2020-2026年中国零售百货行业市场运行潜力及营销渠道分析报告

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年中国零售百货行业市场运行潜力及营销渠道分析报告》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/201910/794532.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年中国零售百货行业市场运行潜力及营销渠道分析报告》共十二章。首先介绍了零售百货行业市场发展环境、零售百货整体运行态势等，接着分析了零售百货行业市场运行的现状，然后介绍了零售百货市场竞争格局。随后，报告对零售百货做了重点企业经营状况分析，最后分析了零售百货行业发展趋势与投资预测。您若想对零售百货产业有个系统的了解或者想投资零售百货行业，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综述
第一节中国零售行业发展概况
一、零售业态的定义
二、中国零售业态演进历史
三、零售业态分类和基本特征
第二节零售百货行业介绍
一、百货业态的概念与定义
二、零售百货行业的特征
三、百货行业的主要壁垒
第二章全球百货行业发展状况浅析
第一节美国百货业
一、美国百货业整体简况
二、美国百货业经营特点
三、美国百货业的发展趋势
第二节日本百货业
一、日本百货业经营特点
二、日本百货业发展呈现三大趋势
三、日本百货店迎来倒闭潮
四、2019年日本百货销售情况分析
五、中国消费者成日本百货业救世主
六、日本百货业争抢中国游客“白热化”
第三节法国百货业发展特色

一、重连锁经营巩固地理优势
二、舍弃价格战上档次搞创新
三、抓特色商品创办海外分店
四、搞兼并联合走集团化道路
第三章2019年中国零售百货行业发展环境分析
第一节经济环境
一、2019年中国GDP增长情况分析
二、2019年中国工业经济发展形势分析
三、2019年中国全社会固定资产投资分析
四、2019年中国社会消费品零售总额分析
五、2019年中国城乡居民收入与消费分析
六、2019年中国对外贸易发展形势分析
第二节政策环境
一、行业管理体制
二、主要行业法规政策
三、汽车家电以旧换新政策
四、扩大消费政策措施力度继续加大
五、商务部支持流通企业兼并重组
六、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》
第三节社会环境
一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场
二、消费结构升级促进百货业发展
三、中国扩大消费政策取得成效
四、新农村建设孕育巨大消费潜力
五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长
六、基础设施及信息物流技术升级提升百货运营效率
第四章2019年中国零售业运行状况分析
第一节2019年中国零售业发展规模分析
一、中国零售行业总体发展规模
二、重点零售企业销售规模分析
三、连锁零售业各业态基本情况
四、限额以上连锁零售企业分析
第二节城市化下移三四线城市零售业发展分析
一、中国零售业态区域发展分析
二、政策推进城市化的下移进程

三、城市化下移促进零售业发展
四、三四线城市零售业迎来机遇
第三节2019年中国零售业发展态势分析
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年零售业门店开闭情况
四、2019年零售与快递结合情况
五、2019年零售业重大事件回顾
第四节中国连锁百强企业发展态势分析
一、中国连锁百强企业排名情况
二、中国连锁百强企业特点分析
三、连锁百强企业规模增长情况
第五章2019年中国百货行业运行状况分析
第一节全球化背景下外资百货在华发展概况
一、亚洲百货企业在华发展情况
二、美洲百货企业在华发展情况
三、欧洲百货企业在华发展情况
第二节2019年中国零售百货行业发展综述
一、中国零售百货行业发展回顾
二、零售百货业的发展变化概述
三、中国零售百货业存在的问题
四、制约零售百货业发展的因素
第三节2019年中国零售百货业发展现状分析
一、中国百货业的经营模式分析
二、中国百货业跨界商发展分析
三、百货业二三线城市发展布局
四、零售业投资增加促百货业发展
第四节2019年中国零售百货业发展规模分析
一、连锁百货门店规模统计
二、连锁百货销售规模统计
三、连锁百货企业排名情况
第五节中国零售百货业网络销售发展情况
一、网络时代零售商遭遇挑战
二、中国百货企业纷纷“触网”
三、银泰网络百货的经营情况

