

2023-2029年中国零售百货 场行业深度研究与投资战略报告

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

《2023-2029年中国零售百货场行业深度研究与投资战略报告》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/R0902/202303/07-523046.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

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国零售百货场行业深度研究与投资战略报告》共十五章。首先介绍了零售百货场行业市场发展环境、零售百货场整体运行态势等，接着分析了零售百货场行业市场运行的现状，然后介绍了零售百货场市场竞争格局。随后，报告对零售百货场做了重点企业经营状况分析，最后分析了零售百货场行业发展趋势与投资预测。您若想对零售百货场产业有个系统的了解或者想投资零售百货场行业，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：

第一部分 发展现状分析

第一章 中国零售业发展与现状概述

第一节 中国零售业态的概述

一、零售业态的定义

二、中国零售业的基本业态

三、中国零售业业态的发展

四、《零售业态分类》新标准划定

第二节 中国零售业经营模式状况

一、独立商店

二、连锁零售企业

三、无店铺零售

第三节 零售业的产业特点及投资特性分析

一、零售业的产业特点

二、零售业的投资特性分析

第四节 我国零售业将呈现多元化发展格局

一、三年保护期喜忧参半

二、全面开放更促进我国零售业发展

第五节 我国零售业态的发展走势分析

第二章 发达国家零售业现状分析

第一节 美国零售业发展概述

- 一、美国零售业的发展简史
- 二、行业整体发展成熟
- 三、美国零售业的特点
- 四、美国零售业巨头凯玛特与希尔斯合并
- 五、美国大力发展在线零售业

第二节 日本零售业发展概述

- 一、日本零售业发展水平
- 二、日本零售业发展的主要特征
- 三、日本零售业的发展动态与趋势
- 四、日本零售业面临的问题
- 五、日本零售业对我们的启示

第三节 欧洲零售业发展概述

- 一、欧洲零售业发展迅速
- 二、在线零售日渐风行

第四节 世界零售业的发展变化与趋势

- 一、零售业的全球化
- 二、零售业郊区化现象会越来越明显
- 三、零售业态趋向多样
- 四、零售业的电子网络化
- 五、零售企业的规模进一步两极分化
- 六、零售业流通功能的主导化

