

2008年中国零售百货市场研究预 测报告

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

《2008年中国零售百货市场研究预测报告》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/U72719M58G.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

[b]2008年中国[b]零售百货[b]市场研究预测报告 内容介绍：[/b]

市场现状 近年来，我国社会消费品零售高速增长，2006年我国社会消费品零售总额实现十年最大增幅。07年1至10月，全国社会消费品零售总额达到62089.1亿元，同比增长13.6%，是1997年以来的最快水平。预计2008年我国社会消费品零售总额将达

市场竞争 加入WTO后，中国全面放开了国内零售业发展趋势

[b]第二章 我国零售百货业规模扩张分析[/b]

第一节 扩张的理论

- 一、企业扩张与边界的经典研究
- 二、特殊经济性质及其规模与边界
- 三、大型零售企业的规模扩张

第二节 跨区域扩张存在的问题

- 一、程度低
- 二、结构单一/结构不合理
- 三、方式单一/运用错位

第三节 扩张的动力机制与趋势

[b]第三章 零售商自有品牌分析[/b]

第一节 零售商自有品牌分析

- 一、背景
- 二、发展
- 三、优势
- 四、障碍
- 五、对策

第二节 零售商自有品牌建设条件

- 一、自有品牌考量
- 二、必要条件

第三节 零售商自有品牌战略分析

- 一、战略内涵
- 二、战略分析
- 三、战略对策

第四节 零售商自有品牌战略成本分析

一、基本特征

二、基础内容

三、战略成本

四、创建思路

[b]第四章 百货商场业态分析[/b]

第一节 从新型零售业态发展看百货店创新

一、市场主体

二、特色经营

三、连锁化、规模化发展

四、业态改良和创新

第二节 我国百货商场的经营效益

第三节 百货商店业态的竞争战略

一、成长期竞争战略

二、成熟期竞争战略

三、衰退期的战略

第四节 中国百货商店的前景和对策

一、前景

二、对策

[b]第五章 大型超市业态分析[/b]

第一节 大卖场模式特征及发展前景

一、特征分析

二、发展分析

三、弱点分析

四、面临的竞争

第二节 仓储式商场

一、特征

二、弱点

三、在中国成功的条件

第三节 大型综合超市

一、特点

二、弱点

三、前景

第四节 连锁超市赢利模式的转变分析

一、赢利模式的基础

二、赢利模式的弊端

三、加强供应链管理转换超市赢利模式

第五节 中国超市发展趋势

[b]第六章 专营店业态分析[/b]

第一节 特点/地位

第二节 发展趋势

第三节 存在的问题及对策

[b]第七章 其他业态分析[/b]

第一节 便利店

一、国外便利店的特点

二、我国便利店的现状

三、我国便利店的战略

第二节 购物中心

一、在中国的发展阶段

二、在中国的发展潜力

第三节 电子零售业

一、中国零售业电子商务的概述

二、中国零售业电子商务存在的问题

三、中国零售业电子商务发展的思路

[b]第二部分 区域市场 138[/b]

[b]第八章 重点区域发展的趋势[/b]

第一节 影响零售业的因素

一、供给商品的性质构成

二、零售单位的行业构成

三、零售单位的经济类型构成

四、零售商品售卖的对象构成

五、零售商品需求的城乡构成

第二节 2008年零售百货展望

一、2008年消费持续景气

二、消费升级支撑我国零售业的成长

三、内外动力驱动零售公司业绩持续增长

第三节 新兴零售模式

一、仓储俱乐部

二、网络零售

三、折扣店

第四节 中国零售业态发展趋势

一、梯次化趋势

二、多元化趋势

三、均衡化趋势

四、组合化趋势

五、融合化趋势

第五节 我国中型商场的市场定位与发展趋势

一、标准界定

二、市场定位

三、发展趋势

[b]第五部分 行业投资 311[/b]

[b]第十三章 零售百货业投资前景及建议[/b]

第一节 中国零售百货发展策略

一、选择业态的战略

二、发展方向的转移

三、零售方式的创新

四、盈利模式的转变

[b]第十四章 零售行业特点及投资特性分析[/b]

第一节 零售业特点

一、基本业态

二、业态分类

第二节 零售业连锁投资特性分析

一、发展内涵及其价值观

二、发展的准入机会

第三节 中国零售业的投资发展规律

一、民营企业集中

二、新兴连锁零售业态集中

三、连锁家电卖场成长

第四节 民营投资零售百货业特性分析

一、高度保护的零售业拒绝认同度低的民营企业

二、行业进入壁垒

三、民营资本如何切入

[b]第六部分 行业环境[/b]

[b]第十五章 中国零售百货行业政策环境[/b]

第一节 2007-2008年中国零售百货行业环境分析

一、2007年居民消费价格分析

二、零售百货行业政策环境

第二节 政策变化分析

一、《零售商供应商公平交易管理办法》

二、《公平交易管理办法》

第三节 人民币升值对零售行业影响

第四节 外资零售业进入对我国产生的影响分析

一、正面影响

二、负面影响

[b]第十六章 WTO与中国零售业[/b]

