

2017-2022年中国零售市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022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/201609/452673.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

2015年，线上零售，即网络购物交易额持续快速增长，成为重要零售渠道。相比去年同期，网购交易规模增长36.2%，渗透率达12.9%。虽然渗透率持续增加，但社会零售的大部分仍为线下销售。阿里、京东等电商企业纷纷开展全渠道发展，开拓新的增长点。未来，线上与线下结合将成为用户购物的重要方式。

2011-2018年中国网络购物市场交易规模

智研咨询发布的《2017-2022年中国零售市场运行态势及投资战略研究报告》共十二章。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 2013-2016年零售业产业环境分析

1.1 国际背景分析

1.1.1 全球零售业规模分析

1.1.2 全球零售业损耗分析

1.1.3 非洲零售业分析

1.1.4 国际零售业发展方向

1.2 宏观经济分析

1.2.1 国内生产总值

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

1.2.2 固定资产投资

1.2.3 规模以上工业增加值

1.2.4 进出口总额

1.3 消费市场分析

1.3.1 人口与就业

1.3.2 城乡居民收入

1.3.3 居民消费价格

1.3.4 人均消费支出

1.3.5 社会消费品零售总额

1.4 关联产业分析

1.4.1 零售业与银行

1.4.2 零售业与商业地产

1.4.3 零售业与物流业

1.4.4 零售业与逆向物流

第二章 2013-2016年中国零售业发展分析

2.1 中国零售业市场分析

2.1.1 中国零售业国际地位分析

2.1.2 零售业在国民经济中的地位分析

2.1.3 零售业销售规模分析

2.1.4 零售业市场特征分析

2.1.5 门店拓展及关店分析

2.2 中国农村零售业发展分析

2.2.1 零售环境分析

2.2.2 农村零售业规模分析

2.2.3 零售业现有模式分析

2.2.4 零售业态竞争分析

2.2.5 发展农村零售业必要性分析

2.3 我国零售业发展与国外的差距

2.3.1 经营规模的差距

2.3.2 业态选择的差距

2.3.3 信息化水平的差距

2.3.4 经营效率的差距

2.4 中国零售业存在的问题

2.4.1 过度竞争

2.4.2 业态结构不合理

2.4.3 区域结构失衡

2.4.4 技术含量偏低

2.4.5 人才紧缺

2.5 中国零售业的发展战略

2.5.1 扩大企业规模

2.5.2 丰富零售业态

2.5.3 提升管理水平

2.5.4 完善零售供应链

2.5.5 加强人才培养

2.6 我国零售行业转型升级策略

2.6.1 提高规模化程度

2.6.2 积极拥抱电商

2.6.3 转型购物中心

2.6.4 扩大品牌自营

2.6.5 门店多元化

2.6.6 市场再细分

第三章 2013-2016年主要零售业态发展分析

3.1 超市业

3.1.1 市场规模分析

3.1.2 业绩表现分析

3.1.3 提高竞争力策略分析

3.1.4 发展趋势分析

3.2 便利店

3.2.1 部分国家及地区便利店市场简介

3.2.2 市场规模分析

3.2.3 重点城市发展分析

3.2.4 swot分析

3.2.5 发展趋势分析

3.3 购物中心、百货店

3.3.1 购物中心与传统百货的差异性分析

3.3.2 经营情况分析

3.3.3 百货店业绩分析

3.3.4 购物中心规模分析

3.3.5 未来发展方向分析

3.4 其他业态

3.4.1 大卖场

3.4.2 专业店

3.4.3 专卖店

第四章 2013-2016年主要商品零售市场分析

4.1 服装

4.1.1 服装行业产量分析

4.1.2 服装行业消费分析

4.1.3 服装行业出口分析

4.1.4 服装网购市场分析

4.1.5 服装行业效益分析

4.1.6 服装零售业发展趋势

4.2 家电

4.2.1 大家电产销分析

4.2.2 小家电市场前景分析

4.2.3 家电网购市场特征分析

4.2.4 家电市场发展潜力分析

4.2.5 “十三五”规划发展目标

4.3 汽车

4.3.1 汽车市场产量分析

4.3.2 汽车市场销售分析

2009-2015 年，中国汽车产销量快速增长，2015 年汽车销量接近2500万辆。与之相对应，中国汽车保有量持续增长，从2007 年的0.57 亿辆达到2015 年的1.72 亿辆，翻了不到两番，年复合增长率约14.8%。照此速度发展，预计2020 年中国汽车保有量将突破2 亿辆。

2009-2015年中国汽车总销量

4.3.3 市场竞争格局分析

4.3.4 汽车零售业态新格局

4.4 食品

4.4.1 行业产销分析

4.4.2 居民消费分析

4.4.3 消费特点分析

4.4.4 电商市场分析

4.4.5 消费趋势分析

4.5 化妆品

4.5.1 市场规模分析

2015年国内化妆品市场规模为3339.4亿元，我国成为仅次于美国的全球第二大化妆品消费国。回望过去，我们发现2009-2013年是国内化妆品行业高速发展的黄金五年，在此期间

