

# 2013-2017年中国零售业运营态势与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2013-2017年中国零售业运营态势与投资前景评估报告》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/F29847AWMV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

以零售业为主体的流通业在中国国民经济体系中，已经完全具备了基础产业的全部特征。中国零售业的发展势头已经越来越强劲，并在经济体系中扮演着越来越重要的角色。中国零售业在面临更多机遇的同时，也面临着来自更多方面的挑战。2011年，我国消费品市场发展面临较为复杂的经济环境：经济结构调整和国际复杂多变的环境使得我国经济增长速度逐季放缓，出口增速出现下滑，贸易顺差大幅度减少。在这种环境下，全年社会消费品零售总额实现183919.9亿元，比2010年名义增长17.1%。其中零售业商品销售额为71824.9亿元，同比增长24.88%。近年来我国零售业商品销售额保持较快的增长速度，并且占GDP比重也逐年增加，2011年我国零售业商品销售额占GDP比重为15.23%，比上年增加0.91个百分点。如今在世界范围内，零售业在国民经济中的地位与日俱增，而且都从最初从属于制造业的地位，逐渐上升为第三产业的主导地位，并越来越成为一个国家关系国计民生的基础性产业。随着我国小康社会的来临，零售业的增长速度还会加快，零售业在第三产业中的比重还将上升。这主要是两个方面的原因：一是因为我国政府和商业部门在不断的推动和完善流通体制改革；二是目前我国消费品市场商品的极大丰富和买方市场带来的巨大竞争压力为零售业发展创造了良好条件。智研数据研究中心认为，要推动和促进我国零售业持续快速发展，首先需要了解和掌握零售业发展的规律和特点，尤其是零售业创新的规律。为了提高我国零售业的整体竞争力，推动零售企业创新能力的提高，非常有必要进行零售业创新规律的研究。智研数据研究中心发布的《2013-2017年中国零售业运营态势与投资前景评估报告》共十四章。首先介绍了零售业行业的概念，接着分析了中国零售业行业发展环境，然后对中国零售业行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国零售业行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国零售业行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。本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 零售业相关概述第一节 零售业简介一、零售业的定义二、零售业的形式三、零售贸易的特征四、零售贸易的功能第二节 零售业投资分析一、投资准入条件二、投资吸引力三、投资风险四、投资建议第三节 零售业的产业特点一、行业生产要素特征二、行业的周期性特征三、行业的季节性特征 第二章 2011-2013年中国零售业发展环境分析第一节 宏观经济分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析第二节 零售行业国际背景分析一、当代国际零售业的特点二、全球零售业发展综述三、西方零售业态发展的两个理论分析四、西方发达国家零售业总体呈现的特点五、全球零售货品损耗金额的分析六、国际零售业的主要发展方向第三节 关联产业环境一、零售商与银行之间费率的争议二、零售业和商业地产三、零售业和物流业四、零售业和逆向物流第四节 消费市场分析一、居民可支配收入的不断提高是行业发展的原动力二、城市化进程是消费增长的重要驱动因素三、中国城镇居民消费需求分析四、中国消费市场结构剖析五、中国消费品市场实现重大跨越六、我国消费品市场新特点解读 第三章

