

2021-2027年中国商品零售 市场研究与投资分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国商品零售市场研究与投资分析报告》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/R0904/202105/21-408048.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

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

商品零售是指将商品或劳务出售给最终消费者的交易活动，是商品流通过程中的最后一道环节。商品只有通过零售，才能真正实现其价值和使用价值。2019年，社会消费品零售总额411649亿元，比上年名义增长8.0%（扣除价格因素实际增长6.0%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，除汽车以外的消费品零售额372260亿元，增长9.0%。2019年12月份，社会消费品零售总额38777亿元，同比增长8.0%。其中，除汽车以外的消费品零售额34349亿元，增长8.9%。

2015-2019年全国社会消费品零售总额情况 2019年“双十一”全网销售额最终锁定在4101亿元，同比增长30.5%。天猫销售额占全网销售额的65.5%，京东、拼多多、苏宁易购占比分别为17.2%、6.1%和4.9%。

2014-2019年“双十一”全网销售额走势 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国商品零售市场研究与投资分析报告》共十八章。首先介绍了中国商品零售行业市场发展环境、商品零售整体运行态势等，接着分析了中国商品零售行业市场运行的现状，然后介绍了商品零售市场竞争格局。随后，报告对商品零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商品零售行业发展趋势与投资预测。您若想对商品零售产业有个系统的了解或者想投资中国商品零售行业，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 中国零售行业发展综述第一节 零售行业总体发展概况一、零售行业定义及范畴二、零售行业的发展特征三、商品零售态演进的历程第二节 零售行业业态结构分析一、商品零售态划分标准二、商品零售态发展规律三、有店铺商品零售态分类四、无店铺商品零售态分类第三节 2015-2019年零售所属行业发展总体规模一、企业数量二、销售额三、从业人员四、经营面积 第二章 中国零售行业发展环境（PEST）第一节 零售行业政策环境分析（P）一、行业主管部门二、行业相关政策（一）商品零售规划（二）收入分配改革进程（三）系列促进消费政策（四）国内贸易发展规划（五）行业其他相关规划第二节 零售行业经济环境分析（E）一、社会消费品零售总额二、国内生产总值（GDP）分析（一）GDP增长分析（二）人均GDP三、城乡居民消费支出分析（一）城镇居民消费支出分析（二）农村居民消费支出分析四、居民消费价格（CPI）分析第三节 零售行业社会环境分析（S）一、居民消费发展情况二、城镇化进程分析（一）城镇化进程分析（二）城镇化对零售行业影响三、中国扩大消费政策取得的成效四、居民消费信心分析第四节 行业模式环境分析（T）一、零售企业商业模式二、零售企业商业模式的类型三、零售企业商业模式构成要素四、零售企业商业模式创新关键要素五、零售企业商业模式创新的路线图 第三章 国际零售行业发展分析及经验借鉴第一节 全球零售所属行业市场总体情况分析

