

2018-2024年中国百货行业市场运营态势及投资前景评估报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国百货行业市场运营态势及投资前景评估报告》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/201805/639908.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: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@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

在探讨传统百货经营方式转型之前，首先需要明确自营和联营各自的特点与优缺点。传统百货的经营方式是指传统百货为实现自身价值所采取的采购、管理、销售、服务等方式的总称。根据所销售商品是否转移和如何转移所有权的不同，传统百货的经营方式可以分为自采自营、品牌联营和柜台租赁三种形态。因柜台租赁模式与品牌联营模式具有相似性质，且在传统百货中应用较少，故不做深入讨论和具体区分。

自营模式的优势在于更高的毛利率和更高效的供应链管理，这些对于缓解百货的业绩压力有非常大的帮助。而为何如今行业内仍旧形成了联营模式占主体的局面，本节将从历史角度出发，对联营模式的发展进行解析，并寻找百货行业进行自营转型所存在的阻力。

改革开放后，中国摆脱了计划经济体制，工业消费品不再由商业部门统购包销，工业部门的自销权和商业部门的选购权得到扩大，百货企业开始探索商品的自采自销模式。到1990年，百货商店商品自营比例已达90%，业内也出现了代批代销、引厂进店、出租柜台等多种经营模式。但到了90年代中期，随着中国商业地产的兴起和发展，百货行业规模出现激增，从1991年到1995年，百货店数量增速达560%，但由于商业地产开发商并不擅长零售经营，只能依靠租赁或联营的形式引进百货业态，使得百货业的场地出租和联合经营得到强化。2000年之后，人们的商品需求逐渐由生活必需品转向中高档消费品，百货企业则更加致力于引进知名品牌来吸引客流，对商品自采自销的空间越来越少。因此，联营逐渐取代自营成为主要经营模式，高档百货店联营比例也从90年代中期的50%，逐渐发展至今天的90%左右。

| 中国百货经营模式的演变 | 年代 | 阶段 | 内容 |
|-------------|--------|---|----|
| 1978年以前 | 计划经济 | 工业消费品基本上由商业部门统购包销。 | |
| 1978-1980年 | 百货探索自营 | 商业部门改进工业消费品购销模式，取消工业品包销，扩大工业部门自销权和商业部门选购权，百货行业开始探索商品的自采自销模式 | |
| 1980-1990年 | 自营迅速发展 | 商品购销形式不断变革，百货店开始派出采购人员到全国各地进行货品采购，主要实行商品买断。伴随着市场紧缺状况的缓解，以及零售市场供应的扩大，自营模式下百货快速发展，自营比例达90%左右。 | |
| 1990年代以来 | 自营转联营 | 传统百货商店扩张过于迅猛，行业内鱼龙混杂，许多开发商不具备商业零售经验，自营百货经营压力大。同时，联营模式可以引进高端品牌，吸引客流，逐渐被百货商店所青睐。 | |

中国百货商业协会发布的《中国百货行业发展报告（2016-2017）》提到，在保证行业典型代表性的基础上，根据其部分（85家）会员单位的销售数据统计得出，有76.6%的受访百货已经实行了自采自营模式，然而在具体的自采自营比例方面出现了分化，只有14.6%受访企业的自采自营比例超过了20%，近半数（45.8%）受访企业的自采自营比例都不足5%，这充分说明我国传统百货目前自采自营程度还相对较低。自采自营形式方面，采取买断某一品牌或品类、区域代理或总代理和拥有自有品牌等三种自营方式的企业数量大致相当。自采自营品类方面，涉及企业采取自采自营方式的商品品类主要集中在服装鞋帽、化妆品和食品

三类。

百货店样本企业自采自营模式情况

智研咨询发布的《2018-2024年中国百货行业市场运营态势及投资前景评估报告》共十一章。首先介绍了中国百货行业市场发展环境、百货整体运行态势等，接着分析了中国百货行业市场运行的现状，然后介绍了百货市场竞争格局。随后，报告对百货做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国百货行业发展趋势与投资预测。您若想对百货产业有个系统的了解或者想投资中国百货行业，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 行业环境概述

第一章 零售百货行业综述

第一节 零售百货行业综述

一、百货行业的概念与定义

二、零售百货行业的特征

三、百货行业的主要壁垒

第二节 百货行业产业史

第二章 全球百货行业发展状况分析

第一节 美国百货行业

一、美国百货行业整体简况

二、美国百货行业经营特点

三、美国百货行业的发展趋势

第二节 日本百货行业

一、日本百货行业经营特点

二、日本传统百货店陷入绝境

三、日本百货行业发展趋势

第三章 2017年中国百货行业发展环境分析

第一节 经济环境

一、2017年国际经济环境分析

二、2017年中国GDP增长情况分析

三、2017年中国全社会固定资产投资分析

四、2017年中国社会消费品零售总额分析

五、2017年中国城乡居民收入与消费分析

六、2017年中国对外经济发展形势分析

第二节 政策环境

一、行业管理体制

二、主要行业法规政策

三、扩大消费政策措施力度继续加大

四、商务部支持流通企业兼并重组

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行业发展

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、基础设施信息物流技术升级提升百货运营效率

第二部分 行业发展情况

第四章 2017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、美国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 2017年中国百货行业发展综述