四、零售百货业借助微博发展
第六章2019年中国零售百货行业竞争格局分析
第一节中国零售行业竞争现状分析
一、中国零售业竞争总体概况
二、中国零售业竞争消费格局
三、中国零售业竞争格局变化
四、中国零售业价格竞争分析
五、中国零售业竞争问题解析
六、外资零售商在华竞争情况
第二节内资百货与外资百货在华竞争格局分析
一、外资百货企业在华发展分析
二、本地百货业与外资竞争分析
三、本地百货企业区域优势明显
四、内资百货企业区域扩张分析
第三节2019年中国百货行业竞争状况分析
一、一线城市百货供给情况分析
二、二三线城市百货业发展分析
三、百货企业上市融资应对竞争
四、中国百货行业并购重组概况
第四节2019年中国百货行业竞争策略分析
一、信息化技术应用策略
二、零售业态改变经营模式
三、改变品牌经营发展战略
四、正面竞争转向错位竞争
第七章2019年中国零售百货竞争行业发展状况分析
第一节中国连锁超市发展状况
一、中国连锁超市发展概述
二、中国超市业态发展规模
三、中国连锁超市企业排名
四、外资超市在华发展情况
五、本土超市营销战略分析
六、中国本土仓储式超市动态
七、中国连锁超市业并购情况
八、超市消费者购买行为分析
第二节中国便利店发展状况

一、中国便利店总店数量统计
二、中国便利店门店规模统计
三、中国便利店销售规模统计
四、中国便利店经营特点分析
五、中国便利店产品策略分析
六、中国便利店分销策略分析
七、中国便利店发展SWOT分析
第三节中国购物中心发展状况
一、世界购物中心分类情况分析
二、中国购物中心发展历程分析
三、中国购物中心类型形态界定
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
六、中国购物中心开发投资情况
七、中国购物中心发展策略分析
八、购物中心未来发展前景分析
第四节中国网络购物行业发展状况
一、中国无店铺零售业态发展情况
二、中国网络零售规模及现状分析
三、中国网络购物发展趋势分析
第五节中国电视购物行业发展状况
一、电视购物发展概况
二、电视购物优点分析
三、电视购物弊端分析
四、电视购物发展方向
五、电视购物发展问题
六、电视购物面临挑战
第六节中国网络团购行业发展分析
一、中国网络团购行业发展规模分析
二、中国网络团购消费人群调查分析
三、中国网络团购消费行为调查分析
第八章2015-2019年中国零售百货业区域市场分析
第一节东北地区
一、东北地区零售业经济环境
二、哈尔滨零售百货业发展综述

三、沈阳零售百货业发展现状
四、大连零售百货业发展现状
第二节华东地区
一、华东地区零售业经济环境
二、上海市百货业发展现状分析
三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化
四、杭州市百货业发展历程及现状
五、合肥市百货业发展现状分析
第三节华中地区
一、华中地区零售业经济环境
二、中原经济区崛起零售百货业受益
三、武汉零售百货业发展格局
四、外来商业百货巨头进驻长沙
五、郑州市零售百货业发展新特点
第四节华北地区
一、华北地区零售业经济环境
二、北京零售百货业发展特点
三、北京“超市系”百货竞逐小区市场
四、天津零售百货业发展现状
五、兰州零售百货业发展现状
第五节西南地区
一、西南地区零售业经济环境
二、重庆市零售百货发展状况分析
三、成都市零售百货业经营特点
第六节华南地区
一、华南地区零售业经济环境
二、广州零售百货业竞争特点
三、深圳零售百货业发展历程
四、深圳零售百货业发展现状
第九章 零售百货业重点企业分析
第一节大商股份有限公司
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

第二节王府井百货（集团）股份有限公司
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
第三节上海百联集团股份有限公司
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
第四节武汉武商集团股份有限公司
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
第五节银座集团股份有限公司
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
第六节百盛商业集团有限公司
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
第十章2020-2026年中国零售百货经营策略分析
第一节中国百货企业市场定位策略分析
一、百货店市场定位要素
二、百货店市场定位步骤
三、百货店定位应注意的问题
第二节中国零售百货行业发展主要对策
一、加快重组向规模经营连锁经营转变
二、准确市场定位向特色经营转变
三、发挥自身优势向服务经营转变
四、更新经营理念向动态经营转变

