2020-2026年中国零售市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国零售市场运行态势及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201606/422832.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2020-2026年中国零售市场运行态势及投资战略研究报告》共十六章。首先介绍了零售产业相关概念及发展环境，接着分析了中国零售行业规模及消费需求，然后对中国零售行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国零售行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国零售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 零售行业发展综述
第一节 零售业概述
一、零售业的定义
二、零售贸易特征
三、零售业态演进
第二节 零售业准入条件
一、注册登记条件
二、资金条件
三、技术、设备条件
第三节 零售业业态概述
一、零售业态划分标准
二、零售业态发展规律
三、有店铺零售业态分类
四、无店铺零售业态分类

第二章 全球零售业发展分析
第一节 德国零售业
一、德国零售业主要形式
二、德国零售市场结构分析
三、德国零售市场发展特点
四、德国零售业销售额分析

五、德国网络零售业发展分析
第二节 美国零售业
一、美国商业零售业主要特点
二、美国零售业销售额分析
三、美国网络零售业发展现状
四、美国的假期消费情况分析
五、美国零售业最新发展趋势
六、美国零售业发展对中国的启示
第三节 日本零售业
一、日本零售业业态概述
二、日本零售业态发展分析
三、日本零售业发展的经验
四、日本零售业销售额分析
五、日本家电销售情况分析
第四节 其他国家零售业
一、意大利零售业发展动态
二、新西兰零售业发展现状
三、法国零售市场发展现状
四、俄罗斯零售业发展动态
五、英国零售业发展情况分析
六、韩国零售业发展情况分析
七、智利零售业发展情况分析
第五节 发达国家零售商业发展趋势
一、零售业态多样化
二、流通功能主导化
三、经营国际化、连锁化
四、城市商业网点布局转移
五、组织结构集中化、规模化
六、商业经营管理高技术化、现代化

第三章 2019年中国零售行业发展环境
第一节 零售行业政策环境分析
一、行业管理体制
二、行业相关政策
（一）主要行业法规政策

（二）系列促进消费政策
（三）收入分配改革进程
（四）以旧换新政策分析
（五）国内贸易政策分析
（六）最新消费政策分析
第二节 中国居民消费情况分析
一、居民消费能力分析
（一）人均GDP增长分析
（二）城乡居民收入分析
（三）城乡居民储蓄情况
二、城乡居民消费情况分析
（一）城乡居民消费支出情况
（二）农村居民消费特点分析
三、居民消费信心指数分析
四、居民消费价格指数分析
第三节 零售行业社会环境分析
一、中国人口情况分析
二、中国城镇化进程分析
（一）城镇化进程及社会特征
（二）城镇化推进对零售业影响
（三）城市化加快拓宽农村市场
三、中国扩大消费政策取得的成效
四、新农村建设孕育巨大消费潜力

第四章 2019年中国零售业发展现状分析
第一节 零售业整体情况概述
一、零售业在国民经济中的地位
二、中国零售行业发展情况概述
三、中国零售业态发展现状分析
四、中国大型零售企业销售特点
第二节 消费市场运行情况分析
一、2019年中国消费市场稳定增长
二、2019年社会消费零售总额分析
三、2019年消费零售总额主要数据
四、2019年商品零售价格分类指数

第三节 中国零售行业发展现状
一、中国零售业发展规模分析
二、2019年百家零售企业零售额分析
三、2019年外资零售企业发展情况
四、2019年中国零售业发展情况分析
（一）元旦黄金周区域市场零售业情况
（二）春节黄金周消费品市场规模分析
（三）春节黄金周区域市场零售业情况
（四）2019年中国零售业发展深度分析
第四节 零售业信息化发展分析
一、中国零售业信息化的发展概况
二、零售创新需要进行信息化建设
三、零售业靠信息化打造时代竞争力
四、零售信息化必须进行深度挖掘
五、零售企业的信息化的商业模式
六、中国零售业的信息化发展趋势
七、零售业信息化将开始重大转型
第五节 零售业消费者行为分析
一、中国零售消费者行为特点分析
二、网络零售消费者行为特点分析
三、基于消费者行为零售营销创新
四、零售商业卖场设计与消费心理