一、全球零售行业的发展特点二、全球零售商零售总收入三、全球零售商趋势市场分析四、全球零售商竞争格局五、全球商品零售发展趋势第二节 全球主要国家（地区）市场分析一、德国（一）德国商品零售市场结构（二）德国商品零售销售额情况（三）德国网络商品零售发展分析二、美国（一）美国零售行业发展概况（二）美国商品零售销售额增长情况（三）2021-2027年美国商品零售发展趋势分析三、日本（一）日本零售行业发展概况（二）日本零售企业发展阶段（三）日本零售行业市场规模四、韩国（一）韩国商品零售销售额情况（二）韩国网络购物发展前景（三）韩国电视购物销售总额五、其他国家地区第三节 国际重点零售企业运营分析 第四章 我国零售所属行业运行现状分析第一节 我国零售所属行业发展状况分析一、商品零售在国民经济中的地位二、我国零售行业发展总体概况三、中国商品零售发展概述四、中国大型零售企业销售特点第二节 2015-2019零售行业发展现状 按细分行业看，1-3Q2019百货行业表现相对低迷，收入同降1.15%，扣非归母净利润同降4.04%，超市和黄金珠宝行业受益于CPI上行业绩相对良好，其中超市行业收入同增10.89%，扣非归母净利润同增24.18%；黄金珠宝行业收入同增11.52%，扣非归母净利润同增42.72%。主要细分行业营收同比增速 主要细分行业扣非归母净利润同比增速 一、我国零售行业市场规模二、百家零售企业零售额分析三、外资零售企业发展情况第三节 2015-2019年商品零售发展特点分析一、行业发展主要特点（一）网络零售继续高速增长，实体零售加速调整（二）零售渠道下沉，经营网络向“三四线城市”扩展（三）部分企业探索转型，终端作用有效发挥（四）外资零售在调整中稳步发展（五）加强技术应用，现代化程度进一步提升二、各业态发展特点（一）专卖店发展势头良好（二）专业店销售下滑（三）超市、大型超市竞争加剧（四）百货店转型加快（五）购物中心发展喜忧参半第四节 2015-2019年中国连锁经营百强企业分析一、中国连锁百强排名分析二、中国连锁百强特点分析三、连锁百强规模增长情况 第五章 我国零售所属行业整体运行指标分析第一节 2015-2019年中国零售所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、人员规模状况分析三、商品购进销售库存四、年末零售营业面积第二节 2015-2019年中国零售所属行业经营效率与效益一、零售行业利润总额二、零售行业经营效率三、零售行业贡献情况四、零售各类业态情况五、零售各类业态效益与效率（四）专业店和专卖店平效远高于其他业态，超市平效偏低（五）便利店、超市劳效低于专卖店和百货店第三节 2015-2019年限额以上零售企业基本情况一、总体情况二、按登记注册类型分三、按行业和业态分第四节 2015-2019年连锁零售企业基本情况一、总体情况二、按登记注册类型分三、按行业和业态分 第六章 中国零售行业细分销售市场分析第一节 百货业发展分析一、百货业发展历程二、百货业发展现状（一）百货业发展规模（二）百货业从业人员（三）百货业商品销售额（四）百货企业经营情况三、百货业经营模式（一）自营模式（二）联营模式（三）自有品牌经营模式四、百货业竞争情况五、百货业集中度情况六、百货业发展趋势第二节

超市业态发展分析一、超市业发展概况二、超市业发展特征三、行业集中度分析四、超市业影响因素（一）有利因素（二）不利因素五、超市业经营模式

第三节 便利店业态发展分析一、便利店业业态特征二、便利店业发展特征三、便利店销售规模统计四、便利店业经营模式五、便利店业竞争格局六、便利店业发展趋势

第四节 专业店业态发展分析一、家电连锁业发展分析二、药店连锁业发展分析（四）医药商品零售未来发展趋势三、黄金珠宝连锁业发展分析

第五节 新兴商品零售态发展分析一、购物中心发展分析（一）购物中心业态的构成（二）中国购物中心发展规模（三）国内购物中心发展趋势二、无店铺销售发展分析（一）网购市场发展规模（二）网购行业竞争格局（三）网购市场发展趋势

第七章 中国主要商品零售细分市场分析

第一节 食品类零售市场分析一、城镇居民食品消费状况二、食品主要品类市场占有率三、食品零售价格指数

第二节 服装类零售市场分析一、服装行业市场概况分析二、服装零售总额及增速三、服装网购市场交易规模四、居民人均服装消费支出五、服装类主要产品品牌格局六、服装网络零售趋势分析

第三节 日用品类零售市场分析一、日用品主要品类市场占有率二、沐浴用品零售规模三、发类用品零售规模四、口腔用品零售规模

第四节 化妆品类零售市场分析一、化妆品零售总额及增速二、化妆品网购市场规模三、化妆品零售产品结构四、化妆品零售市场特点五、化妆品零售渠道分析六、零售主要产品品牌格局（一）美容彩妆品（二）护肤品

第五节 家电类零售市场分析一、家电零售额及增速二、家电零售价格分析三、家电零售市场产销情况四、家电下乡销售情况五、零售主要产品品牌格局（一）彩色电视机（二）家用电冰箱（三）房间空调器（四）家用全自动洗衣机

第六节 药品类零售市场分析一、药品零售规模及增长二、药品销售结构分析三、药品零售市场集中度四、药品零售市场发展趋势

第七节 黄金珠宝类零售市场分析一、黄金珠宝零售总额及增速二、黄金珠宝消费结构分析三、黄金珠宝企业集中度四、黄金珠宝零售企业盈利情况五、零售主要产品品牌格局（一）珠宝首饰（二）投资黄金

第八章 中国零售行业区域市场分析

第一节 东北地区零售行业发展分析一、黑龙江省零售行业发展分析二、吉林省零售行业发在分析三、辽宁省零售行业发展分析

第二节 华北地区零售行业发展分析一、北京市零售行业发展分析二、天津市零售行业发展分析三、河北省零售行业发展分析

第三节 华中地区零售行业发展分析一、河南省零售行业发展分析二、湖北省零售行业发展分析三、湖南省零售行业发展分析

第四节 华东地区零售行业发展分析一、上海市零售行业发展分析二、浙江省零售行业发展分析三、江苏省零售行业发展分析四、山东省零售行业发展分析五、安徽超市行业发展分析六、江西省零售行业发展分析七、福建省零售行业发展分析

