

# 2018-2024年中国零售业行业 发展分析及前景策略研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国零售业行业发展分析及前景策略研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0902/201809/19-274083.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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，随着网络购物的高速发展，网购额占社会消费品零售总额的比重不断提高。每年的网购额可以满足新增社会消费品零售总额的需要。以上海为例，上海网购额中商品类销售占社会消费品零售总额的比重2015年为22.3%，2017年上半年为21.6%。2010-2016上半年上海社会消费品零售总额与网络零售额 2011-2016.1-6月上海社会消费品零售总额增加额与网络零售额增加额

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国零售业行业发展分析及前景策略研究报告》共二十章。首先介绍了零售业行业市场发展环境、零售业整体运行态势等，接着分析了零售业行业市场运行的现状，然后介绍了零售业市场竞争格局。随后，报告对零售业做了重点企业经营状况分析，最后分析了零售业行业发展趋势与投资预测。您若想对零售业产业有个系统的了解或者想投资零售业行业，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 零售业相关概述

#### 1.1 零售业简介

##### 1.1.1 零售业的定义

##### 1.1.2 零售业的产业特点

##### 1.1.3 零售百货业的定义

#### 1.2 零售业的准入条件概述

##### 1.2.1 注册登记条件

##### 1.2.2 资金条件

##### 1.2.3 技术、设备条件

#### 1.3 零售业的业态概述

##### 1.3.1 零售业态的划分标准及定义

##### 1.3.2 零售业的基本业态

##### 1.3.3 零售业态发展规律分析

##### 1.3.4 无店铺销售归入零售业态

## 第二章 2014-2017年世界零售业的发展

### 2.1 2014-2017年世界零售业发展总体分析

#### 2.1.1 全球零售业增长状况

#### 2.1.2 世界零售业焦点简析

#### 2.1.3 世界零售业发展分析

#### 2.1.4 全球网络零售规模状况

#### 2.1.7 亚洲与拉丁美洲引领世界零售业

### 2.2 欧洲零售业

#### 2.2.1 欧洲零售业主要特点分析

#### 2.2.2 欧洲零售业态格局剖析

#### 2.2.3 欧盟零售贸易分析

#### 2.2.4 欧盟零售业发展现状

### 2.3 美国零售业

#### 2.3.1 美国商业零售业发展综述

#### 2.3.2 美国零售业的主要特征

#### 2.3.3 美国零售商业营销管理的四个特点

#### 2.3.4 2017年美国零售业状况

#### 2.3.5 2017年美国零售业的发展2011-2016年美国网络购物在社会消费品零售总额中的占比

### 2.4 日本零售业

#### 2.4.1 日本零售业发展总况

#### 2.4.2 2017年日本零售业发展浅析

#### 2.4.3 2017年日本零售业销售简况

#### 2.4.4日本零售业的发展态势

### 2.5 其他国家零售业

## 第三章 2014-2017年中国零售业产业环境

### 3.1 宏观经济环境分析

#### 3.1.1 2017年中国国民经济运行状况

#### 3.1.2 2017年中国国民经济发展分析

#### 3.1.3 2017年中国国民经济运行现状

### 3.2 消费市场分析

#### 3.2.1 居民收入提高拉动消费增长

### 3.2.2 城市化进程对消费增长的驱动

### 3.2.3 我国消费品市场特点分析

### 3.2.4 我国居民消费价格变动状况

### 3.2.5 未来中国社会消费品零售总额预测

近年来，随着网络购物的高速发展，网购额占社会消费品零售总额的比重不断提高，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。2010-2016.1-7月全国社会消费品零售总额与网络零售额