第五章 2019年中国零售业发展态势分析
第一节 中国零售行业发展态势
一、2019年中国零售业发展概述
二、2019年零售业融资事件回顾
三、2019年零售业开闭店情况分析
四、2019年主要零售商市场份额
五、零售行业子业态所处竞争格局
第二节 中国零售企业发展态势
一、2019年零售行业并购重组分析
三、2019年零售企业上市情况分析
四、2019年外资零售企业遭遇挫折
五、2019年本土零售企业市场动态

第三节 三四线市场零售业分析
一、三四线市场消费需求分析
二、三四线区域零售市场现状
三、三四线市场商业成本分析
四、三四线市场零售经营策略
第四节 民营零售企业成长瓶颈
一、民营企业的转型之痛
二、民营企业的转型思路
三、民营企业的应对策略
第五节 农村零售行业发展现状
一、中国农村零售业发展的特点
二、中国发展农村零售业的必要性
三、中国农村零售业现存业态模式
四、中国农村零售业业态创新措施
五、中国农村零售业连锁经营优势

第六章 中国连锁零售市场运行情况分析
第一节 中国连锁零售业发展现状
一、2017年中国限额以上连锁零售业
二、2018年中国限额以上连锁零售业
三、2019年中国限额以上连锁零售业
七、中国连锁零售业的挑战与应对措施
八、未来中国连锁零售业发展趋势探析
第二节 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
第三节 中国大型连锁零售企业成长路径
一、中国大型连锁零售企业成长的特征
二、中国大型连锁零售企业成长的条件
三、中国大型连锁零售企业成长制约因素
四、中国大型连锁零售企业成长的路径

第七章 2019年零售业细分市场运行情况
第一节 百货业态发展分析

一、百货业发展概述
二、百货业发展历程
三、百货业经营模式
（一）联营模式分析
（二）自营模式分析
（三）自营模式探索
四、百货业发展现状
（一）百货门店规模统计
（二）百货从业人数统计
（三）百货营业面积分析
（四）百货销售规模统计
（五）百货经营情况分析
五、百货业竞争分析
（一）百货业竞争格局分析
（二）百货行业集中度分析
（三）外资百货市场占有率
六、百货业差异化发展
七、百货业盈利能力分析
八、百货业布局二三线城市
九、百货业存在问题
（一）百货业发展弊端
（二）百货业面临的挑战
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
（一）技术特征
（二）区域性特征
（三）季节性特征
三、超市业经营模式
（一）按组织形式划分
（二）按盈利来源划分
四、超市业发展现状
（一）超市门店规模统计
（二）超市从业人数统计
（三）超市销售规模统计

（四）超市营业面积分析
（五）超市经营情况分析
五、超市业影响因素
（一）有利因素
（二）不利因素
六、超市业竞争分析
（一）超市业竞争格局
（二）超市行业集中度
（三）外资超市扩张放缓
（四）中外超市竞争情况
（五）连锁超市区域竞争
（六）连锁超市并购分析
七、超市业营销策略
八、超市业发展趋势
第三节 便利店业态发展分析
一、便利店业业态特征
二、便利店业发展历程
三、便利店业发展格局
四、便利店业发展特点
五、便利店业经营模式
六、便利店业发展现状
（一）便利店门店规模统计
（二）便利店从业人数统计
（三）便利店营业面积统计
（四）便利店销售规模统计
（五）便利店市场发展特征
七、便利店业竞争分析
（一）便利店业市场格局
（二）便利店业竞争激烈
（三）便利店业竞争策略
八、便利店发展SWOT分析
九、便利店发展趋势分析
十、便利店产品策略分析
第四节 购物中心业态发展分析
一、世界购物中心分类情况分析

