

2016-2022年中国零售市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国零售市场深度调查及投资方向研究报告》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.huaon.com/detail/282100.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

“十一五”时期，我国经济社会发展取得新的巨大成就，产业结构升级加快，人民生活不断改善，中国已成为仅次于美国的世界第二大经济体。从总体上说，“十二五”时期中国经济保持平稳较快发展的基本条件和长期向好的基本趋势不会发生根本改变。

近年来，在国家政策的大力扶持和业内企业的不断努力下，零售业持续良好发展势头，市场规模持续扩张，经济效益显著。2013年1-12月，我国社会消费品零售总额234380亿元，比上年名义增长13.1%，扣除价格因素实际增长11.5%。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额202462亿元，比上年增长12.9%，乡村消费品零售额31918亿元，增长14.6%。2014年1-4月份，全国社会消费品零售总额81782亿元，同比增长12.0%。

预计“十三五”期间，中央政府仍将继续支持零售行业的发展壮大，在项目审批、财政补贴、招商引资等方面予以扶持。

随着阿里巴巴成功在美国上市，互联网企业无论是从声望还是市值上，以及资本对这一行业投资的成功值上，更是都达到一个新的巅峰。虽然实体零售与电商似乎是水火不容，且一直以来舆论都是一边倒的预测电商将迅速取代传统零售，然而几年过去，电商飞速发展，但实体零售虽然受到不小影响，也依旧顽强地挺立。就零售市场总体规模而言，90%的市场份额还是在实体零售的手中。这一趋势在未来几年都不会有什么改变，不同的是，实体商业的电商基因会越来越浓，电商与实体店的结合也会加快脚步。

从2014年起，零售业开始逐步互联网化，实体商业正在逐渐摸清互联网企业的套路，并在总结互联网企业和电商经验基础上，结合自身做出有效的创新。电商给零售业带来的绝不仅仅只是冲击，它的发展存在更多的积极意义，因为它给传统零售业带来了前所未有的变化，迫使整个商业从模式到服务等细节都进行由表至里的创新，而技术与商业真正产生更为紧密的结合，正是电商与实体商业大战后催生的产物。

2015年，社会消费品零售总额300931亿元，比上年增长14.68%，扣除价格因素，实际增长10.70%。按经营地统计，城镇消费品零售额258999亿元，增长10.90%；乡村消费品零售额41932亿元，增长12.0%。按消费类型统计，商品零售额268621亿元，增长10.60%；餐饮收入额32310亿元，增长11.70%。

2008-2015年中国社会消费品社会总额（单位：亿元）

2015年，按经营地统计，城镇消费品零售额258999亿元，增长10.90%；乡村消费品零售额41932亿元，增长12.0%。

未来几年，我国人均可支配收入将保持稳健增长，从而推动消费与零售持续快速增长，“十三五”期间，中国零售业将迎来高速增长阶段。因为个税制度改革，养老、医疗保险的不断完善，国内消费意愿将随着通胀的结束而大幅攀升，届时零售行业将迎来发展的黄金时期。在资源、技术、企业、配套设施等方面具备优势的地区应抢抓机遇，积极培育市场，出台

优惠政策招商引资，成为零售市场的主力军，使零售业成为拉动地方经济发展、促进产业结构调整的另一重要力量。

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 零售行业发展分析

第一章 我国零售业发展现状分析

第一节 2015年零售业发展情况分析

一、总体规模

二、效益与效率

三、行业贡献

四、各类业态发展情况

第二节 2015年零售业发展特点及主要问题

一、行业发展主要特点

二、各业态发展特点

三、存在的主要问题

第三节 2013-2015年我国社会消费零售总额与消费价格分析

一、2015年社会消费零售总额数据分析

二、2015年居民消费价格

三、2015年社会消费零售总额数据分析

四、2015年居民消费价格

第二章 2015年我国零售业发展分析

第一节 2015年中国零售业发展态势分析

一、2015年零售业转型加快

二、2015年零售业需重构经营模式

三、2015年零售企业关闭门店情况分析

四、2015年零售业从单一到多重角色

五、2015年零售业面临业态渠道大考

六、2014年成本重压拖缓零售业发展步伐

第二节 2014年我国零售业发展预测

一、2014年我国零售业的销售增长预测

二、2015年零售业迎来大变革时代

三、2015年中国零售业演绎转型提速

四、2015年科技改变传统零售业

第三节 2015年中国零售业不同业态发展分析

一、2015年百货业发展态势分析

二、2015年超市业发展态势分析

三、2015年家电连锁业发展态势分析

四、2015年鞋服专卖店发展态势分析

第四节 2016年中国零售业不同业态发展展望

一、2016年百货业发展态势展望

二、2016年超市业发展态势展望

三、2016年家电连锁业发展态势展望

四、2016年鞋服专卖店发展态势展望

第五节 我国农村零售业的现状及发展对策

一、农村零售业的新特点

二、农村零售业存在的主要问题

三、发展农村零售业的必要性

四、发展农村零售业的策略

五、我国零售商业农村市场的开拓

第三章 2013-2015年零售连锁市场发展

第一节 我国传统零售业连锁经营的现状、问题及对策

一、我国传统零售业连锁经营的发展现状

2010年以来，我国社会消费品零售总额增速呈放缓态势，说明终端消费不景气。2015年，社会消费品零售总额300931亿元，比上年增长%，扣除价格因素，实际增长10.70%。

