017年零售业融资事件回顾三、2017年零售业门店开闭情况四、2017年零售与快递结合情况五、2017年零售业重大事件回顾第四节中国连锁百强企业发展态势分析一、中国连锁百强企业排名情况二、中国连锁百强企业特点分析三、连锁百强企业规模增长情况 第五章2017年中国百货行业运行状况分析第 一 节全球化背景下外资百货在华发展概况一、亚洲百货企业在中国发展情况二、美洲百货企业在中国发展情况三、欧洲百货企业在中国发展情况第二节2017年中国零售百货行业发展综述一、中国零售百货行业发展回顾二、零售百货业的发展变化概述三、中国零售百货业存在的问题四、制约零售百货业发展的因素第三节2017年中国零售百货业发展现状分析一、中国百货业的经营模式分析二、中国百货业跨界商发展分析三、百货业二三线城市发展布局四、零售业投资增加促百货业发展第四节2017年中国零售百货业发展规模分析一、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节中国零售百货业网络销售发展情况一、网络时代零售商遭遇挑战二、中国百货企业纷纷“触网”三、银泰网络百货的经营情况四、零售百货业借助微博发展 第六章2017年中国零售百货行业竞争格局分析第 一 节中国零售行业竞争现状分析一、中国零售业竞争总体概况二、中国零售业竞争消费格局三、中国零售业竞争格局变化四、中国零售业价格竞争分析五、中国零售业竞争问题解析六、外资零售商在华竞争情况第二节内资百货与外资百货在华竞争格局分析一、外资百货企业在中国发展分析二、

本地百货业与外资竞争分析三、本地百货企业区域优势明显四、内资百货企业区域扩张分析

第三节2017年中国百货行业竞争状况分析一、一线城市百货供给情况分析二、二三线城市百货业发展分析三、百货企业上市融资应对竞争四、中国百货行业并购重组概况

第四节2017年中国百货行业竞争策略分析一、信息化技术应用策略二、零售业态改变经营模式三、改变品牌经营发展战略四、正面竞争转向错位竞争

第七章2017年中国零售百货竞争行业发展状况分析第 一 节 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

第四节中国网络购物行业发展状况一、中国无店铺零售业态发展情况二、中国网络零售规模及现状分析三、中国网络购物发展趋势分析

第五节中国电视购物行业发展状况一、电视购物发展概况二、电视购物优点分析三、电视购物弊端分析四、电视购物发展方向五、电视购物发展问题六、电视购物面临挑战

第六节中国网络团购行业发展分析一、中国网络团购行业发展规模分析二、中国网络团购消费人群调查分析三、中国网络团购消费行为调查分析

第八章2015-2017年中国零售百货业区域市场分析第 一 节 东北地区一、东北地区零售业经济环境二、哈尔滨零售百货业发展综述三、沈阳零售百货业发展现状四、大连零售百货业发展现状

第二节华东地区一、华东地区零售业经济环境二、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、杭州市百货业发展历程及现状五、合肥市百货业发展现状分析

第三节华中地区一、华中地区零售业经济环境二、中原经济区崛起零售百货业受益三、武汉零售百货业发展格局四、外来商业百货巨头进驻长沙五、郑州市零售百货业发展新特点

第四节华北地区一、华北地区零售业经济环境二、北京零售百货业发展特点三、北京“超市系”百货竞逐小区市场四、天津零售百货业发展现状五、兰州零售百货业发展现状

第五节西南地区一、西南地区零售业经济环境二、重庆市零售百货发展状况分析三、成都市零售百货业经营特点

第六节华南地区一、华南地区零售业经济环境二、广州零售百货业竞争特点三、深圳零售百货业发展历程四、深圳零售百货业发展现状

第九章2015-2017年零售百货业重点企业分析第 一 节 大商股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、企业发展战略分析