第二部分 业态细述与区域状况

第三章 中国百货商场业态分析

第一节 百货商场在中国的发展史

第二节 百货商场的经营特点与定位

- 一、我国百货商店的规模分类
- 二、我国百货商场的经营特点
- 三、大型百货商场的定位

第三节 百货业态优劣势与核心竞争力

- 一、优劣势
- 二、核心竞争力
- 三、竞争对手

第四节 百货商场的经营现状

- 一、百货商场经济效益下滑，市场份额下降
- 二、我国大型百货商场特点
- 三、我国主要大型百货企业概况一览

第五节 发展百货零售业的新思考

- 一、实施连锁经营，实行强强联合
- 二、创立商场自有品牌
- 三、创立以人为本的企业文化
- 四、采用信息化管理，加强企业经营控制

第四章 大型超市业态分析

第一节 大型超市在中国的发展史

第二节 大型超市的定位与经营

- 一、我国大型超市的市场定位特征
- 二、超市商品构成与分类特征
- 三、我国大型超市的服务特点
- 四、大型超市的业务内容

第三节 中国连锁超市物流的现状及其模式分析

- 一、连锁超市发展的基本现状
- 二、连锁超市物流运作管理模式

第四节 中国超市发展困扰问题分析

第五章 专业店业态分析

第一节 专业店的定位特征与优势

- 一、商品结构具有专业性、深度性
- 二、服务具有专业性
- 三、具有价格优势

第二节 专业商店的类型

第三节 我国专业店的经营现状

一、我国专业店的发展水平

二、家居零售中心逐渐兴盛

第四节 中国家电专卖店专业店发展较快

第六章 其他业态分析

第一节 便利店

一、便利店的历史与发展

二、便利店的经营特点

三、我国便利店的发展状况

第二节 购物中心（SHOPPING MALL）逐渐兴起

一、摩尔的发展

二、摩尔的定义与分类

三、MALL在中国的发展

第三节 电子零售业发展状况

一、电子商务的发展与分类

二、我国电子商务的发展状况

第四节 我国电子商务发展策略分析

一、我国电子商务发展现状

二、我国电子商务发展中存在的主要问题

三、我国电子商务发展策略

第七章 中国部分城市地区零售业发展状况

第一节 北京市零售业发展与投资环境

一、北京市零售业发展概况

二、北京零售业存在的问题

三、北京零售业面临五大机遇

四、北京商业零售业顾客满意度测评结果

五、北京将严格限制新建大型店铺

第二节 上海市零售业发展与投资环境

一、上海零售业发展水平

二、上海零售业发展的特点

三、上海零售业态的合理变迁和优化预测

四、上海零售业将进入激烈竞争

第三节 广州市零售业发展与投资环境

一、广州零售业发展水平

二、广州零售业的改革

三、广州市主要大型零售企业近三年销售概况

第四节 深圳市零售业发展与投资环境

一、深圳市零售业发展情况

二、深圳零售业发展现状水平

三、深圳零售业发展存在的问题

四、深圳零售业进一步发展的出路

第五节 重庆市零售业发展与投资环境

一、重庆市零售业发展概况

二、社会消费品零售总额快速增长

三、西部开发与重庆零售业

四、重庆零售市场动向

第六节 西部地区零售业发展与投资环境

一、我国西部地区的经济环境

二、西部地区零售业现状分析

三、西部地区零售业竞争格局分析

四、西部零售业发展战略

第三部分 消费市场分析

第八章 中国零售业宏观市场分析

第一节 宏观经济环境对中国零售业的影响

一、2022年宏观经济运行的主要特点

二、社会消费品市场零售总额

三、商品零售价格指数

第二节 中国居民生活模式及消费结构描述

一 城市化导致的人口结构变化

二、城乡家庭可支配收入历年变化

三、近年来居民消费观念与消费结构变化

四 城乡居民家庭恩格尔系数进一步下降

第三节 我国零售业增长预测

第四部分 竞争格局分析

第九章 中外零售业竞争局势

第一节 零售业在世界及亚洲的竞争

一、零售业在世界范围内的竞争

二、亚洲零售业争夺赛势

第二节 零售业在中国的圈地大战

一、外资扩张愈演愈烈

二、内资零售寸土必争

三、国内零售业的兼并重组

四、零售业对人才的竞争

第三节 中外零售业在中国的各自优势

一、我国零售业的几大优势

二、外资零售业进入中国的战略及其优势

第十章 零售业市场竞争格局分析

第一节 零售市场的资本构成

一、零售市场的资本来源

二、零售市场不同资本的比较

第二节 我国零售业竞争战略

一、竞争格局与竞争战略

二、“规模扩张”与“做大做强”

第三节 我国零售业国际化竞争形势分析

一、外资零售企业进入全面快速扩张期

二、我国零售业站在国际化竞争新起点

三、中西部地区将转化为中外竞争的主战场

四、本土连锁企业具有一定成本优势

第四节 零售业进入供应链竞争时代

第五节 我国零售企业竞争策略探讨

一、价格竞争策略

二、非价格竞争策略

三、零售业进入低价竞争时代

第五节 中外零售企业竞争核心能力对比分析

一、快速扩张能力

二、营销技术能力

三、成本控制能力

四、财务运作能力

五、人才聚集能力

六、品牌价值能力

第十一章 中国优势企业分析

第一节 上海第一百货

第二节 北京西单商场

第三节 广州友谊企业

第四节 重庆百货股份

第五节 上海联华超市

第六节 上海农工商

第七节 山东三联商社

第八节 江苏苏果公司

第九节 华润万佳

第十节 北京国美电器

第十二章 国外大型零售企业经营战略分析

第一节 沃尔玛 (Wal-Mart)

第二节 家乐福(Carrefour)

第三节 家居仓储 (Home Depot)

第四节 克罗格 (Kroger)

第五节 麦德龙(Metro)

第六节 西尔斯·罗巴克(Sears Roebuck)

第七节 凯玛特 (Kmart)