## 3.3 关联产业及其影响

### 3.3.1 零售商与银行

### 3.3.2 零售业和商业地产

### 3.3.3 零售业和物流业

### 3.3.4 零售业和逆向物流

## 第四章 2014-2017年中国零售业发展分析

### 4.1 中国零售业发展综述

#### 4.1.1 中国零售业国际地位日益重要

#### 4.1.2 零售业在国民经济中的地位分析

#### 4.1.3 中国零售业发展现状综析

#### 4.1.4 中国零售业态的结构分析

### 4.2 2014-2017年国内零售业的发展

#### 4.2.1 2017年我国零售业运行回顾

#### 4.2.3 2017年中国零售业发展特征

#### 4.2.2 2017年中国零售业发展分析

### 4.3 2014-2017年中国农村零售业发展探析

#### 4.3.1 农村零售市场的特点分析

#### 4.3.2 中国农村零售业业态分析

#### 4.3.3 中国发展农村零售业的必要性

#### 4.3.4 中国零售业发展必须拓展农村市场

#### 4.3.5 国内农村零售业存在的主要问题

#### 4.3.6 中国农村零售市场发展建议分析

- 4.3.7 中国农村零售业态的变革思路
- 4.4 中国零售企业的发展探讨
  - 4.4.1 中国零售企业结构分析
  - 4.4.2 中国零售企业的效益与效率
  - 4.4.3 中国重点大型零售企业现状分析
  - 4.4.4 国内大型零售企业成长的路径分析
- 4.5 中国零售业的问题
  - 4.5.1 中国零售业存在的问题及其原因
  - 4.5.2 中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴
  - 4.5.3 中外零售业发展的差距
  - 4.5.4 我国零售业发展面临的人才危机
  - 4.5.5 我国传统零售业发展陷入困境
- 4.6 零售业应对问题的策略
  - 4.6.1 中国零售业的发展战略
  - 4.6.2 我国零售业应对消费趋势变化的策略
  - 4.6.3 我国二三线城市零售业发展战略剖析
  - 4.6.4 我国零售业态发展策略分析
  - 4.6.5 解决零售企业人才危机的对策
  - 4.6.6 中国应对外资零售业挑战的策略

## 第五章 2014-2017年零售业态之：超市业分析

- 5.1 2014-2017年超市行业发展概况
  - 5.1.1 超市行业概述
  - 5.1.2 主要外资超市在华布局状况
  - 5.1.3 2017年连锁超市经营状况
  - 5.1.4 2017年我国超市发展状况
  - 5.1.5 中国网上超市发展现状分析
  - 5.1.6 我国连锁超市的信息化分析
- 5.2 超市的经营管理
  - 5.2.1 连锁超市经营管理中五个不等分析
  - 5.2.2 超市管理的关键点分析
  - 5.2.3 超市人力资源管理的误区分析