二、中国购物中心类型形态界定
三、中国购物中心发展阶段分析
四、中国购物中心发展规模分析
五、中国购物中心发展指数分析
（一）上海购物中心发展指数
（二）北京购物中心发展指数
（三）深圳购物中心发展指数
（四）广州购物中心发展指数
六、中国购物中心开发投资情况
七、中国购物中心主力店分布特点
八、中国购物中心发展策略分析
九、购物中心未来发展前景分析
第五节 网络零售发展情况分析
一、中国网络购物用户规模
二、2013年网络购物市场现状
三、2019年网络购物市场现状
四、中国网络零售规模分析
（一）网购市场规模分析
（二）网购行业格局分析
（三）网购品类分布情况
（四）网购市场竞争现状
五、连锁百强网络零售业
六、零售商网络业务难题
七、网络零售发展态势分析
七、中国B2C购物网站排名
九、零售电商倒闭情况分析
十、2019年网络零售发展动态

第八章 中国主要专业零售市场分析
第一节 服装类零售市场分析
一、服装行业市场概况分析
二、2019年服装行业运行情况分析
（一）内销情况分析
（二）出口情况分析
（三）生产情况分析

（四）投资情况分析
（五）效益情况分析
三、服装零售总额增长情况
四、服装网购市场规模分析
五、服装行业2019年展望
六、服装网络零售趋势分析
七、外资服装零售扩张情况
（一）H&M在华扩张情况
（二）C&A在华扩张情况
（三）GAP在华扩张情况
（四）优衣库在华扩张情况
（五）ZARA在华扩张情况
（六）无印良品华扩张情况
第二节 家电零售市场发展分析
一、全球家电零售业情况
二、中国家电零售市场分析
（一）家电零售额及增速情况
（二）家电零售价格情况分析
（三）家电零售市场产销情况
（四）2019年家电下乡销售情况
三、家电连锁业发展分析
（一）家电连锁业发展规模
（二）家电连锁业销售情况
（三）家电连锁业存在问题
（四）家电连锁区域市场分析
四、家电零售业竞争情况
（一）家电零售业扩张分析
（二）外资家电业竞争情况
（三）家电零售业区域竞争
五、2019年家电年度事件盘点
第三节 日化消费品零售市场
一、中国日化市场调查分析
（一）本土日化品牌认知
（二）日化品牌信息渠道
（三）日化产品购买渠道

（四）产品购买考虑因素
二、日化零售市场规模分析
（一）广义日化行业市场规模
（二）护肤品市场增长情况
（三）彩妆市场增长情况
（四）香品市场增长情况
（五）沐浴用品市场情况
（六）发类用品市场情况
（七）口腔用品市场情况
三、化妆品消费意愿分析
四、化妆品零售渠道分析
五、化妆品网络零售分析
六、化妆品专营业现状分析
（一）化妆品专营业发展历程
（二）化妆品专营业发展现状
（三）化妆品专营业存在的问题
（四）化妆品专营业趋势与出路
第四节 药品类零售市场分析
一、医药流通行业市场现状
二、药品零售市场发展趋势
三、药店连锁业发展分析
（一）连锁药店发展规模分析
（二）连锁药店经营模式分析
（三）连锁药店百强销售规模
（四）连锁药店百强区域分布
（五）连锁药店单店销售排名
（六）连锁药店企业经营产品
第五节 黄金珠宝类零售市场
一、黄金珠宝零售业发展概况
二、黄金珠宝零售总额及增速
三、细分珠宝产品零售市场价值
（一）黄金产品
（二）铂金/K金产品
四、黄金珠宝区域市场销售规模
（一）一、二线城市

（二）三线城市及其他
五、黄金珠宝零售市场份额分析
（一）按零售价格划分市场份额
（二）按销售渠道划分市场份额
（三）按运营模式划分市场份额
六、黄金珠宝零售市场竞争情况
（一）黄金珠宝市场竞争格局
（二）黄金珠宝零售市场份额
七、黄金珠宝零售业发展前景