第八节 伊藤洋华堂 (Ito-Yokado)

第九节 大荣 (Daiei)

第十节 7-11(Seven-Eleven)

第五部分 发展趋势与对策分析

第十三章 中国零售业发展趋势

第一节 我国零售业发展的整体趋势

- 一、总体规模将不断扩大
- 二、发展更趋“规范化”
- 三、连锁商店将发展到各种零售业态
- 四、业态将更趋多样化
- 五、竞争日益国际化

第二节 零售业的业态构成发展趋势

- 一、超市替代百货成为零售业第一主力
- 二、多业态经营
- 三、购物中心（SHOPPING MALL）逐渐兴起
- 四、折扣店成为具有良好前景的新态

第三节 零售业经营形式发展趋势

- 一、连锁经营
- 二、跨地区经营

第四节 中国未来商圈的发展趋势

- 一、商圈定义
- 二、发展新的大型商圈
- 三、城镇型乡村商圈将高速成长

第五节 连锁业将逐渐成为零售业主导

第六节 世界百货零售业的发展趋势

第十四章 我国零售企业发展的战略

第一节 我国超市发展战略

- 一、强大实力超市企业的战略--大规模连锁
- 二、中等实力超市企业发展战略--区域集中战略
- 三、弱小实力超市企业战略--防御进取
- 四、从模糊定位转向特色定位
- 五、深化会员制

六、经营管理现代信息技术化

七、与供应商建立良好的合作关系

第二节 百货商场发展战略

一、调整百货店的经营结构

二、增强核心竞争力

三、发展多元投资主体

四、经营的超市化

第三节 便利店发展战略

一、便利店的店铺设立策略

二、发展连锁经营，争取规模效益

三、开设新型便利店，突出商品的个性化

四 增加服务项目，改变服务方式

五、建立高效实用的信息系统

第四节 专业店发展战略

一、选择自己战略上的独特定位

二、树立品牌优势

三、正确处理几种关系

第五节 零售企业跨国经营战略

一、零售百货企业实行跨国经营的必要性

二、零售百货企业跨国经营的可能性

三、零售企业跨国经营的策略

第六节 提升我国零售企业竞争力战略

一、提升我国零售企业竞争力的必要性与紧迫性

二、我国大型连锁零售企业集团产生的有利条件

三、我国零售企业提升竞争力的主要途径

第七节 现代大型零售企业扩张模式战略分析

一、扩张理念的升华与扩张模式的分类

二、资产性新建扩张模式的市场分析与决策参考

三、资本型兼并扩张模式的市场分析与决策参考

第八节 连锁零售业开拓网络市场策略

第十五章 中国零售业存在的问题（）

第一节 关于“店大欺商”的问题

一、大卖场向供应商收取进场费

二、繁多的通路费

三、零售终端费用现象探讨

四、零售企业与供应商之间“索取”与“付出”的关系

第二节 西尔斯与沃尔玛的EDLP

一、西尔斯与沃尔玛的同途殊归

二、EDLP的优点与局限性

三、适当利用EDLP

附录：

附录一 北京市商业零售企业促销行为规范（试行）

附录二 北京市商业零售企业进货交易行为规范（试行）

附录三 “十五”商品流通业结构调整规划纲要

附录四 全国连锁经营“十五”发展规划

附录五 2022年中国零售业统计数据

部分图表目录：

图表：我国零售业态表

图表：我国零售业业态的发展

图表：四家商业上市公司基本财务指标比较表

图表：2022年美国商业零售业相关指标

图表：2022年美国零售商市场占有率

图表：2022年美国零售商市场占有率

图表：2022年日本零售业各业态企业经营状况

图表：日本各业态比例图

图表：日本各零售业态市场占有率图

图表：日本零售行业的劳动生产率

图表：2022年欧洲零售业对比概况

图表：中国百货业规模分类

图表：百货商店提供的多种零售服务

图表：百货业态竞争与核心能力表

图表：2022年我国上市百货公司平均效益指标

图表：2022年零售百强中的百货企业前二十名

图表：2022年入围零售百强企业的专业店

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0902/202303/07-523046.html>