第一节 零售行业的开放政策

第二节 加入WTO对中国零售业的影响及对策

一、快速发展中的中国零售业

二、多元经营法制化

三、外资零售业带动内资零售业发展

四、零售业的对策谋划

第三节 WTO环境下国内零售企业的机会

一、搭起商业平台

二、竞争积累经验

三、扩展市场空间

第四节 外资进入对中国零售业的影响

一、正面影响

二、负面影响

[b]第十七章 发达国家零售百货业的现状及趋势[/b]

第一节 国际零售业发展的特点及新理念

一、特点

二、新理念

第二节 美国零售百货业

一、2007年美国零售业分析

二、美国零售业格局的借鉴

第三节 日本零售百货业

一、2006年日本零售业回顾

二、2007年日本零售业分析

三、日本零售业发展的趋势

第四节 其他国家零售业分析

一、俄罗斯零售业

二、越南零售业

三、新西兰零售业

四、印度零售业

第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点

一、多样化

二、国际化、连锁化

三、集中化、规模化

四、主导化

五、商业网点转移

六、高技术化、现代化

[b]图表目录[/b]

图表1-1 2007年1—10月全国社会消费品零售总额

图表1-2 2006年中国连锁经营100强分析

图表3-1 部分国家PB商品在百货类商店中的占有率

图表3-2 英国大零售商PB商品占总销售额比例

图表3-3 上海联华PB产品及其在上海市场分额

图表8-1 2006年北京零售业规模状况

图表8-2 2006年零售业营运能力状况

图表8-3 2006年零售业盈利能力状况

图表8-4 2006年零售业社会贡献状况

图表8-5 2006年零售业发展能力状况

图表8-6 2007年1-3月深圳全市实现社会消费品零售总额

图表8-7 2007年上半年武汉市社会消费品零售总额

图表9-1 中国零售业内外资企业对比

图表10-1 2007年百联股份经营业绩分析

图表10-2 2007年百联股份财务指标分析

图表10-3 2007年百联股份资产及负债分析

图表10-4 2007年百联股份现金流量分析

图表10-5 2007年百联股份利润及利润分配分析

图表10-6 2007年大商股份重要经营业绩分析

图表10-7 2007年大商股份财务指标分析

图表10-8 2007年大商股份资产及负债分析

图表10-9 2007年大商股份现金流量分析

图表10-10 2007年大商股份利润及利润分配分析

图表10-11 2007西单商场经营业绩分析

图表10-12 2007西单商场财务指标分析

图表10-13 2007西单商场资产及负债分析

图表10-14 2007西单商场现金流量分析

图表10-15 2007西单商场利润及利润分配分析

图表10-16 2007广州友谊百货经营业绩分析

图表10-17 2007广州友谊百货财务指标分析

图表10-18 2007广州友谊百货资产及负债分析

图表10-19 2007广州友谊百货现金流量分析

图表10-20 2007广州友谊百货利润及利润分配分析

图表10-21 2007重庆百货重要经营业绩分析

图表10-22 2007重庆百货财务指标分析

图表10-23 2007重庆百货资产及负债分析

图表10-24 2007重庆百货现金流量分析

图表10-25 2007重庆百货利润及利润分配分析

图表10-26 2007苏宁电器重要财务指标分析

图表10-27 2007苏宁电器资产及负债分析

图表10-28 2007苏宁电器现金流量分析

图表10-29 2007苏宁电器利润及利润分配分析

图表10-30 2007年前三季度国美电器实现收入金额

图表10-31 2007年第三季度国美电器实现销售金额

图表10-32 2007年前三季度苏果超市总销售规模

图表10-33 2007年第三季度物美集团收益总额

图表10-34 2007年第三季度物美集团净利润

图表10-35 2007年第三季度沃尔玛净利润

图表10-36 2007年第三季度沃尔玛销售收入

图表12-1 工农业总产值和进口消费品总额增减波动分析

图表12-2 各行业和各经济类型零售额增减波动分析

图表12-3 按销售对象和城乡划分的零售额增减波动分析

图表14-1 上海市九种零售业态基本条件一览表

图表15-1 2007年前三季度我国社会消费品零售总额

图表15-2 2007年前三季度我国城市社会消费品零售总额

图表15-3 2007年前三季度我国县及县以下社会消费品零售总额

图表15-4 2007年1月居民消费价格分类指数

图表15-5 2007年2月居民消费价格分类指数

图表15-6 2007年3月居民消费价格分类指数

图表15-7 2007年4月居民消费价格分类指数

图表15-8 2007年5月居民消费价格分类指数

图表15-9 2007年6月居民消费价格分类指数

图表15-10 2007年7月居民消费价格分类指数

图表15-11 2007年8月居民消费价格分类指数

图表15-12 2007年9月居民消费价格分类指数

图表15-13 2007年10月居民消费价格分类指数

图表15-14 2007年11月居民消费价格分类指数

图表17-1 美国零售业代表公司的具体财务指标

图表17-2 2007年8月日本全国超市销售额

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/U72719M58G.html>