第五节 华南地区零售行业发展分析一、广东省零售行业发展分析二、广西零售行业发展分析

第六节 西南地区零售行业发展分析一、四川省零售行业发展分析二、重庆市零售行业发展分析

第七节 西北地区零售行业发展分析一、陕西省零售行业发展分析二、宁夏零售行业发展分析三、甘肃省零售行业发展分析

第九章 2021-2027

年零售行业竞争形势及策略第一节 行业总体市场竞争状况分析一、零售行业竞争结构分析（一）现有企业间竞争（二）潜在进入者分析（三）替代品威胁分析（四）供应商议价能力（五）客户议价能力二、零售行业企业间竞争格局分析（一）对商品零售中外资竞争格局的分析（二）对不同业态竞争格局的分析（三）对不同规模竞争格局的分析三、零售行业集中度分析（一）商企零售额在社零总额的比重（二）商企前十销售额比重第二节 零售行业区域市场竞争态势一、商品零售二三线城市竞争分析（一）二三线市场与一线城市相比较（二）西南地区二三线城市潜力巨大（三）二三线城市成连锁超市争夺要地二、商品零售三四线城市竞争分析（一）一二线城市趋于饱和（二）未来十年保持快速增长第三节 中国与日美零售行业竞争力对比一、中日美商品零售总店数对比分析二、中日美商品零售单店销售额对比三、中日美商品零售商业企业集中度第四节 零售行业并购重组分析一、零售行业并购重组分析二、连锁超市并购分析三、零售企业并购重组计划第五节 同业态零售商业企业竞合策略一、零售企业实力较量主要手段二、商品零售非价格竞争主要策略三、同业态企业的竞争合作策略第十章 零售行业领先企业经营形势分析第一节 华润万家有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业市场扩张分析四、企业旗下品牌分析第二节 国美电器有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业市场扩张分析四、企业合作伙伴分析第三节 苏宁云商集团股份有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业营销平台分析四、企业竞争优势分析第四节 上海百联集团股份有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业旗下品牌分析四、企业竞争优势分析第五节 大商集团有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业主营业务分析四、企业竞争优势分析第六节 家乐福(中国)管理咨询服务有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业自有品牌分析四、企业竞争优势分析第七节 北京物美商业集团股份有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业旗下品牌分析第八节 沃尔玛(中国)投资集团有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业竞争优势分析四、企业最新动态分析第九节 重庆商社(集团)有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业市场扩张分析四、企业旗下品牌分析第十节 合肥百货大楼集团股份有限公司一、企业基本情况介绍二、企业经营情况分析三、企业产业结构分析四、企业发展战略分析第十一章 2021-2027年零售行业前景及趋势预测第一节 2021-2027年零售市场发展前景一、零售商业发展前景展望二、零售细分行业发展前景分析三、中国商品零售发展20大预测第二节 2021-2027年商品零售发展环境分析一、经济发展方式转变对商品零售发展提出新要求二、消费结构加快升级对商品零售提出新的需求三、新型工业化和新一轮技术革命要求商品零售加快现代化步伐四、城镇化加速推进将带动商品零售格局调整第三节 2021-2027年中国商品零售发展趋势预测一、零售企业转型升级，全渠道经营模式日趋明显二、实体店与网络零售融合发展，网络

零售将显现新变化三、更加注重供应链管理，零供关系日趋和谐四、零售企业跨区并购提速，行业组织化程度进一步提高五、业态不断创新，注重品牌建设六、逐步实现集约化、绿色循环发展

第四节 2021-2027年中国零售行业供需预测

一、社会消费品零售额预测二、零售行业商品零售额预测三、连锁零售商品零售额预测

第十二章 2021-2027年零售行业投资价值评估分析

第一节 零售行业投资特性分析

一、零售行业进入壁垒分析二、零售行业与上下游关联三、零售企业盈利模式分析

第二节 2021-2027年零售行业发展的影响因素

一、有利因素二、不利因素

第三节 2021-2027年零售行业投资价值评估分析

一、行业活力系数比较及分析二、批发商品零售投资增速三、百货业进入微利时代四、三四线城市的商业网点布局有望增加

第十三章 2021-2027年零售行业投资机会与风险防范

第一节 2021-2027年零售行业投资机会

一、商品零售投资机会分析二、开拓网络零售市场三、把握行业并购扩张机遇

第二节 2021-2027年零售行业投资风险分析

一、产业政策风险二、市场竞争风险三、宏观经济波动风险及防范四、消费偏好变化的风险五、门店选址风险六、季节性波动风险

第三节 零售企业融资渠道与选择分析

一、零售企业融资方法与渠道简析二、利用股权融资谋划企业发展机遇三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道四、适度债权融资配置自身资本结构五、关注民间资本和外资的投资动向

