

2017-2022年中国百货零售 市场需求态势展望及投资风险研究报告

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

《2017-2022年中国百货零售市场需求态势展望及投资风险研究报告》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/L850436FW7.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

近年来我国社会消费品零售总额保持着高速增长的态势，2014年我国社会消费品零售总额达到 262,394 亿元，是 2007 年的 2.80 倍，年复合增长率高达 15.87%。

作为国民经济中的重要组成部分，百货零售与宏观经济的发展和人民的生活消费密切相关。在经济社会高速发展的支撑下，我国居民人均可支配收入水平显著提升，消费支出能力不断提高，消费结构和消费层次持续改善，从而推动包括百货零售在内的零售服务业不断快速发展。

2008-2014年我国零售业商品销售额

与发达国家百货零售市场的经营模式相比，我国百货零售企业向现代化经营模式转变的起步较晚，目前全国范围内还没有形成垄断性经营的大型百货零售巨头，各企业市场份额较低，市场分布较为分散，行业集中度处于较低水平。按照销售额计算，2011 年我国百货零售业前四强所占比例仅为 7.5%，而美国和日本 2011 年前四强占比则分别达到了 64.0%和 58.7%。

2007-2011年中国、美国和日本前四强百货收入占比

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国百货零售市场需求态势展望及投资风险研究报告》共十二章。首先介绍了百货零售行业市场发展环境、百货零售整体运行态势等，接着分析了百货零售行业市场运行的现状，然后介绍了百货零售市场竞争格局。随后，报告对百货零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了百货零售行业发展趋势与投资预测。您若想对百货零售产业有个系统的了解或者想投资百货零售行业，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 24

第一节 中国零售行业发展概况 24

一、零售业态的定义 24

二、中国零售业态演进历史 24

三、零售业态分类和基本特征 25

第二节 零售百货行业介绍29

一、百货业态的概念与定义29

二、零售百货行业的特征29

三、百货行业的主要壁垒30

第二章 全球百货行业发展状况浅析31

第一节 美国百货业31

一、美国百货业整体简况31

二、美国百货业经营特点33

三、美国百货业的发展趋势36

第二节 日本百货业36

一、日本百货业经营特点36

二、日本百货业发展呈现三大趋势37

三、2015年日本百货店迎来倒闭潮39

四、2015年日本百货销售情况分析40

五、中国消费者成日本百货业救世主40

六、日本百货业争抢中国游客“白热化”41

第三节 法国百货业发展特色42

一、重连锁经营巩固地理优势42

二、舍弃价格战上档次搞创新42

三、抓特色商品创办海外分店43

四、搞兼并联合走集团化道路43

第三章 2015年中国零售百货行业发展环境分析45

第一节 经济环境45

一、2015年中国GDP增长情况分析45

二、2015年中国工业经济发展形势分析47

三、2015年中国全社会固定资产投资分析55

四、2015年中国社会消费品零售总额分析59

五、2015年中国城乡居民收入与消费分析61

六、2015年中国对外贸易发展形势分析62

第二节 政策环境64

- 一、行业管理体制64
- 二、主要行业法规政策64
- 三、汽车家电以旧换新政策64
- 四、扩大消费政策措施力度继续加大65
- 五、商务部支持流通企业兼并重组66
- 六、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》67
- 第三节 社会环境67
 - 一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场67
 - 二、消费结构升级促进百货业发展68
 - 三、中国扩大消费政策取得成效68
 - 四、新农村建设孕育巨大消费潜力69
 - 五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长69
 - 六、基础设施及信息物流技术升级提升百货运营效率71