第九章 中国主要省份零售行业市场分析
第一节 辽宁省零售业分析
一、辽宁省零售业发展环境
二、辽宁社会消费品零售额
三、辽宁省零售业发展现状
四、辽宁连锁零售发展现状
五、辽宁省零售业发展动态
第二节 山东省零售业分析
一、山东省零售业发展环境
二、山东社会消费品零售额
三、山东省零售业发展现状
四、山东连锁零售发展现状
五、山东省零售业发展动态
第三节 安徽省零售业分析
一、安徽省零售业发展环境
二、安徽社会消费品零售额
三、安徽省零售业发展现状
四、安徽连锁零售发展现状
五、安徽省零售业发展动态
第四节 江苏省零售业分析
一、江苏省零售业发展环境
二、江苏社会消费品零售额
三、江苏省零售业发展现状
四、江苏连锁零售发展现状
五、江苏省零售业发展动态

第五节 浙江省零售业分析
一、浙江省零售业发展环境
二、浙江社会消费品零售额
三、浙江省零售业发展现状
四、浙江连锁零售发展现状
五、浙江省零售业发展动态
第六节 湖北省零售业分析
一、湖北省零售业发展环境
二、湖北社会消费品零售额
三、湖北省零售业发展现状
四、湖北连锁零售发展现状
五、湖北省零售业发展动态
第七节 湖南省零售业分析
一、湖南省零售业发展环境
二、湖南社会消费品零售额
三、湖南省零售业发展现状
四、湖南连锁零售发展现状
五、湖南省零售业发展动态
第八节 四川省零售业分析
一、四川省零售业发展环境
二、四川社会消费品零售额
三、四川省零售业发展现状
四、四川连锁零售发展现状
五、四川省零售业发展动态
第九节 福建省零售业分析
一、福建省零售业发展环境
二、福建社会消费品零售额
三、福建省零售业发展现状
四、福建连锁零售发展现状
五、福建省零售业发展动态
第十节 广东省零售业分析
一、广东省零售业发展环境
二、广东社会消费品零售额
三、广东省零售业发展现状
四、广东连锁零售发展现状

五、广东连锁经营情况分析
（一）广东连锁经营总体状况
（二）广东连锁五十强发展特点
（三）广东连锁五十强排名情况
（四）广东连锁经营主要业态分析
六、广东省零售业发展动态

第十章 中国重点城市零售行业市场分析
第一节 北京市零售业分析
一、北京市零售业发展环境
二、北京社会消费品零售额
三、北京零售行业发展现状
四、北京连锁零售规模分析
五、北京消费市场规模分析
六、北京细分零售业态分析
第二节 天津市零售业分析
一、天津市零售业发展环境
二、天津社会消费品零售额
三、天津市零售业发展现状
四、天津连锁零售规模分析
五、天津细分零售业态分析
（一）天津市百货业发展现状
（二）天津市百货业销售规模
（三）天津连锁超市发展现状
第三节 上海市零售业分析
一、上海市零售业发展环境
二、上海社会消费品零售额
三、上海零售行业发展现状
四、上海连锁零售规模分析
五、上海零售市场发展动态
六、上海细分零售业态分析
（一）上海连锁超市发展现状
（二）上海百货行业销售规模
（三）上海百货企业排名情况
（四）上海便利店业发展现状

第四节 重庆市零售业分析
一、重庆市零售业发展环境
二、重庆社会消费品零售额
三、重庆市零售业发展现状
四、重庆连锁零售规模分析
五、重庆市零售业发展动态
第五节 广州市零售业分析
一、广州市零售业发展环境
二、广州社会消费品零售额
三、广州市零售业发展现状
四、广州市零售业发展特点
五、广州市零售业发展展望
六、广州购物中心发展分析
第六节 深圳市零售业分析
一、深圳市零售业发展环境
二、深圳社会消费品零售额
三、深圳市零售业发展现状
四、深圳连锁零售规模分析
五、深圳商业发展历程分析
六、深圳零售业满意度调查
七、深圳百货零售发展分析
第七节 杭州市零售业分析
一、杭州市零售业发展环境
二、杭州社会消费品零售额
三、杭州市零售业发展现状
四、杭州零售销售规模分析
五、杭州市零售业发展动态
六、杭州细分零售业态分析
（一）杭州购物中心发展情况
（二）杭州便利店业发展现状