第十四章 2021-2027年零售行业面临的困境及对策

第一节 中国零售行业存在的问题及对策

一、中国零售行业存在的问题（一）网点布局和业态结构有待优化（二）费用增加过快，经营压力增大（三）企业经营模式转型步伐慢（四）物流等配套服务有待加强

二、中国商品零售发展对策分析（一）走规模化多元化的经营之路（二）借助电子商务创新发展模式（三）加强人才培养提高人员素质

第二节 中国零售企业发展策略分析

一、人才策略分析二、客户服务策略三、管理策略分析四、执行策略分析五、蓝海策略分析六、拦截攻略分析

第三节 零售渠道与终端布局策略

一、终端陷阱分析二、发展契机分析三、突破之路分析

第十五章 零售行业案例分析研究

第一节 零售行业并购重组案例分析

一、零售行业上市公司并购重组方式类别（一）兼并收购（二）股权转让（三）资产重组

二、零售行业并购重组成功案例分析（一）国美永乐合并进程（二）国美并购永乐动机原因（三）并购中介方及其作用（四）新国美八项经营策略

第二节 零售行业经营管理案例分析

一、卜蜂莲花提高盈利能力的经营策略（一）高密度连锁经营策略（二）上下游产业整合策略（三）战略联盟策略（四）加强物流管理策略

二、银泰百货连锁公司联营经营策略（一）招商方式策略（二）运营策略（三）利润实现方式（四）财务管理策略（五）信息管理策略

第三节 零售行业营销案例分析

一、沃尔玛价格促销案例分析（一）坚持天天低价的策略（二）营造强烈的低价氛围（三）精心选择超低价商品（四）精心策划的促销方案（五）忠诚计划吸引消费者

二、锦州新玛特超市产品策略（一）产品组合（二）产品采购（三）产品陈列（四）产品质量管理

第十六章 零售行业投资战略研究

第一节 零售行业发展战略研究

一、战略综合规划二、技术开发战略三、区域战略规划四、营

销品牌战略五、竞争战略规划第二节 中国零售企业品牌战略规划一、零售品牌的重要性二、中国零售企业品牌现状三、零售企业确立品牌目标四、中国零售企业品牌定位五、零售企业品牌创建与成长途径（一）自有品牌成长扩张（二）并购扩张（三）建立战略联盟第三节 连锁零售企业经营策略分析（一）加大连锁经营的力度（二）实施消费者战略（三）服务与营销方式的不断创新（四）推进信息化和物流配送体系的建立（五）区域化、国际化发展战略（六）提高连锁商品零售创新能力（七）提高连锁商品零售核心技术水平第四节 2021-2027年零售行业投资战略研究一、零售行业整体投资战略二、开拓网络市场战略分析 第十七章 零售行业信息化机遇与发展战略分析第一节 商品零售信息化新机遇分析一、进一步推进“农超对接”需加速信息服务平台建设二、政策意见昭示零售信息化前景广阔三、本土超市对IT技术设备需求旺盛四、物联网云计算发展应用引领商品零售信息化创新（一）物联网正在加速RFID在流通商品零售的创新应用（二）云计算在商品零售信息化领域的应用已开始落地第二节 商品零售信息化战略措施分析一、体验式变革战略（一）国美“新活馆”：家电销售新模式（二）体验式营销：3G手机营销的蓝海二、零售企业自有品牌系列化战略三、零售企业IT系统提升战略（一）自动识别移动电子商务助推ECR系统开发应用（二、）打造综合协同管理平台四、“智慧卖场”发展战略 第十八章 研究结论及投资建议第一节 零售行业研究结论及建议第二节 零售子行业研究结论及建议一、中国便利店投资策略分析二、大型购物中心投资建议第三节 零售企业提高顾客忠诚度对策一、树立正确的经营理念二、建立企业文化三、坚持走连锁经营之路四、坚持不合格产品召回制度五、用诚信吸引回头客 六、与供应商建立起战略联盟

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202105/21-408048.html>