第四章 2015年中国零售业运行状况分析72

第一节 2015年中国零售业发展规模分析72

- 一、中国零售行业总体发展规模72
- 二、重点零售企业销售规模分析74
- 三、连锁零售业各业态基本情况74
- 四、限额以上连锁零售企业分析77

第二节 城市化下移三四线城市零售业发展分析77

- 一、中国零售业态区域发展分析77
- 二、政策推进城市化的下移进程79
- 三、城市化下移促进零售业发展79
- 四、三四线城市零售业迎来机遇80

第三节 2015年中国零售业发展态势分析81

- 一、2015年中国零售业发展概述81
- 二、2015年零售业融资事件回顾82
- 三、2015年零售业门店开闭情况84
- 四、2015年零售与快递结合情况85
- 五、2015年零售业重大事件回顾86

第四节 中国连锁百强企业发展态势分析98

一、中国连锁百强企业排名情况	98
二、中国连锁百强企业特点分析	100
三、连锁百强企业规模增长情况	102
第五章 2015年中国百货行业运行状况分析	103
第一节 全球化背景下外资百货在华发展概况	103
一、亚洲百货企业在华发展情况	103
二、美洲百货企业在华发展情况	108
三、欧洲百货企业在华发展情况	115
第二节 2015年中国零售百货行业发展综述	121
一、中国零售百货行业发展回顾	121
二、零售百货业的发展变化概述	123
三、中国零售百货业存在的问题	125
四、制约零售百货业发展的因素	126
第三节 2015年中国零售百货业发展现状分析	127
一、中国百货业的经营模式分析	127
二、中国百货业跨界商发展分析	128
三、百货业二三线城市发展布局	132
四、零售业投资增加促百货业发展	137
第四节 2015年中国零售百货业发展规模分析	137
一、连锁百货门店规模统计	137
二、连锁百货销售规模统计	137
三、连锁百货企业排名情况	139
第五节 中国零售百货业网络销售发展情况	140
一、网络时代零售商遭遇挑战	140
二、中国百货企业纷纷“触网”	141
三、银泰网络百货的经营情况	142
四、零售百货业借助微博发展	147
第六章 2015年中国零售百货行业竞争格局分析	150
第一节 中国零售行业竞争现状分析	150
一、中国零售业竞争总体概况	150

二、中国零售业竞争消费格局	151
三、中国零售业竞争格局变化	151
四、中国零售业价格竞争分析	152
五、中国零售业竞争问题解析	155
六、外资零售商在华竞争情况	156
第二节 内资百货与外资百货在华竞争格局分析	163
一、外资百货企业在华发展分析	163
二、本地百货业与外资竞争分析	166
三、本地百货企业区域优势明显	166
四、内资百货企业区域扩张分析	169
第三节 2015年中国百货行业竞争状况分析	170
一、一线城市百货供给情况分析	170
二、二三线城市百货业发展分析	171
三、百货企业上市融资应对竞争	172
四、中国百货行业并购重组概况	174
第四节 2015年中国百货行业竞争策略分析	174
一、信息化技术应用策略	174
二、零售业态改变经营模式	176
三、改变品牌经营发展战略	177
四、正面竞争转向错位竞争	181
第七章 2015年中国零售百货竞争行业发展状况分析	184
第一节 中国连锁超市发展状况	184
一、中国连锁超市发展概述	184
二、中国超市业态发展规模	186
三、中国连锁超市企业排名	187
四、外资超市在华发展情况	193
五、本土超市营销战略分析	195
六、中国本土仓储式超市动态	198
七、中国连锁超市业并购情况	199
八、超市消费者购买行为分析	202
第二节 中国便利店发展状况	205