#### 5.2.4 连锁超市企业供应链管理中存在的问题及对策

### 5.3 大型超市的经营分析

#### 5.3.1 大型综合超市的含义特征分析

#### 5.3.2 中国大型综合超市建立的可行性

#### 5.3.3 中国大型超市发展现状

#### 5.3.4 国内外大型超市经营模式对比及启示

#### 5.3.5 我国大型超市循环经济模式发展探析

#### 5.3.6 大型超市心理营销策略分析

#### 5.3.7 大中型超市社区营销能力提高的思考

### 5.4 中国超市市场开拓与营销战略

#### 5.4.1 我国连锁超市农村市场开拓探讨

#### 5.4.2 连锁超市营销八大差异分析

#### 5.4.3 本土超市应对外来竞争的营销战略

#### 5.4.4 超市成功促销的经验

### 5.5 超市的发展趋势

#### 5.5.1 未来中国超市发展基本趋势

#### 5.5.2 全球化背景下中国超市发展的十个趋势

#### 5.5.3 21世纪零售业态超市的发展态势

## 第六章 2014-2017年零售业态之：便利店分析

### 6.1 世界部分国家或地区的便利店分析

#### 6.1.1 美国便利店的发展

#### 6.1.2 日本便利店发展分析

#### 6.1.3 韩国便利店发展现状

#### 6.1.4 台湾地区便利店行业浅析

### 6.2 中国便利店的发展概况

#### 6.2.1 中国便利店总体发展概况

#### 6.2.2 中国内资便利店发展状况

#### 6.2.3 主要连锁便利店企业布局状况

#### 6.2.4 中国主要连锁便利店企业的发展

#### 6.2.5 中国便利店市场经营状况

#### 6.2.6 中国便利店市场发展动态

## 6.3 我国便利店发展的SWOT分析

### 6.3.1 优势 ( Strength )

### 6.3.2 劣势 ( Weakness )

### 6.3.3 机遇 ( Opportunity )

### 6.3.4 威胁 ( Threaten )

## 6.4 便利店的投资分析

### 6.4.1 中国发展便利店的必要

### 6.4.2 便利店的市場定位分析

### 6.4.3 便利店赢利的基础分析

### 6.4.4 便利店的投資规划建议

### 6.4.5 便利店市场的投資前景看好

## 6.5 中国便利店发展存在的问题及对策

### 6.5.1 我国便利店发展过程中存在的问题

### 6.5.2 我国便利店发展的四大建议

### 6.5.3 便利店经营策略分析

## 6.6 便利店的前景和趋势

### 6.6.1 中国发展便利店的前景广阔

### 6.6.2 便利店的发展趋势分析

### 6.6.3 便利店业态经营的趋势

### 6.6.4 我国便利店发展预测

## 第七章 2014-2017年零售业态之：购物中心分析

### 7.1 世界部分国家或地区的购物中心分析

#### 7.1.1 东南亚购物中心

#### 7.1.2 美国购物中心

#### 7.1.3 德国购物中心

#### 7.1.4 日本购物中心

### 7.2 2014-2017年中国的购物中心分析

#### 7.2.1 我国购物中心发展回顾

#### 7.2.2 中国购物中心建设现状

#### 7.2.3 我国二三线城市购物中心建设现状

#### 7.2.4 我国购物中心发展的驱动因素



- 7.2.5 社区型购物中心发展分析
- 7.2.6 我国购物中心发展预测
- 7.3 购物中心的设计
  - 7.3.1 购物中心景观的规划和设计
  - 7.3.2 购物中心本体建筑的设计
  - 7.3.3 购物中心消防系统的设计
  - 7.3.4 购物中心照明系统的规划和设计
  - 7.3.5 都市区域性购物中心规划与设计
- 7.4 购物中心发展面临的问题
  - 7.4.1 中国购物中心存在过剩问题
  - 7.4.2 国内购物中心的运作失误
  - 7.4.3 中国购物中心发展存在的瓶颈
  - 7.4.4 购物中心发展中需注意的几个问题
  - 7.4.5 国内购物中心建设的三个误区
- 7.5 中国购物中心的发展建议
  - 7.5.1 中国购物中心健康发展的对策
  - 7.5.2 中国购物中心的开发策略
  - 7.5.3 我国购物中心发展的策略性建议
  - 7.5.4 国内发展大型郊区购物中心需谨慎

## 第八章 2014-2017年零售业态之：百货店业分析

- 8.1 中国百货店业发展概况
  - 8.1.1 我国百货行业发展呈现的新特点
  - 8.1.2 我国百货业发展的本土优势
  - 8.1.3 中国百货业尝试新模式
  - 8.1.4 未来十年我国百货行业发展的机遇
  - 8.1.5 我国百货业的发展趋势
- 8.2 2014-2017年中国百货发展状况
  - 8.2.1 2017年我国百货业发展热点盘点
  - 8.2.2 2017年我国传统百货业发展分析
  - 8.2.3 2017年中国百货业发展现状分析
- 8.3 中国百货业供应商关系管理探析

- 8.3.1 百货业供应商关系管理简述
- 8.3.2 百货业供应商关系管理的作用
- 8.3.3 百货店加强与高端品牌供应商合作
- 8.3.4 国内百货业供应商关系管理中的问题
- 8.3.5 百货业供应商管理的发展趋势
- 8.4 中国百货业的营销
  - 8.4.1 百货店间常用的促销手段
  - 8.4.2 百货商场营销策划的主要因素
  - 8.4.3 百货业营销中应避免的误区
  - 8.4.4 百货店的促销建议
  - 8.4.5 中国百货店营销新思路探析
- 8.5 大型百货店分析
  - 8.5.1 现代大型百货市场定位模式探析
  - 8.5.2 大型百货零售业市场的内部准入条件
  - 8.5.3 大型百货零售企业服务质量的要素构成
  - 8.5.4 大型百货店陷入困境的原因分析
  - 8.5.5 大型百货店市场制胜的发展策略
- 8.6 百货行业发展面临的挑战及对策
  - 8.6.1 我国百货业发展中存在的主要问题
  - 8.6.2 中国百货行业发展面临的五大挑战
  - 8.6.3 我国百货业转型迫在眉睫
  - 8.6.4 我国百货业应对市场竞争的策略

## 第九章 2014-2017年其他零售业态分析

- 9.1 大卖场
  - 9.1.1 大卖场业态概述
  - 9.1.2 我国大卖场发展状况
  - 9.1.3 大卖场的供应商组合和管理
  - 9.1.4 其他零售业态对大卖场产生的竞争力
  - 9.1.5 我国大卖场经营策略
- 9.2 仓储式商场
  - 9.2.1 仓储式商场发展历史

