

2017-2022年中国零售百货 行业投资分析及前景趋势预测报告

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

《2017-2022年中国零售百货行业投资分析及前景趋势预测报告》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/V81894CGUP.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

2012-2015年中国社会消费品零售总额从18.4万亿元增长至26.2万亿元，年增长率保持在10%以上。未来几年内，中国零售市场整体发展环境较好，社会消费品零售总额或将继续平稳上升，2016年数值有望突破30万亿，2018年数值或将接近40万亿。

2011-2018年中国社会消费品零售总额变化趋势

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国零售百货行业投资分析及前景趋势预测报告》共十二章。首先介绍了零售百货产业相关概念及发展环境，接着分析了中国零售百货行业规模及消费需求，然后对中国零售百货行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国零售百货行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国零售百货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、2016年日本百货店迎来倒闭潮 39

四、2016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 2016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、2016年中国GDP增长情况分析 45

2015年，我国国民经济稳定增长。初步核算，全年国内生产总值676708亿元，比上年增长6.9%。其中，第一产业增加值60863亿元，增长3.9%；第二产业增加值274278亿元，增长6.0%；第三产业增加值341567亿元，增长8.3%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为9.0%，第二产业增加值比重为40.5%，第三产业增加值比重为50.5%，首次突破50%。2015年以来，面对错综复杂的国际形势和国内经济下行压力加大的困难局面，稳中求进成为2015年的工作总基调，中国进入以提高质量效益为中心，调整产业结构，深化改革开放的发展阶段。

2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度

二、2016年中国工业经济发展形势分析 47

三、2016年中国全社会固定资产投资分析 55

四、2016年中国社会消费品零售总额分析 59

五、2016年中国城乡居民收入与消费分析 61

六、2016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 2016年中国零售业运行状况分析 72

第一节 2016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 2016年中国零售业发展态势分析 81

- 一、2016年中国零售业发展概述 81
- 二、2016年零售业融资事件回顾 82
- 三、2016年零售业门店开闭情况 84
- 四、2016年零售与快递结合情况 85
- 五、2016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 2016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 2016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 2016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 2016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 2016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 2016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 2016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 2016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 2010-2013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 2010-2016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 CW)

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、2016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

部分图表目录：

图表 1 2016年GDP初步核算数据 45

图表 2 2016年GDP环比和同比增长速度 45

图表 3 2016年GDP初步核算数据 46

图表 4 2016年GDP环比和同比增长速度 46

图表 5 2012-2016年规模以上工业增加值同比增长速度 47

图表 6 2016年规模以上工业生产主要数据 48

图表 7 2012-2016年钢材日均产量及同比增速 50

图表 8 2012-2016年水泥日均产量及同比增速 51

图表 9 2012-2016年十种有色金属日均产量及同比增速 51

图表 10 2012-2016年乙烯日均产量及同比增速 52

图表 11 2012-2016年汽车日均产量及同比增速 52

图表 12 2012-2016年轿车日均产量及同比增速 53

图表 13 2012-2016年发电量日均产量及同比增速 53

图表 14 2012-2016年原油加工量日均产量及同比增速 54

图表 15 2012-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速 55

图表 16 2012-2016年固定资产投资到位资金同比增速 56

图表 17 2016年固定资产投资（不含农户）主要数据 57

图表 18 2012-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度 59

图表 19 2016年社会消费品零售总额主要数据 60

图表 20 2013-2016年零售行业主要收购兼并事件 83

图表 21 2016年度中国连锁百强企业排名 98

图表 22 2016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 2016年中国连锁超市十大品牌企业排名 187

图表 25 2012-2016年中国便利店总店数量统计 205

图表 26 2012-2016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 2016年中国购物中心发展指数（SCDI）最高的十个城市 218

图表 29 2009-2016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

图表 31 售后、信誉、质量为未参加团购的用户的主要担忧 233

图表 32 团购用户浏览团购网站的频率 234

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/V81894CGUP.html>