- 一、中国便利店总店数量统计205
- 二、中国便利店门店规模统计205
- 三、中国便利店销售规模统计206
- 四、中国便利店经营特点分析206
- 五、中国便利店产品策略分析207
- 六、中国便利店分销策略分析208
- 七、中国便利店发展SWOT分析209
- 第三节 中国购物中心发展状况213
 - 一、世界购物中心分类情况分析213
 - 二、中国购物中心发展历程分析214
 - 三、中国购物中心类型形态界定215
 - 四、中国购物中心发展规模分析216
 - 五、中国购物中心发展指数分析218
 - 六、中国购物中心开发投资情况219
 - 七、中国购物中心发展策略分析219
 - 八、购物中心未来发展前景分析222
- 第四节 中国网络购物行业发展状况223
 - 一、中国无店铺零售业态发展情况223
 - 二、中国网络零售规模及现状分析224
 - 三、中国网络购物发展趋势分析224
- 第五节 中国电视购物行业发展状况226
 - 一、电视购物发展概况226
 - 二、电视购物优点分析226
 - 三、电视购物弊端分析228
 - 四、电视购物发展方向230
 - 五、电视购物发展问题231
 - 六、电视购物面临挑战232
- 第六节 中国网络团购行业发展分析233
 - 一、中国网络团购行业发展规模分析233
 - 二、中国网络团购消费人群调查分析233
 - 三、中国网络团购消费行为调查分析234

第八章 2010-2015年中国零售百货业区域市场分析236

第一节 东北地区236

- 一、东北地区零售业经济环境236
- 二、哈尔滨零售百货业发展综述236
- 三、沈阳零售百货业发展现状238
- 四、大连零售百货业发展现状238

第二节 华东地区239

- 一、华东地区零售业经济环境239
- 二、上海市百货业发展现状分析240
- 三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化241
- 四、杭州市百货业发展历程及现状242
- 五、合肥市百货业发展现状分析243

第三节 华中地区244

- 一、华中地区零售业经济环境244
- 二、中原经济区崛起零售百货业受益244
- 三、武汉零售百货业发展格局246
- 四、外来商业百货巨头进驻长沙247
- 五、郑州市零售百货业发展新特点247

第四节 华北地区253

- 一、华北地区零售业经济环境253
- 二、北京零售百货业发展特点253
- 三、北京“超市系”百货竞逐小区市场254
- 四、天津零售百货业发展现状258
- 五、兰州零售百货业发展现状258

第五节 西南地区261

- 一、西南地区零售业经济环境261
- 二、重庆市零售百货发展状况分析261
- 三、成都市零售百货业经营特点262

第六节 华南地区262

- 一、华南地区零售业经济环境262
- 二、广州零售百货业竞争特点263
- 三、深圳零售百货业发展历程265

四、深圳零售百货业发展现状267

第九章 2010-2015年零售百货业重点企业分析268

第一节 大商股份有限公司268

- 一、企业基本情况268
- 二、企业经营情况分析268
- 三、企业经济指标分析269
- 四、企业盈利能力分析272
- 五、企业偿债能力分析273
- 六、企业运营能力分析274
- 七、企业成本费用分析274
- 八、企业发展战略分析276
- 九、大商股份收购淄博商厦276

第二节 王府井百货(集团)股份有限公司277

- 一、企业基本情况277
- 二、企业经营情况分析278
- 三、企业经济指标分析278
- 四、企业盈利能力分析282
- 五、企业偿债能力分析283
- 六、企业运营能力分析283
- 七、企业成本费用分析284
- 八、王府井集团外延扩张战略分析285