- 9.2.2 仓储式商场发展现状
- 9.2.3 仓储式商场经营分析
- 9.2.4 仓储式商场营销特征
- 9.2.5 仓储式商场发展中的问题及制约因素
- 9.2.6 中国仓储式商场的发展对策及建议
- 9.3 专业店
  - 9.3.1 专业店的变迁过程
  - 9.3.2 专业店的发展及经营特色
  - 9.3.3 专业店的发展特点
  - 9.3.4 专业店发展现状分析
  - 9.3.5 我国专业店的发展之道
- 9.4 专卖店
  - 9.4.1 专卖店概述
  - 9.4.2 专卖店发展现状浅析
  - 9.4.3 对专卖店营销的思考
  - 9.4.4 加强专卖店建设的建议

## 第十章 2014-2017年中国重点城市零售业分析

- 10.1 北京零售业
  - 10.1.1 2017年北京零售业发展回顾
  - 10.1.2 2017年北京零售业发展状况
  - 10.1.3北京市零售行业未来前景展望
- 10.2 上海零售业
- 10.3 广州零售业
- 10.4 深圳零售业
- 10.5 成都零售业
- 10.6 其它地区零售业

## 第十一章 2014-2017年中国零售业的国际化分析

- 11.1 中国零售业国际化发展综合状况
  - 11.1.1 零售业国际化的含义和特点
  - 11.1.2 中国零售国际化的战略选择解析

- 11.1.3 中国零售业国际化排名全球第六
- 11.1.4 我国零售企业国际化经营的特点与评价
- 11.1.5 零售业国际化的经验与启示
- 11.2 2014-2017年中国零售业中的外资分析
  - 11.2.1 政府规范外资零售企业在华发展
  - 11.2.2 2017年外资零售业发展状况
  - 11.2.3 2017年外资零售业发展状况
  - 11.2.4 国内外资零售业发展面临困境及原因
  - 11.2.5 外资零售企业在华经营策略研析
  - 11.2.6 外资零售集体调整战略加速在华市场布局
  - 11.2.7 外资零售业对我国零售业的影响
- 11.3 中国零售业国际化战略探讨
  - 11.3.1 本土零售业国际化的必要性分析
  - 11.3.2 零售国际化对中国本土企业的优劣影响
  - 11.3.3 本土零售业的战略发展分析
  - 11.3.4 中国零售业应对零售国际化的对策建议
  - 11.3.5 本土零售业跨国经营的战略抉择
  - 11.3.6 本土零售企业要加大自有品牌开发
- 11.4 零售业国际化的区位分析与空间扩张模式研究
  - 11.4.1 零售业国际化空间分布特点
  - 11.4.2 零售业国际化区位进入的理论判断
  - 11.4.3 零售业国际化空间扩张模式简析
  - 11.4.4 对中国零售企业国际化扩张的结论

## 第十二章 2014-2017年零售业的连锁经营分析

- 12.1 零售业的连锁经营概述
  - 12.1.1 零售业连锁经营迅速发展
  - 12.1.2 零售业连锁发展内涵和价值观
  - 12.1.3 连锁零售企业的财务管理分析
  - 12.1.4 连锁零售业政策环境分析
- 12.2 2014-2017年我国连锁零售业的发展
  - 12.2.1 2017年连锁零售业发展分析

- 12.2.2 2017年我国连锁零售业分析
- 12.2.3 2017年连锁零售业发展解析
- 12.3 连锁零售企业供应商评价指标体系构建的综述
  - 12.3.1 零售企业与生产企业选择供应商的差异分析
  - 12.3.2 连锁零售企业供应商评价指标体系构建原则
  - 12.3.3 连锁零售企业供应商评价指标体系构成分析
- 12.4 中国零售连锁业面临的挑战及发展
  - 12.4.1 连锁零售业存在的主要问题
  - 12.4.2 中小型连锁零售企业存在的问题及对策
  - 12.4.3 连锁零售企业能耗现状及节能环保措施
  - 12.4.4 连锁零售企业的管理策略
  - 12.4.5 我国连锁零售业转型创新应处理好的关系
- 12.5 连锁零售业的发展前景
  - 12.5.1 “十三五”期间连锁零售业将迎来大发展
  - 12.5.2 连锁成为21世纪零售业的发展方向
  - 12.5.3 连锁零售业未来发展将多样化