一直维持在10%以上的增速，近两年由于经济低迷、零售终端不景气，行业增速持续下行，11-15年CAGR为9.2%，低于社零增速（12.6%）。与发达国家相比，国内化妆品行业过去五年复合增速虽然高于美国（5.02%）和日本（-9.3%），但人均消费额却远远落后于这两个国家。以13亿人口估算，2015年我国人均化妆品消费支出为244.1元，而美国、日本和韩国的人均化妆品消费额分别是我国的7倍、6.8倍和6.2倍。未来随着消费升级以及化妆品消费习惯、理念的培育，差距有望不断缩小。

2008-2015 年国内化妆品市场规模及增速

4.5.2 产品结构分析

4.5.3 市场格局分析

4.5.4 对外贸易分析

4.5.5 销售渠道分析

第五章 2013-2016年中国重点城市零售业发展分析

5.1 北京市

5.1.1 居民消费情况分析

5.1.2 零售市场规模分析

5.1.3 发展目标分析

5.2 上海市

5.2.1 居民消费支出

5.2.2 零售市场规模分析

5.2.3 消费品进口分析

5.2.4 零售电商发展分析

5.2.5 “十三五”发展目标分析

5.3 广州市

5.3.1 零售市场规模分析

5.3.2 重点企业发展分析

5.3.3 未来发展规划

5.4 深圳市

5.4.1 市场规模分析

5.4.2 本土零售企业发展成就

5.4.3 深圳零售业快速发展成因分析

5.4.4 发展变革分析

5.5 成都市

5.5.1 市场规模分析

5.5.2 零售业态发展分析

5.5.3 重点卖场分析

5.5.4 政府服务分析

第六章 中国零售业电子商务发展分析

6.1 中国电子商务行业分析

6.1.1 市场规模分析

6.1.2 市场特点分析

6.1.3 区域发展分析

6.1.4 市场格局分析

6.2 电子商务商业模式分析

6.2.1 b2b

6.2.2 b2c

6.2.3 c2c

6.2.4 o2o

6.3 中国网络零售市场分析

6.3.1 市场规模分析

6.3.2 社会零售总额占比分析

6.3.3 网购用户分析

6.3.4 竞争格局分析

6.4 传统零售与网络零售比较分析

6.4.1 成本控制方面

6.4.2 消费群体方面

6.4.3 抵御风险能力

6.4.4 质量保障方面

6.4.5 商品定价方面

6.4.6 行业联动方面

6.5 零售业电子商务发展前景及趋势分析

6.5.1 “十三五”发展目标

6.5.2 “十三五”重点任务

6.5.3 规模预测分析

第七章 2013-2016年中国零售业竞争格局分析

7.1 零售业竞争结构分析

7.1.1 高度竞争性分析

7.1.2 规模化趋势分析

7.1.3 行业进入壁垒分析

7.1.4 替代品威胁分析

7.2 中国零售业竞争剖析

7.2.1 中国国际竞争力分析

7.2.2 零售企业竞争力分析

7.2.3 低价运作竞争分析

7.2.4 竞争格局转变分析

7.3 中外零售企业竞争力比较分析

7.3.1 管理技术对比

7.3.2 人力资本对比

7.3.3 企业规模对比

7.3.4 营销战略对比

7.4 提高中国零售业竞争力策略

7.4.1 实现规模化经营

7.4.2 打造自有品牌

7.4.3 建立伙伴联盟

7.4.4 发挥本地化优势

7.4.5 提高现代化水平

第八章 2013-2016年中国零售业品牌与营销分析

8.1 零售企业品牌体系分析

8.1.1 渠道品牌

8.1.2 企业自有品牌

8.1.3 零售服务品牌

8.1.4 相互作用分析

8.2 零售业自有品牌发展分析

8.2.1 自有品牌市场竞争分析

8.2.2 创建自有品牌优势分析

8.2.3 创建自有品牌条件分析

8.2.4 发展自有品牌对策分析

8.3 零售业主要营销手段分析

8.3.1 体验式营销

8.3.2 打造文化特色

8.3.3 零售直销分析

8.3.4 精准直邮投递

8.4 零售业营销创新策略

8.4.1 商品采购策略

8.4.2 国际化战略

8.4.3 市场细分策略

8.4.4 连锁化策略

8.4.5 新业态策略

第九章 2013-2016年中国零售物流业发展分析

9.1 2013-2016年中国物流行业发展分析

9.1.1 物流行业规模分析

9.1.2 第三方物流发展简述

9.1.3 快递业务规模分析

9.1.4 电商物流模式分析

9.2 物流业与零售业相互作用分析

9.2.1 现代物流在零售业中的重要地位

9.2.2 智能物流对零售行业促进作用

9.2.3 仓储物流扩展企业利润源

9.2.4 零售物流企业运输成本分析

9.2.5 零售物流专业化合作趋势分析

9.3 我国零售物流行业存在的问题分析

9.3.1 第三方物流发现不佳成因解析

9.3.2 零售企业物流环节局限性分析

9.3.3 零售物流水平不佳表现分析

9.4 我国零售业物流发展策略

9.4.1 确定物流配送模式

9.4.2 建立供给链物流

9.4.3 加快信息化进程

9.4.4 完善配送中心建设

9.4.5 改造传统物流系统

第十章 2013-2016年零售业上市公司经营状况分析