第三节 上海百联集团股份有限公司285

- 一、企业基本情况285
- 二、企业经营情况分析286
- 三、百联股份转型试点中小型百货288

第四节 武汉武商集团股份有限公司289

- 一、企业基本情况289
- 二、企业经营情况分析290
- 三、企业经济指标分析290
- 四、企业盈利能力分析293
- 五、企业偿债能力分析295

- 六、企业运营能力分析295
- 七、企业成本费用分析296
- 八、鄂武商湖北二级城市扩张加速297
- 第五节 银座集团股份有限公司297
 - 一、企业基本情况297
 - 二、企业经营情况分析298
 - 三、企业经济指标分析299
 - 四、企业盈利能力分析302
 - 五、企业偿债能力分析303
 - 六、企业运营能力分析303
 - 七、企业成本费用分析304
 - 八、企业发展规划分析305
- 第六节 百盛商业集团有限公司306
 - 一、企业基本情况306
 - 二、企业经营情况分析306
 - 三、企业经济指标分析307
 - 四、企业盈利能力分析307
 - 五、百盛集团入驻西南商都308
- 第七节 天虹商场股份有限公司308
 - 一、企业基本情况308
 - 二、企业经营情况分析309
 - 三、企业经济指标分析310
 - 四、企业盈利能力分析313
 - 五、企业偿债能力分析314
 - 六、企业运营能力分析315
 - 七、企业成本费用分析315
 - 八、天虹商场管理创新分析316
- 第八节 重庆百货大楼股份有限公司322
 - 一、企业基本情况322
 - 二、企业经营情况分析323
 - 三、企业经济指标分析324
 - 四、企业盈利能力分析327

- 五、企业偿债能力分析328
- 六、企业运营能力分析329
- 七、企业成本费用分析329
- 八、重庆百货拟收购新世纪百货330
- 第九节 新世界百货中国有限公司331
 - 一、企业基本概况331
 - 二、企业经营情况分析331
 - 三、企业经济指标分析332
 - 四、企业盈利能力分析332
 - 五、新世界望京店调整发展战略333
- 第十节 银泰百货（集团）有限公司333
 - 一、企业基本概况333
 - 二、企业经营情况分析334
 - 三、企业经济指标分析335
 - 四、企业盈利能力分析337
 - 五、企业偿债能力分析339
 - 六、银泰百货新开店铺情况分析342
- 第十一节 广百股份有限公司342
 - 一、企业基本概况342
 - 二、企业经营情况分析343
 - 三、企业经济指标分析343
 - 四、企业盈利能力分析347
 - 五、企业偿债能力分析348
 - 六、企业运营能力分析348
 - 七、企业成本费用分析349
 - 八、广百对外扩张情况分析350
- 第十二节 广州友谊集团股份有限公司351
 - 一、企业基本概况351
 - 二、企业经营情况分析352
 - 三、企业经济指标分析352
 - 四、企业盈利能力分析355
 - 五、企业偿债能力分析356

- 六、企业运营能力分析357
- 七、企业成本费用分析357
- 八、广州友谊扩张战略分析359
- 第十三节 北京市西单商场股份有限公司359
 - 一、企业基本情况359
 - 二、企业经营情况分析360
 - 三、企业经济指标分析360
 - 四、企业盈利能力分析364
 - 五、企业偿债能力分析365
 - 六、企业运营能力分析365
 - 七、企业成本费用分析366
 - 八、西单与新燕莎联手打造首都商业旗舰367

第十章 2017-2022年中国零售百货经营策略分析368

第一节 中国百货企业市场定位策略分析368

- 一、百货店市场定位要素368
- 二、百货店市场定位步骤369
- 三、百货店定位应注意的问题371

第二节 中国零售百货行业发展主要对策371

- 一、加快重组向规模经营连锁经营转变371
- 二、准确市场定位向特色经营转变372
- 三、发挥自身优势向服务经营转变372
- 四、更新经营理念向动态经营转变373
- 五、发展网络信息技术向信息化管理转变373
- 六、改进传统经营模式向科学运营转变374