### 第十三章 2014-2017年中国零售业的信息化及电子商务分析

- 13.1 零售业的信息化分析
  - 13.1.1 中国零售业信息化发展详解
  - 13.1.2 零售创新需要进行信息化建设
  - 13.1.3 零售业靠信息化打造时代竞争力
  - 13.1.4 中国零售业加速信息化进程
  - 13.1.5 零售企业信息化的商业模式
  - 13.1.6 大型零售企业信息系统内外部功能的提高
- 13.2 零售业信息化的问题及发展展望分析
  - 13.2.1 中国零售行业信息化遭遇三难关
  - 13.2.2 零售业信息化建设的方式分析
  - 13.2.3 制定我国零售业信息化规划的思路
  - 13.2.4 零售业信息化建设迎来发展机遇期
  - 13.2.5 我国零售业的信息化发展趋势
  - 13.2.6 零售业信息化将开始重大转型

- 13.3 零售业与电子商务
  - 13.3.1 电子商务助力零售业发展
  - 13.3.2 零售业的电子商务程度化分析
  - 13.3.3 中国零售电子商务仍处在起步模式
  - 13.3.4 网上零售模式的发展
  - 13.3.5 零售业的电子商务和供应链管理
  - 13.3.6 零售业进军电子商务遭遇转型困扰
  - 13.3.7 中国零售业电子商务的模式及策略
- 13.4 2014-2017年中国网络零售市场规模分析
  - 13.4.1 2017年我国网络零售市场交易规模分析
  - 13.4.2 2017年我国网络零售市场发展状况
  - 13.4.3 2017年我国网络零售市场规模现状
- 13.5 中国零售业电子商务存在的问题和对策
  - 13.5.1 中国零售业电子商务发展中存在的主要问题
  - 13.5.2 中国零售类电子商务中的问题
  - 13.5.3 中国零售业电子商务发展内部信息化策略
  - 13.5.4 中国零售业电子商务发展的外部策略
  - 13.5.5 电子商务提升零售企业核心竞争力
- 13.6 中国网络零售业前景及趋势分析
  - 13.6.1 中国网络零售业的发展前景分析
  - 13.6.2 网络零售行业未来趋势分析

## 第十四章 2014-2017年零售业物流体系分析

- 14.1 2014-2017年中国物流业概况及第三方物流分析
  - 14.1.1 我国物流业发展现状
  - 14.1.2 物流业绘制振兴调整规划新蓝图
  - 14.1.3 物流业踏入移动互联网时期
  - 14.1.4 中国各地区支持流通业的发展
  - 14.1.5 中国第三方物流发展简述
  - 14.1.6 第三方物流企业经营战略类型分析
  - 14.1.7 第三方物流深入采购与生产运作的方法
  - 14.1.8 中国航空快递企业第三方物流运作模式