2011-2013年中国零售业发展概况第一节 中国零售业总况一、中国零售业国际地位日益重要二、零售业在中国国民经济中的地位分析三、中国零售业发展综述四、中国零售业步入新的历史发展时期五、“十一五”期间中国零售业凸显的亮点六、中国零售业发展迎来“黄金期”第二节 2009-2012年国内零售业的发展一、2009年中国零售业表现可圈可点二、2010年我国零售业平稳增长三、2011年我国零售业发展分析四、2012年我国零售业发展态势分析第三节 2011-2012年中国农村零售业发展探析一、我国农村零售业发展的特点二、中国农村零售业业态分析三、中国发展农村零售业的必要性四、中国零售业发展必须拓展农村市场第四节 中国零售行业SWOT分析一、优势（Strength）二、劣势（Weakness）三、机会（Opportunity）四、威胁（Threat）第五节 未来中国零售业的主要方向一、业态多元化二、经营方式特色化三、企业发展规模化四、市场定位科学化五、企业经营国际化六、管理手段现代化七、自助购物普及化 第四章 2011-2012年中国百货店业发展分析第一节 2011-2012年中国百货店业发展概况一、中日美三国百货店业对比分析二、中国百货行业发展综述三、中国百货行业发展态势分析四、我国百货行业发展呈现的新特点五、我国百货业发展的本土优势六、未来十年我国百货行业发展的机遇第二节 中国百货业供应商关系管理探析一、百货业供应商关系管理简述二、百货业供应商关系管理的作用三、百货店加强与高端品牌供应商合作四、国内百货业供应商关系管理中的问题五、百货业供应商管理的发展趋势第三节 中国百货业的营销一、百货店常用的促销手段二、百货商场营销策划的主要因素三、百货业营销中应避免的误区四、百货店的促销建议第四节 大型百货店分析一、现代大型百货市场定位模式探析二、大型百货零售业市场的内部准入条件三、大型百货零售企业服务质量的要素构成四、大型百货店陷入困境的原因分析五、大型百货店市场制胜的发展策略第五节 百货行业发展面临的挑战及对策一、我国百货业发展中存在的主要问题二、中国百货行业发展面临的五大挑战三、后危机时代我国百货业的发展对策四、我国百货业应对市场竞争的策略 第五章

2011-2012年中国便利店市场运营态势第一节 世界部分国家或地区的便利店分析一、美国是便

利店的发源之地二、英国便利店行业的现状三、日本便利店经营的发展分析四、台湾地区便利店行业的发展

第二节 2011-2012年中国便利店的发展概况一、国内外便利店成功案例分析二、中国便利店的总体发展概况三、我国便利店发展特征解析四、主要连锁便利店企业布局状况五、外资企业抢占中国便利店市场六、代表城市上海便利店行业发展分析

第三节 我国便利店发展的SWOT分析一、优势（Strength）二、劣势（Weakness）三、机遇（Opportunity）四、威胁（Threaten）

第四节 便利店的投资分析一、中国发展便利店的必要二、便利店的市場定位分析三、便利店赢利的基础分析四、便利店的投资规划建议五、便利店市场的投资前景看好

第五节 中国便利店发展存在的问题及对策一、我国便利店发展过程中存在的问题二、我国便利店发展的四大建议三、便利店经营策略分析

第一节 便利店的前景和趋势一、中国发展便利店的前景广阔二、便利店的发展趋势分析三、便利店业态经营的趋势分析

第六章 2011-2012年中国超市行业市场分析

第一节 2011-2012年超市行业发展概况一、超市行业概述二、中国超市业发展的特征解析三、主要外资超市在中国布局状况四、我国高端超市发展状况及对策建议五、制约我国网上超市发展的因素分析六、我国连锁超市的信息化分析

第二节 超市的经营管理一、连锁超市经营管理中五个不等分析二、超市管理的关键点分析三、超市人力资源管理误区分析四、连锁超市企业供应链管理中存在的问题及对策

第三节 2011-2012年大型超市的经营分析一、大型综合超市的含义特征分析二、中国大型综合超市建立的可行性三、中国大型超市发展现状四、国内外大型超市经营模式对比及启示五、我国大型超市循环经济模式发展探析六、大型综合超市新的营销策略七、大中型超市社区营销能力提高的思考

第四节 中国超市市场开拓与营销战略一、我国连锁超市农村市场开拓探讨二、连锁超市营销八大差异分析三、本土超市应对外来竞争的营销战略四、超市成功促销的经验

第五节 超市的发展趋势一、未来中国超市发展基本趋势二、全球化背景下中国超市发展的十个趋势三、21世纪零售业态超市的发展态势

第七章 2011-2012年中国购物中心产业研究

第一节 世界部分国家或地区的购物中心分析一、东南亚购物中心二、美国购物中心三、德国购物中心四、日本购物中心

第二节 2011-2012年中国的购物中心分析一、国内购物中心发展回顾二、我国购物中心发展势头迅猛三、我国购物中心发展的驱动因素四、社区型购物中心成我国购物中心主体类型五、中国购物中心的显著特点及未来趋势六、我国三线城市购物中心发展前景预测