第十一章外资零售重点企业分析
第一节 沃尔玛公司
一、企业概况
二、企业经营情况

三、企业核心竞争力分析
四、企业兼并情况分析
五、企业经营策略分析
六、企业在华扩张情况
第二节 家乐福集团
一、企业概况
二、企业经营状况
三、企业核心竞争力分析
四、企业兼并情况分析
五、企业经营策略分析
六、企业在华扩张情况
第三节 麦德龙集团
一、企业概况
二、企业经营情况
三、企业核心竞争力分析
四、企业经营策略分析
五、企业在华扩张情况
六、企业发展动态
第四节 高鑫零售
一、企业概况
二、企业经营状况
三、企业核心竞争力分析
四、企业兼并重组分析
五、企业经营策略分析
六、企业在华扩张情况
第五节 卜蜂莲花
一、企业概况
二、企业经营情况
三、企业核心竞争力分析
四、企业兼并情况分析
五、企业经营策略分析
六、企业在华扩张情况
第六节 华糖洋华堂
一、企业概况
二、企业经营情况

三、企业核心竞争力分析
四、企业经营策略分析
五、企业在华扩张情况
六、企业发展动态
第七节 乐天玛特
一、企业概况
二、企业经营情况
三、企业核心竞争力分析
四、企业兼并情况分析
五、企业经营策略分析
六、企业在华扩张情况
第八节 特易购
一、企业概况
二、企业经营情况
三、企业核心竞争力分析
四、企业兼并情况分析
五、企业经营策略分析
六、企业在华扩张情况
第九节 百盛商业集团
一、企业概况
二、企业经营情况
三、企业核心竞争力分析
四、企业兼并重组分析
五、企业经营策略分析
六、企业在华扩张情况
第十节 永旺（中国）商业有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业经营状况分析
三、企业核心竞争力分析
四、企业兼并重组分析
五、企业经营策略分析
六、企业在华扩张情况

第十二章 中国重点零售企业分析
第一节 重点专业店零售企业分析

一、苏宁云商集团股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
二、国美电器有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
第二节 重点百货类零售企业分析
一、大商集团股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
二、茂业国际控股有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
三、新世界百货中国有限公司
（一）企业基本概况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析

（六）企业运营能力分析
四、重庆百货大楼股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
五、银泰百货集团
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
六、北京王府井百货（集团）股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
七、合肥百货大楼集团股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
八、广百股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析

（六）企业运营能力分析
九、武汉武商集团股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
十、天虹商场股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
第三节 重点连锁超市零售企业分析
一、华润万家有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业发展规模
（三）企业经营情况分析
（四）企业发展规划分析
（五）企业最新发展动态
二、苏果超市有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业门店情况分析
（四）企业发展规划分析
三、上海联华超市股份有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
四、北京京客隆商业集团股份有限公司

（一）企业概况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
五、北京物美商业集团股份有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
六、福建新华都购物广场股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
七、北京华联综合超市股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
八、武汉中百集团股份有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
九、永辉超市股份有限公司

（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析
十、人人乐连锁商业集团股份有限公司
（一）企业基本情况
（二）企业经营情况分析
（三）企业经济指标分析
（四）企业盈利能力分析
（五）企业偿债能力分析
（六）企业运营能力分析

第十三章 2020-2026年中国零售业发展战略探讨
第一节 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
第二节 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
第三节 零售业提高品牌忠诚度策略
一、打造核心能力
二、提供优质服务
三、培养忠诚员工
第四节 网络时代的零售企业危机公关
一、企业危机公关难点分析
二、企业危机管理成本策略
三、危机公关的非理性冲突
四、降低企业风险策略分析