第三节 中国百货业发展战略的对策374

- 一、导入信息化技术374
- 二、升级业态改变经营模式375
- 三、实施品牌发展战略377
- 四、正面竞争转向错位竞争378

第四节 中国零售百货业自营模式探索379

- 一、中国百货业的经营模式379

二、百货业联营模式存在的问题	379
三、百货业的自营能力不足	380
四、百货业自营模式的探索	381
第五节 提升中国零售百货业核心竞争力的策略选择	382
一、丰富齐全的产品线	382
二、快捷方便的运营效率	383
三、快速灵敏的战略调整	384
四、寻求质优价低成本优势	385
五、把握时尚流行的元素	387
第十一章 2017-2022年中国零售百货业发展趋势分析	388
第一节 我国零售业的发展走势	388
一、消费升级提升百货增长空间	388
二、温和通胀促进超市业绩提升	388
三、专业店最具成长潜力	390
第二节 商业模式下的百货业趋势	393
一、商圈两极化外延的地产百货模式	393
二、破解盈利模式之困的多业态融合模式	397
三、延伸连锁空间的相关多元化模式	400
第三节 多业态、多元化融合的行业发展趋势	402
一、购物中心多业态发展趋势	402
二、多元嵌入的连锁式外延扩张	403
第四节 中国零售百货业发展方向	405
一、特色化、主题化、品牌化	405
二、连锁化、产业化、集约化	407
三、品牌化、信用化、知识化	409
第五节 未来中国零售百货业发展趋势	411
一、人才瓶颈进一步凸显	411
二、资本对接将愈加紧密	411
三、商业地产将快速增长	412
四、供应链变革继续深入	412
五、上游厂商争夺流通渠道	413

六、“绿色零售”亟需转化成竞争优势413

七、奢侈品牌大举进军二三级市场414

第十二章 2017-2022年中国零售百货投资策略分析415 (ZY GXH)

第一节 2017-2022年零售百货发展前景及投资机遇分析415

一、“十三五”规划扩大内需促进消费415

二、政策面深化继续利好百货业发展415

三、国民收入增速将实现与经济发展同步416

四、2015年全国24省上调最低工资标准416

五、温和通胀助推百货行业上行418

六、中小城市居民消费能力被低估419

七、中国零售百货行业发展规模预测419

第二节 2017-2022年中国零售百货投资风险分析421

一、经济风险421

二、政策风险421

三、经营风险422

四、竞争风险422

五、其它风险422

第三节 中国百货行业并购重组战略分析423

一、中国大型百货企业并购重组案例分析423

二、百货行业并购的融资风险防范426

三、百货行业并购重组遵循原则428

第四节 2017-2022年中国零售百货业投资策略分析430

一、挖掘新规划经济振兴区域市场430

二、发展高端百货业态打造高端品牌431

三、发展二三线城市零售百货业431

四、创新经营把握新兴消费人群市场431

五、开发微博、团购等互联网营销方式432 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 2014年GDP初步核算数据45

图表 2 2014年GDP环比和同比增长速度45

图表 3 2015年GDP初步核算数据46

图表 4 2015年GDP环比和同比增长速度46

图表 5 2015-2016年规模以上工业增加值同比增长速度47

图表 6 2015年规模以上工业生产主要数据48

图表 7 2015-2016年钢材日均产量及同比增速50

图表 8 2015-2016年水泥日均产量及同比增速51

图表 9 2015-2016年十种有色金属日均产量及同比增速51

图表 10 2015-2016年乙烯日均产量及同比增速52

图表 11 2015-2016年汽车日均产量及同比增速52

图表 12 2015-2016年轿车日均产量及同比增速53

图表 13 2015-2016年发电量日均产量及同比增速53

图表 14 2015-2016年原油加工量日均产量及同比增速54

图表 15 2015-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速55

图表 16 2015-2016年固定资产投资到位资金同比增速56

图表 17 2015年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据57

图表 18 2015-2016年月社会消费品零售总额分月同比增长速度59

图表 19 2015年社会消费品零售总额主要数据60

图表 20 2013-2015年 12月零售行业主要收购兼并事件83

图表 21 2015年度中国连锁百强企业排名98

图表 22 2015年主要连锁百货企业经营情况139

图表 23 百货零售行业市场集中度情况150

图表 24 2015年中国连锁超市十大品牌企业排名187

图表 25 2012-2015年中国便利店总店数量统计205

图表 26 2012-2015年中国便利店总店销售规模统计206

图表 27 中国购物中心的发展阶段214

图表 28 2015年中国购物中心发展指数（SCDI）最高的十个城市218

图表 29 2009-2015年我国电视购物市场规模变化图（单位：亿元）226

图表 30 按团购参加程度分类的人群占比233

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/L850436FW7.html>