## 14.2 物流与零售企业

14.2.1 现代物流是零售企业竞争力的重要手段

14.2.2 智能物流促零售行业强健发展

14.2.3 仓储物流是零售供应链的利润源

14.2.4 零售企业跨区域发展的物流服务及评价

14.2.5 零售物流企业运输及成本分析

14.2.6 零售物流专业化合作成趋势

## 14.3 我国零售物流行业存在的问题及对策

14.3.1 零售业“冷落”第三方物流原因解析

14.3.2 中国零售企业物流环节的不足之处

14.3.3 我国零售业物流存在的问题及对策

14.3.4 我国零售企业有效实施物流治理的对策

14.3.5 零售企业现代物流策略的开展

14.3.6 解析零售企业逆向物流的管理战略

## 14.4 连锁零售业的物流

14.4.1 中国连锁零售业物流配送的概况

14.4.2 第三方物流与连锁零售业的结合趋势

14.4.3 零售业的缺货率原因及缺货对策

14.4.4 中国连锁零售业物流的趋势

## 第十五章 2014-2017年中国的流通业分析

15.1 2014-2017年中国流通业现状

15.2 我国部分区域流通业发展现状

15.3 2014-2017年中国部分行业的流通分析

15.4 中国流通业发展存在的问题及对策

## 第十六章 2014-2017年零售业上市公司经营状况分析

16.1 上海新世界股份有限公司

16.1.1 企业发展概况

16.1.2 经营效益分析

16.1.3 业务经营分析

16.1.4 财务状况分析

- 16.1.5 未来前景展望
- 16.2 北京王府井百货（集团）股份有限公司
  - 16.2.1 企业发展概况
  - 16.2.2 经营效益分析
  - 16.2.3 业务经营分析
  - 16.2.4 财务状况分析
  - 16.2.5 未来前景展望
- 16.3 苏宁云商集团股份有限公司
  - 16.3.1 企业发展概况
  - 16.3.2 经营效益分析
  - 16.3.3 业务经营分析
  - 16.3.4 财务状况分析
  - 16.3.5 未来前景展望
- 16.4 广州友谊集团股份有限公司
  - 16.4.1 企业发展概况
  - 16.4.2 经营效益分析
  - 16.4.3 业务经营分析
  - 16.4.4 财务状况分析
  - 16.4.5 未来前景展望
- 16.5 重庆百货大楼股份有限公司
  - 16.5.1 企业发展概况
  - 16.5.2 经营效益分析
  - 16.5.3 业务经营分析
  - 16.5.4 财务状况分析
  - 16.5.5 未来前景展望
- 16.6 上市公司财务比较分析
  - 16.6.1 盈利能力分析
  - 16.6.2 成长能力分析
  - 16.6.3 营运能力分析
  - 16.6.4 偿债能力分析

## 第十七章 2014-2017年中国零售业的竞争格局分析



- 17.1 中外零售企业竞争力的比较研究
  - 17.1.1 管理技术的比较
  - 17.1.2 人力资本的比较
  - 17.1.3 企业规模的比较
  - 17.1.4 营销战略比较
  - 17.1.5 中外资零售企业所在国政府管理的比较
- 17.2 零售业的竞争结构分析
  - 17.2.1 零售业的高度竞争性
  - 17.2.2 规模化的趋势和不同规模之间的竞争
  - 17.2.3 零售业的进入威胁和进入壁垒
  - 17.2.4 替代威胁及“业态”的多样化
- 17.3 中国零售业的竞争剖析
  - 17.3.1 我国零售企业竞争力现状
  - 17.3.2 中国零售业竞争格局的变化
  - 17.3.3 中国成为最具竞争力零售市场
  - 17.3.4 国内零售业整体仍处于分散竞争状态
  - 17.3.5 中国零售业的低价运作竞争
  - 17.3.6 我国零售业竞争日趋白热化
  - 17.3.7 未来零售业市场竞争的焦点
- 17.4 中国零售业的竞争战略
  - 17.4.1 中国零售企业的竞争战略定位分析
  - 17.4.2 中国零售业竞争战略模式的探析
  - 17.4.3 中国零售业竞争的信息战略
  - 17.4.4 提升内资零售业竞争力的策略
  - 17.4.5 提高中国零售企业国际竞争力的对策建议
- 17.5 提升本土零售业竞争力的对策
  - 17.5.1 本土零售企业的竞争优势分析
  - 17.5.2 本土零售企业竞争力的劣势分析
  - 17.5.3 本土零售业的竞争战略分析
- 17.6 服务利润链下零售企业竞争策略
  - 17.6.1 服务利润链理论概述
  - 17.6.2 服务利润链关系模型的构建