第五节 零售商圈区位选择及问题规避
一、商圈理论和商业区位分析
二、典型商业圈区位选择研究
三、商圈扩张中区位问题规避
第六节 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、零售业非价格竞争主要策略
三、同业态企业的竞争合作策略
第七节 零售终端供应商联盟战略分析
一、零售终端与供应商关系分析
二、创造合作文化氛围策略分析
三、建立相适应的组织结构策略
四、在竞争合作中增强学习能力
第八节 零售企业提高顾客忠诚度对策
一、零售企业面对国外企业的挑战
二、零售企业在竞争中的弱势分析
三、零售企业提高顾客忠诚度策略

第十四章 2020-2026年中国零售业发展趋势及前景预测
第一节 2020-2026年国际零售业发展趋势
一、全球消费发展趋势分析
二、全球奢侈品零售趋势分析
三、全球零售业发展趋势分析
四、全球网络零售业发展趋势
第二节 2020-2026年零售业业态的发展趋势
一、商业网点
二、购物中心
三、主力店
四、餐饮业
第三节 2020-2026年中国零售业发展趋势分析
一、中国商业发展热点预测
二、中国零售行业发展趋势
三、百货行业发展趋势分析
四、零售业发展方向与特征
六、社会消费品零售额预测

七、零售行业商品零售额预测
八、连锁零售商品零售额预测

第十五章 2020-2026年零售业投资策略探讨
第一节 2020-2026年零售业投资前景分析
一、中国商务十二五发展目标
二、国内贸易十二五规划情况
三、电子商务十二五规划分析
四、批发零售业投资形势分析
五、中国零售业投资机会分析
六、细分零售业态投资前景分析
第二节 2020-2026年零售业投资风险分析
一、宏观经济风险
二、产业政策风险
三、市场竞争分析
四、经营风险分析
第三节 2020-2026年零售业投资策略分析
一、零售行业整体投资策略
二、商业零售行业经营策略
三、开拓网络市场策略分析
四、把握行业并购扩张机遇

第十六章 中国零售企业投融资及IPO上市策略指导
第一节 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
第二节 零售企业境内IPO上市目的及条件
一、零售企业境内上市主要目的
二、零售企业上市需满足的条件
（一）企业境内主板 主要条件
（二）企业境内中小板IPO主要条件
（三）企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题
第三节 零售企业IPO上市的相关准备
一、企业该不该上市
二、企业应何时上市
三、企业应何地上市
四、企业上市前准备
（一）企业上市前综合评估
（二）企业的内部规范重组
（三）选择并配合中介机构
（四）应如何选择中介机构
第四节 零售企业IPO上市的规划实施
一、上市费用规划和团队组建
二、尽职调查及问题解决方案
三、改制重组需关注重点问题
四、企业上市辅导及注意事项
五、上市申报材料制作及要求
六、网上路演推介及询价发行
第五节 零售企业IPO上市审核工作流程
一、企业IPO上市基本审核流程
二、企业IPO上市具体审核环节
三、与发行审核流程相关的事项

部分图表目录：

图表 我国零售业态的演进历程
图表 中国无店铺零售业态分类及基本特点
图表 德国网购零售营业额和所占零售额比例
图表 根据以旧换新计划购买家电的最高补贴金额
图表 2019年国内生产总值构成及增长速度统计
图表 中国城乡居民人民币储蓄存款增长趋势图
图表 城镇人均现金消费支出额变化趋势图
图表 农村人均现金消费支出额变化趋势图
图表 2019年中国居民消费者信心指数月度变化情况
图表 2019年中国人口数量及其构成情况统计
图表 2019年末中国各年龄段人口比重
图表 2019年社会消费品零售总额分月同比增长率变化趋势图

图表 2019年社会消费品零售总额主要数据
图表 2019年中国商品零售价格分类指数统计
图表 中国零售业主要经济指标统计
图表 2015-2019年中国百家零售企业零售额月度增长率变化趋势图
图表 部分地区春节黄金周销售及增速汇总
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201606/422832.html