一、2017年中国百货行业整体发展情况

百货店样本企业自采自营形式

资料来源：公开资料整理

| | | | | | | |
|---------------|--------|-------|-----------|--------|-----------|--------|
| 百货店样本企业自采自营比例 | 自采自营比例 | 百货店样本 | 5% | 45.80% | 5.1%-10% | 16.70% |
| | | | 10.1%-15% | 8.30% | 15.1%-20% | 14.60% |
| | | | 20.1% | 14.60% | | |

资料来源：公开资料整理

百货店样本企业自采自营的品类

二、2017年中国百货行业发展特点

三、中国零售百货行业的瓶颈

四、制约零售百货行业发展的因素

第三节 2017年中国百货行业发展现状分析

一、中国百货行业的经营模式分析

- 二、中国百货行业跨界商发展分析
- 三、百货行业二三线城市发展布局
- 四、零售业投资增加促百货行业发展
- 第四节 2017年中国百货行业发展规模分析
 - 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 中国百货行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、王府井网上商城的经营情况
- 第五章 2017年中国零售百货市场竞争分析
 - 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、本地百货行业与外资竞争分析
 - 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 2017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、二三线城市百货行业发展分析
 - 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
- 第六章 2017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、中国网络零售规模现状分析

2011-2016年中国网络购物市场规模及增长率走势

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

第三部分 行业竞争格局

第七章 中国百货行业区域市场分析

第一节 东北地区

一、东北地区零售业经济环境

二、哈尔滨百货行业发展综述

三、沈阳百货行业发展现状

四、大连百货行业发展现状

第二节 华东地区

- 一、华东地区零售业经济环境
- 二、上海市百货行业发展现状分析
- 三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化
- 四、杭州市百货行业发展历程现状
- 五、合肥市百货行业发展现状分析

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行业受益
- 三、武汉零售百货行业发展格局
- 四、外来商业百货进驻
- 五、郑州市零售百货行业发展新特点

第四节 华北地区

- 一、华北地区零售业经济环境
- 二、北京零售百货行业发展特点
- 三、北京“超市系”百货竞逐社区市场
- 四、天津零售百货行业发展现状
- 五、兰州零售百货行业发展现状

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、成都市零售百货行业经营特点

第六节 华南地区

- 一、华南地区零售业经济环境
- 二、广州零售百货行业竞争特点
- 三、深圳零售百货行业发展历程
- 四、深圳零售百货行业发展现状

第八章 2017年零售百货行业重点企业分析

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
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、企业发展战略分析

第二节 重庆百货大楼股份有限公司

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

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、重庆百货探索电商模式

第三节 上海豫园旅游商城股份有限公司

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

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、豫园商城业务整合

第四节 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

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、王府井百货转型

第五节 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

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、企业发展规划分析

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

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、百盛集团调整经营策略

第七节 金鹰商贸集团

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

七、企业成本费用分析

八、金鹰商贸集团发展战略

第八节 天虹商场股份有限公司

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

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、天虹商场业态转型

第九节 银泰百货（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

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、银泰百货创造O2O模式

第十节 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

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、银座集团股份有限公司战略转型

第九章 2018-2024年中国百货经营策略分析

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 中国百货行业发展主要对策

一、变更业态

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、信息化管理

六、百货业向更加智慧商业转型

第三节 中国百货行业自营模式探索

一、中国百货行业的经营模式

二、百货行业联营模式存在的问题

三、百货行业的自营能力不足

四、百货行业自营模式的探索

第四节 提升中国百货行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

第四部分 行业发展趋势

第十章 2018-2024年中国百货行业发展趋势分析

第一节 商业模式下的百货行业趋势

- 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

第二节 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

第三节 中国百货行业发展方向

- 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

第四节 中国百货行业发展趋势

第十一章 2018-2024年中国百货行业投资策略分析 (ZY GXH)

第一节 2018-2024年百货行业发展前景与投资机遇分析

- 一、“十二五”规划扩大内需促进消费
- 二、政策面深化继续利好百货行业发展
- 三、居民收入将实现与经济发展同步
- 四、全国省上调最低工资标准
- 五、温和通胀助推百货行业上行
- 六、中国百货行业发展规模预测

第二节 2018-2024年中国百货行业投资风险分析

- 一、经济风险
- 二、政策风险
- 三、经营风险
- 四、竞争风险
- 五、其他风险

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 2018-2024年中国百货行业投资策略分析

- 一、挖掘新规划经济振兴区域市场

- 二、发展高端百货行业态打造高端品牌
- 三、发展二三线城市零售百货行业
- 四、创新经营把握新兴消费人群市场
- 五、创新百货行业营销方式（ZY GXH）

图表目录：

图表：中国零售业态的演进历程

图表：中国零售业业态分类

图表：超市和百货行业态特征对比

图表：中国国内生产总值增长速度趋势图

图表：中国社会消费品零售总额增长速度趋势图

图表：城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表：2017年中国城镇化率变化趋势图

图表：中国限额以上批发和零售业分业态零售额增长情况

图表：中国连锁零售企业基本情况统计

图表：中国连锁零售企业门店总数增长趋势图

图表：中国连锁零售企业从业人员增长趋势图

图表：中国连锁零售企业营业面积增长趋势图

图表：2017年连锁零售业闭店情况统计

图表：2017年度中国连锁经营百强企业排名

图表：中国主要连锁百货经营情况统计

图表：主要外资百货在华发展概况

图表：全国性扩张模式的家本土百货商

图表：中国便利店经营规模统计

图表：中国便利店商品销售规模统计

图表：联营与自营优劣势分析

图表：2018-2024年中国百货业规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201805/639908.html>