九、大商股份收购淄博商厦第二节王府井百货（集团）股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、王府井集团外延扩张战略分析第三节上海百联集团股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、百联股份转型试点中小型百货第四节武汉武商集团股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、鄂武商湖北二级城市扩张加速第五节银座集团股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、企业发展规划分析第六节百盛商业集团有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、百盛集团入驻西南商都第七节天虹商场股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、天虹商场管理创新分析第八节重庆百货大楼股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、重庆百货拟收购新世纪百货第九节新世界百货中国有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、新世界望京店调整发展战略第十节银泰百货（集团）有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、银泰百货新开店情况分析第十一节广百股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、广百对外扩张情况分析第十二节广州友谊集团股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、广州友谊扩张战略分析第十三节北京市西单商场股份有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业经济指标分析四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业运营能力分析七、企业成本费用分析八、西单与新燕莎联手打造首都商业旗舰 第十章2019-2025年中国零售百货经营策略分析第，一节中国百货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中国零售百货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

第三节中国百货业发展战略的对策

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

第四节中国零售百货业自营模式探索

一、中国百货业的经营模式二、百货业联营模式存在的问题三、百货业的自营能力不足四、百货业自营模式的探索

第五节提升中国零售百货业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

第十一章2019-2025年中国零售百货业发展趋势分析

第一节我国零售业的发展走势

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百货业趋势

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

第四节中国零售百货业发展方向

一、特色化、主题化、品牌化二、连锁化、产业化、集约化三、品牌化、信用化、知识化

第五节未来中国零售百货业发展趋势

一、人才瓶颈进一步凸显二、资本对接将愈加紧密三、商业地产将快速增长四、供应链变革继续深入五、上游厂商争夺流通渠道六、“绿色零售”亟需转化成竞争优势七、奢侈品牌大举进军二三级市场

第十二章2019-2025年中国零售百货投资策略分析 (ZY GXH)

第一节2019-2025年零售百货发展前景及投资机遇分析

一、“十三五”规划扩大内需促进消费二、政策面深化继续利好百货业发展三、国民收入增速将实现与经济发展同步四、2017年全国24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、中国零售百货行业发展规模预测

第二节2019-2025年中国零售百货投资风险分析

一、经济风险二、政策风险三、经营风险四、竞争风险五、其它风险

第三节中国百货行业并购重组战略分析

一、中国大型百货企业并购重组案例分析二、百货行业并购的融资风险防范三、百货行业并购重组遵循原则

第四节2019-2025年中国零售百货业投资策略分析

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、发展二三线城市零售百货业四、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 (ZY GXH)

图表目录：图表1：2017年国内生产总值增速 (%) 图表2：2017年规模以上工业增加值增速月度对比 (%) 图表3：2017年固定资产投资 (不含农户) 增速同比 (%) 图表4：2017年房地产开发投资增速 (%) 图表5：2017年城镇居民人均可支配收入实际增速 (%) 图表6：2017年农村居民人均收入实际增速 (%) 图表7：中国城乡居民家庭恩格尔系数 (%) 图表8：2009-2017年零售业商品销售额及占GDP比重分析 图表9：2017年中国连锁百强榜单 图表10：2015-2017年连锁百货门店规模统计 图表11：2017年主要连锁百货企业经营情况 图表12：百货零售行业市场集中度情况 图表13：2017年中国连锁超市十大品牌企业排名 图表14

: 2017年主要外资超市在华关店数对比图
表15 : 2015-2017年各外资企业开店数统计图
表16 : 2015-2017年中国便利店总店数量统计图
表17 : 2015-2017年中国便利店总店销售规模统计图
表18 : 中国购物中心的发展阶段图
表19 : 2015-2017年我国每年新建购物中心数量(家)图
表20 : 2017年中国购物中心发展指数(SCDI)最高的十个城市图
表21 : 2015-2017年中国网络零售市场交易规模图
表22 : 2017年中国B2C网络购物交易市场份额占比图
表23 : 2015-2017年中国移动电子商务市场规模增长图
表24 : 2015-2017年我国电视购物市场规模及预测(单位:亿元)
表25 : 2017年全国团站月度市场交易额统计图
表26 : 按团购参加程度分类的人群占比图
表27 : 售后、信誉、质量为未参加团购的用户的主要担忧图
表28 : 团购用户浏览团站的频率图
表29 : 团购用户浏览团站的时间段图
表30 : 团购用户浏览团站的设备图
表31 : 团购用户浏览团站的地点

详细请访问 : <http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/441043ICM5.html>