10.1 苏宁云商集团股份有限公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 经营效益分析

10.1.3 业务经营分析

10.1.4 财务状况分析

10.1.5 未来前景展望

10.2 北京王府井百货（集团）股份有限公司

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 经营效益分析

10.2.3 业务经营分析

10.2.4 财务状况分析

10.2.5 未来前景展望

10.3 上海新世界股份有限公司

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 经营效益分析

10.3.3 业务经营分析

10.3.4 财务状况分析

10.3.5 未来前景展望

10.4 广州友谊集团股份有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 经营效益分析

10.4.3 业务经营分析

10.4.4 财务状况分析

10.4.5 未来前景展望

第十一章 中国零售业投资分析

11.1 中国零售行业swot分析

11.1.1 优势 (strength)

11.1.2 劣势 (weaknees)

11.1.3 机会 (opportunity)

11.1.4 威胁 (threat)

11.2 中国零售业投资评估

11.2.1 投资环境分析

11.2.2 行业盈利性分析

11.2.3 兼并重组分析

11.2.4 城市吸引力分析

11.3 投资风险分析

11.3.1 政策风险

11.3.2 外资竞争风险

11.3.3 投机模式风险

11.4 行业投资建议

11.4.1 抢占市场空白点

11.4.2 运用并购重组策略

11.4.3 谨慎进入百货业

11.4.4 了解店铺审批程序

第十二章 零售业的发展前景及趋势分析 (ZY CW)

12.1 “十三五”期间中国零售业发展规划

12.1.1 发展契机

12.1.2 发展前景

12.1.3 发展目标

12.1.4 主要任务

12.2 2017-2022年中国零售业发展预测分析

12.2.1 2017-2022年中国零售业发展预测分析

12.2.2 2017-2022年中国城镇居民家庭人均可支配收入预测

12.2.3 2017-2022年中国农村居民家庭人均纯收入预测

12.2.4 2017-2022年中国社会消费品零售总额预测

12.3 中国零售业发展趋势分析

12.3.1 中国零售业整体发展趋势分析

12.3.2 我国零售业消费趋势分析

12.3.3 我国零售业发展方向分析

部分图表目录：

图表1 2009-2016年国内生产总值及其增长速度

图表2 2016年固定资产投资（不含农户）增速

图表3 2013-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表4 2016年规模以上工业增加值增速

图表5 2013-2016年规模以上工业增加值增速

图表6 2009-2016年货物进出口总额

图表7 2016年我国货物进出口总额

图表8 2016年年末人口及其构成

图表9 2009-2016年城镇新增就业人口

图表10 2009-2016年农村居民人均纯收入

图表11 2009-2016年城镇居民人均可支配收入

图表12 2013-2016年全国居民消费价格变动

图表13 2012年城镇居民人均消费支出

图表14 2013-2016年社会消费品零售总额月度同比增速

图表15 ---刷卡手续费标准

图表16 2013-2016年中国商业地产指数

图表17 2016年上半年中国商业物业租金水平及空置率

图表18 2013-2016年中国零售商信心指数

图表19 2013-2016年中国零售商开店趋势

图表20 2016年中国超市五十强名单（按2016年销售额）

图表21 2016年主要连锁便利店企业门店数量

图表22 2016年中国城市便利店指数

图表23 2016年中国内地单体百货销售排行

图表24 2016年中国内地购物中心销售排行

图表25 购物中心的种类

图表26 2010-2016年服装行业规模以上企业产量增幅

图表27 2010-2016年上半年服装类零售总额增速

图表28 2016年我国对各大市场服装出口金额

图表29 2016年我国对各大市场服装出口数量

图表30 2009-2016年服装网购交易规模

图表31 2017-2022年服装网购市场规模预测

图表32 2016年服装行业规模以上企业主要效益指标

图表33 2016年上半年服装行业企业经济指标及对比

图表34 2016年世界汽车产量前20位国家排行

图表35 2013-2016年我国汽车销量及增速

图表36 2013-2016年我国乘用车产量

图表37 2013-2016年我国商用车产量

图表38 2016年我国乘用车市场份额对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/452673.html>