### 17.6.3 服务利润链理论在零售企业的运用

## 第十八章 2014-2017年零售业的品牌与营销分析

### 18.1 零售业的品牌

#### 18.1.1 零售企业品牌体系的建立

#### 18.1.2 零售企业自有品牌的渠道整合功能

#### 18.1.3 大型品牌零售企业及其社会责任

#### 18.1.4 零售企业品牌管理中应处理好的关系

### 18.2 零售业自有品牌发展概况

#### 18.2.1 零售业自有品牌全球化的发展背景

#### 18.2.2 零售业自有品牌中国本土化进程

#### 18.2.3 国内零售业创建自有品牌的优势和条件

#### 18.2.4 零售业自有品牌国内市场竞争激烈

#### 18.2.5 我国零售企业自有品牌的制约瓶颈

#### 18.2.6 零售业自有品牌发展对策

#### 18.2.7 改善我国零售业自有品牌经营状况的建议

### 18.3 零售业的营销

#### 18.3.1 零售企业体验营销战略的实施

#### 18.3.2 以文化特色促零售业营销

#### 18.3.3 零售业直销分析

#### 18.3.4 精准直邮成为零售业营销的有利手段

#### 18.3.5 中国零售业营销的趋势特点

#### 18.3.6 未来零售市场以营销创新决胜负

### 18.4 零售业网络营销分析

#### 18.4.1 网上零售发展现状

#### 18.4.2 零售业网络营销概述

#### 18.4.3 我国零售业网络营销调查分析

#### 18.4.4 我国零售业步入微博营销时代

#### 18.4.5 传统零售业开展网络营销存在的问题

### 18.5 零售业营销策略创新分析

#### 18.5.1 商品采购策略

#### 18.5.2 国际化战略

- 18.5.3 市场细分策略
- 18.5.4 连锁化策略
- 18.5.5 新业态策略

## 第十九章 零售业的投资分析

- 19.1 国际零售业跨国投资分析
  - 19.1.1 零售业国际投资的影响因素
  - 19.1.2 零售业国际投资的特点
  - 19.1.3 零售业外商直接投资的发展趋势
- 19.2 中国零售行业SWOT分析
  - 19.2.1 优势 ( Strength )
  - 19.2.2 劣势 ( Weaknesses )
  - 19.2.3 机会 ( Opportunity )
  - 19.2.4 威胁 ( Threat )
- 19.3 中国零售业投资评估
  - 19.3.1 中国零售业投资环境变化分析
  - 19.3.2 中国商业零售投资评析
  - 19.3.3 零售业信息化发展中存在巨大的投资价值
  - 19.3.4 我国零售业盈利性分析
  - 19.3.5 我国商业零售投资价值大
- 19.4 投资风险分析
  - 19.4.1 国内的政策风险
  - 19.4.2 外资不断涌入的产业风险
  - 19.4.3 投机型模式造成的零售业风险
- 19.5 投资建议
  - 19.5.1 加快抢占市场空白点
  - 19.5.2 充分运用并购重组策略
  - 19.5.3 投资超市项目以规模化取胜
  - 19.5.4 谨慎进入百货业
  - 19.5.5 仔细了解零售店铺审批程序

## 第二十章 零售业的发展前景及趋势分析(ZY GXH)

- 20.1 国际零售业的发展趋势
    - 20.1.1 国际零售业的主要发展方向
    - 20.1.2 国际零售业发展的变化趋势
    - 20.1.3 未来全球零售业将向低碳经营模式迈进
    - 20.1.4 欧洲网络零售市场发展展望
    - 20.1.5 亚洲零售业发展预测
  - 20.2 中国零售业发展前景展望
    - 20.2.1 未来我国零售业发展前景展望
    - 20.2.2 未来我国零售行业将进入整合大潮时期
    - 20.2.3 未来中国零售总额将超过美国
  - 20.3 “十三五”中国零售业发展预测
    - 20.3.1 “十三五”中国零售业发展将迎来巨大契机
    - 20.3.2 “十三五”期间零售业将发挥基础性作用
    - 20.3.3 “十三五”中国零售业要切实转变发展方式
    - 20.3.4 “十三五”我国零售业指导思想及发展目标
    - 20.3.5 “十三五”我国零售业主要任务
    - 20.3.6 “十三五”我国零售业发展的保障措施
  - 20.4 2018-2024年中国零售业发展预测分析
    - 20.4.1 2018-2024年中国城镇居民家庭人均可支配收入预测
    - 20.4.2 2018-2024年中国农村居民家庭人均纯收入预测
    - 20.4.3 2018-2024年中国社会消费品零售总额预测
  - 20.5 中国零售业发展趋向分析
    - 20.5.1 中国零售业发展整体趋势
    - 20.5.2 我国零售业的十大消费趋势
    - 20.5.3 我国零售业主要发展方向(ZY GXH)
- 附录：
- 附录一：《全国商品市场体系建设纲要》
  - 附录二：新《商品条码管理办法》
  - 附录三：新《零售商品称重计量监督管理办法》
  - 附录四：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》(ZY GXH)

图表目录：

图表：人均GNP与业态的关系

图表：2013-2017年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2005-2017年全国粮食产量

图表：2013-2017年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2013-2017年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表：2013-2017年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表：2013-2017年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2013-2017年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：2011-2017年国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2017年三次产业增加值占国内生产总值比重

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0902/201809/19-274083.html>