五、发展网络信息技术向信息化管理转变
六、改进传统经营模式向科学运营转变
第三节中国百货业发展战略的对策
一、导入信息化技术
二、升级业态改变经营模式
三、实施品牌发展战略
四、正面竞争转向错位竞争
第四节中国零售百货业自营模式探索
一、中国百货业的经营模式
二、百货业联营模式存在的问题
三、百货业的自营能力不足
四、百货业自营模式的探索
第五节提升中国零售百货业核心竞争力的策略选择
一、丰富齐全的产品线
二、快捷方便的运营效率
三、快速灵敏的战略调整
四、寻求质优价低成本优势
五、把握时尚流行的元素
第十一章2020-2026年中国零售百货业发展趋势分析
第一节我国零售业的发展走势
一、消费升级提升百货增长空间
二、温和通胀促进超市业绩提升
三、专业店最具成长潜力
第二节商业模式下的百货业趋势
一、商圈两极化外延的地产百货模式
二、破解盈利模式之困的多业态融合模式
三、延伸连锁空间的相关多元化模式
第三节多业态、多元化融合的行业发展趋势
一、购物中心多业态发展趋势
二、多元嵌入的连锁式外延扩张
第四节中国零售百货业发展方向
一、特色化、主题化、品牌化
二、连锁化、产业化、集约化
三、品牌化、信用化、知识化
第五节未来中国零售百货业发展趋势

一、人才瓶颈进一步凸显
二、资本对接将愈加紧密
三、商业地产将快速增长
四、供应链变革继续深入
五、上游厂商争夺流通渠道
六、“绿色零售”亟需转化成竞争优势
七、奢侈品牌大举进军二三级市场
第十二章2020-2026年中国零售百货投资策略分析（ZYZS）
第一节2020-2026年零售百货发展前景及投资机遇分析
一、“十三五”规划扩大内需促进消费
二、政策面深化继续利好百货业发展
三、国民收入增速将实现与经济发展同步
四、2019年全国24省上调最低工资标准
五、温和通胀助推百货行业上行
六、中小城市居民消费能力被低估
七、中国零售百货行业发展规模预测
第二节2020-2026年中国零售百货投资风险分析
一、经济风险
二、政策风险
三、经营风险
四、竞争风险
五、其它风险
第三节中国百货行业并购重组战略分析
一、中国大型百货企业并购重组案例分析
二、百货行业并购的融资风险防范
三、百货行业并购重组遵循原则
第四节2020-2026年中国零售百货业投资策略分析
一、挖掘新规划经济振兴区域市场
二、发展高端百货业态打造高端品牌
三、发展二三线城市零售百货业
四、创新经营把握新兴消费人群市场
五、开发微博、团购等互联网营销方式
部分图表目录：
图表1：2019年国内生产总值增速（%）
图表2：2019年规模以上工业增加值增速月度对比（%）

图表3：2019年固定资产投资（不含农户）增速同比（%）
图表4：2019年房地产开发投资增速（%）
图表5：2019年城镇居民人均可支配收入实际增速（%）
图表6：2019年农村居民人均收入实际增速（%）
图表7：中国城乡居民家庭恩格尔系数（%）
图表8：2015-2019年零售业商品销售额及占GDP比重分析
图表9：2019年中国连锁百强榜单
图表10：2015-2019年连锁百货门店规模统计
图表11：2019年主要连锁百货企业经营情况
图表12：百货零售行业市场集中度情况
图表13：2019年中国连锁超市十大品牌企业排名
图表14：2019年主要外资超市在华关店数对比
图表15：2015-2019年各外资企业开店数统计
图表16：2015-2019年中国便利店总店数量统计
图表17：2015-2019年中国便利店总店销售规模统计
图表18：中国购物中心的发展阶段
图表19：2015-2019年我国每年新建购物中心数量（家）
图表20：2019年中国购物中心发展指数（SCDI）最高的十个城市
图表21：2015-2019年中国网络零售市场交易规模
图表22：2019年中国B2C网络购物交易市场份额占比图
图表23：2015-2019年中国移动电子商务市场规模增长图
图表24：2015-2019年我国电视购物市场规模及预测(单位：亿元)
图表25：2019年全国团站月度市场交易额统计图
图表26：按团购参加程度分类的人群占比
图表27：售后、信誉、质量为未参加团购的用户的主要担忧
图表28：团购用户浏览团站的频率
图表29：团购用户浏览团站的时间段
图表30：团购用户浏览团站的设备
图表31：团购用户浏览团站的地点
更多图表见正文.....

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201910/794532.html