第三节 购物中心的设计一、购物中心景观的规划和设计二、购物中心本体建筑的设计三、购物中心消防系统的设计四、购物中心照明系统的规划和设计五、都市区域性购物中心规划与设计

第四节 2011-2012年购物中心发展面临的问题及风险一、国内购物中心的运作失误二、中国购物中心发展存在的问题三、购物中心发展中需注意的几个问题四、国内购物中心建设的三个误区五、中国购物中心发展中的潜在风险

第五节 中国购物中心的发展建议一、中国购物中心健康发展的对策二、中国购物中心的开发策略三、我国购物中心发展的策略性建议四、国内

发展大型郊区购物中心需谨慎 第八章 2011-2012年其他零售业态分析第一节 专业店一、专业店的变迁过程二、专业店的发展及经营特色三、专业店的发展特点四、外资专业店在华发展之路解析第二节 专卖店一、专卖店概述二、对专卖店营销的思考三、针对加强专卖店建设的建议第三节 大卖场一、大卖场业态概述二、大卖场的供应商组合和管理三、其他零售业态对大卖场产生的竞争力四、我国大卖场经营策略第四节 仓储式商场一、仓储式商场发展历史二、仓储式商场经营分析三、仓储式商场发展分析四、仓储式商场发展中的问题及制约因素五、中国仓储式商场的发展对策及建议 第九章 2011-2012年中国重点城市零售行业发展状况第一节 北京一、北京零售市场总体运行情况二、“十一五”北京零售行业发展成就三、北京消费品零售市场结构特点四、北京消费品零售市场热点剖析五、北京市社会消费品零售状况六、引进国外品牌助推北京市零售业发展七、北京市积极促进网上零售业发展八、北京市零售行业未来发展前景展望第二节 上海一、上海零售业业态发展分析二、零售业已成为上海经济增长的重要推动力三、上海消费品零售市场的特点四、上海居民消费价格水平分析五、上海居民收入及消费水平较快增长六、上海零售业发展的趋势七、“十二五”上海零售业发展规划第三节 广州一、广州消费品零售市场总体分析二、广州城市居民消费结构变化状况三、2011年广州零售业掀起扩张风潮四、后亚运时代广州零售市场格局分析五、广州市零售业态的渠道创新六、广州传统百货业发力电子商务领域七、广州零售业发展存在的主要问题八、2015年广州社会消费品零售规划第四节 深圳一、深圳零售业发展综述二、深圳零售业发展成就三、深圳零售行业扩张加速四、深圳社会消费品零售额快速增长五、深圳零售业快速成长的原因探析六、深圳零售业发展中的问题七、深圳零售业发展的对策建议八、未来深圳零售业的发展趋势解析第五节 成都一、成都零售业发展概况二、成都零售业发展现状三、成都市零售业布局情况解析四、成都市零售行业呈现高端化态势五、成都零售业发展面临的问题六、成都市零售行业未来发展趋势 第十章 2011-2012年主要商品零售市场分析第一节 2011-2012年家电市场一、我国家电市场产品供给状况二、“十一五”期间我国家电产业取得的成就三、我国家电市场发展现状分析四、加快我国家电自主品牌建设的建议及政策措施五、“十二五”我国家电市场面临的机遇和挑战六、“十二五”我国家电行业发展规划探析七、我国家电网上零售市场分析预测第二节 2011-2012年汽车市场一、我国汽车行业总况二、我国汽车消费市场持续快速发展三、中国汽车市场特点分析四、2011-2012年我国汽车市场状况五、我国汽车市场价格解析六、我国汽车行业政策盘点分析七、我国汽车产业发展的建议八、我国汽车市场发展前景展望九、未来我国汽车产业发展面临的形势第三节 2011-2012年服装市场一、我国服装零售市场规模及增速二、我国服装市场的特征三、我国服装市场消费特点四、我国服装零售状况浅析五、我国服装产业集群深度解析六、我国服装零售行业相关政策盘点七、未来我国服装市场消费分析八、“十

二五”期间我国服装业的发展趋势第四节 2011-2012年食品市场一、我国食品市场零售总额及增速解析二、我国食品行业运行特点三、“十一五”期间我国食品业发展综述四、2011-2012年我国食品业运行状况分析五、我国食品市场价格走势六、制约我国食品业发展的瓶颈七、食品行业发展的政策措施八、中国食品市场消费趋势剖析九、“十二五”我国食品行业发展展望第五节 2011-2012年化妆品市场一、我国化妆品产业高速发展二、中国化妆品市场产品供给分析三、我国化妆品市场零售规模及增速四、我国化妆品市场消费特点五、我国化妆品市场存在的问题六、我国化妆品市场发展建议七、“十二五”我国化妆品零售业前瞻八、我国化妆品行业发展趋势分析 第十一章 2011-2012年中国零售业电子商务的发展第一节 中国电子商务全面分析一、我国电子商务发展现状二、我国电子商务发展中存在的主要问题三、我国电子商务发展的保障措施四、我国电子商务发展的指导思想和主要目标五、我国电子商务发展的工作任务和重点工程第二节 传统零售业与电子商务一、电子商务对传统零售业的影响二、传统零售业融合电子商务具有积极意义三、我国传统零售业发展电子商务存在的问题四、我国发展零售业电子商务的对策五、电子商务环境下传统零售业的发展趋势第三节 2010-2012年中国网络零售市场规模分析一、2010年我国网络零售市场交易规模分析二、2011年我国网络零售市场交易规模分析三、2012年我国网络零售市场交易规模分析 第十二章 2011-2012年重点零售企业分析第一节 苏宁电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析第二节 上海新世界股份有限公司
- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司
- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析第四节 广州市广百股份有限公司
- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析第五节 重庆百货大楼股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析 第十三章 2011-2012年中国零售业面临的挑战及发展建议

第一节 中国零售业存在的问题一、过度竞争二、业态结构不合理三、区域结构失衡四、技术含量

偏低五、人才紧缺第二节 国内农村零售业存在的主要问题一、农村收入水平和消费水平低

二、农村商业网点布局散乱三、农村基础设施落后四、农村零售业规模小档次低五、农村零

售业服务水平低第三节 中零售业发展与国外的差距一、经营规模的差距二、业态选择的差距

三、信息化水平的差距四、经营效率的差距第四节 中国零售业的发展战略一、扩大国内零售

企业的规模二、采取灵活多样的零售业态三、提升管理水平增加科技含量四、完善零售供应

链五、加强人才培养第五节 我国农村零售业发展的策略一、提高认识二、增加收入三、制定

规划四、业态创新五、整肃市场 第十四章 2013-2017年中国零售业政策方向及规划建议

第一节 中国零售行业政策解析一、2009年与零售业有关的政策二、2010年影响我国零售业的政策盘

点三、2011年中国零售业的政策解析四、2012年我国出台新政促进零售业发展第二节 我国促

进零售业发展的政策措施一、建立健全商业法律体系二、促进城乡市场协调发展三、全面开

展零售企业分等定级工作四、推进商业城新体系建设五、加快零售企业的改革步伐第三节 未

来我国零售业政策导向一、扩大消费政策将继续深化二、推进农村市场体系建设三、加快流

通领域电子商务发展四、制定政策扶持引导零售业节能第四节 中国零售业发展规划探析一

、“十二五”期间零售业将发挥基础性作用二、“十二五”中国零售业

面临的机遇和挑战三、“十二五”中国零售业要切实转变发展方式四、“十

二五”我国消费品零售市场发展目标 图表目录：图表：国内生产总值同比增长速度图表

：全国粮食产量及其增速图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）图表：社会消

费品零售总额增速（月度同比）（%）图表：进出口总额（亿美元）图表：广义货币（M2）

增长速度（%）图表：居民消费价格同比上涨情况图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况

（%）图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）图表：农村居民人均收入实际增长

速度图表：人口及其自然增长率变化情况图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速

（%）图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）图表：2013年中国GDP增长预测图表：国

内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/F29847AWMV.html>