2008-2015年我国社会消费品零售总额增速变化趋势（单位：%）

从2009年开始，中国网络零售市场飞速发展，近年增速均高于40%。2014年中国网络零售市场交易规模达到27861亿元，同比增长47.80%，根据2015年上半年中国网络零售市场交易规模增速，2015年网络零售市场交易规模为39841亿元，同比增长48.70%。

2009-2015年我国网络零售交易规模（单位：亿元）

2015年，全国限额以上企业实现服装鞋帽、针纺织品零售额12563亿元，同比增长10.1%；2015年，全国限额以上企业实现服装鞋帽、针纺织品零售额13484亿元，同比增长9.8%

，增速有所放缓。

2005-2015年限额以上服装鞋帽、针纺织品零售额（单位：亿元）

从我国居民服装消费价格指数来看，2011-2015年均在100%以上，说明居民服装消费呈上升趋势，2015年102.4%，和上年相比，我国居民服装消费增长2.4%。

2006-2015年中国居民服装消费价格指数（单位：%）

二、传统零售业连锁经营与网络零售业的比较

三、我国传统零售业连锁经营的问题

四、促进我国传统零售业连锁经营发展的对策

第二节 2013-2015年中国连锁百强特点分析

一、2015年中国连锁百强特点分析

二、2015年中国连锁百强发展展望

第三节 我国零售消费者行为分析

一、我国零售消费者行为特点分析

二、针对消费者行为特点的零售营销创新

三、零售卖场设计与消费心理

第四节 我国农村零售业连锁经营的现状及发展对策

一、连锁经营在我国农村发展现状和现实基础

二、我国农村发展连锁经营存在的问题

三、连锁经营在我国农村地区发展存在问题的解决措施

第五节 转型升级中我国连锁零售业经营战略研究

一、我国连锁零售业的产生与发展

二、转型升级中我国连锁零售业存在的问题

三、我国连锁零售业转型升级的基本思路

第六节 连锁超市服务创新及对策

一、连锁超市服务质量现状

二、连锁超市门店服务创新分析

三、连锁超市服务创新的对策

第七节 我国连锁零售商自有品牌经营优势及提升策略

一、我国零售商自有品牌商品经营优势

二、我国零售商自有品牌商品发展误区

三、我国零售商自有品牌商品经营管理水平提升策略

第二部分 零售业细分市场分析

第四章 我国零售业主要细分市场分析

第一节 超市业发展分析

- 一、2014年超市上市公司业绩分析
- 二、2015年超市上市公司业绩分析
- 三、2015年永辉超市专注开拓三四线城市
- 四、超市消费者购买行为分析
- 五、中小型超市的优势与劣势及营销策略

第二节 便利店发展分析

- 一、便利店的特征分析
- 二、便利店前景依然被看好
- 三、2015年北京便利店进入服务竞技期
- 四、便利店行业进入理性发展期
- 五、便利店的经营策略
- 六、便利店增值服务策略
- 七、我国便利店发展存在的问题及建议

第三节 购物中心发展分析

- 一、2009-2015中国购物中心发展报告
- 二、购物中心发展突破点分析
- 三、2015年购物中心发展分析
- 四、购物中心的未来发展趋势
- 五、区域购物中心会成为未来购物中心发展的主流

第四节 仓储式商场发展分析

- 一、仓储式商场的营销特点
- 二、我国仓储式商场发展中存在的问题
- 三、我国发展仓储式商场的对策建议

第五节 百货业发展分析

- 一、2015年百货零售业“微增长”已经来临
- 二、2015年老牌百货的沉沦与脱胎
- 三、2015年百货零售业转型的思考
- 四、传统百货未来发展空间

第六节 我国社区零售业发展策略探讨

- 一、发展社区零售业的SWOT分析
- 二、对我国社区零售业发展策略的思考

第五章 专业店发展分析

第一节 网上零售

- 一、发展现状和存在的问题
- 二、影响与作用
- 三、发展的趋势
- 四、网络零售业与传统零售业的比较分析

第二节 医药零售

- 一、2015年中国零售药店市场分析
- 二、2015年医药连锁行业经营发展势态分析
- 三、2015年中国网上药店发展分析
- 四、2015年新医药电商模式
- 五、2015年连锁药店多元化受限
- 六、2015年中国药店年度发展报告正式对外发布

第三节 家电零售

- 一、2015年家电零售业市场情况
- 二、2015年传统家电零售商转型或现拐点
- 三、家电农村渠道依旧是连锁

第四节 其他零售行业

- 一、2015年中国食品零售业发展分析
- 二、2015年中国服装零售业发展分析

第六章 主要地区零售业发展分

第一节 上海市零售业发展

- 一、2015年上海社会消费品零售总额
- 二、2015年上海快消品零售额增长近两成
- 三、“十二五”上海社会消费品零售额计划

第二节 北京市零售业发展

- 一、2014年北京社会消费品零售额分析
- 二、2015年北京社会消费品零售额分析
- 三、2015年北京零售业迈入集聚时代
- 四、2015年北京社会消费品零售额预计

第三节 广东省零售业发展

- 一、2015年广东社会消费品零售额增长情况
- 二、2015年广州消费市场分析
- 三、“十二五”规划下广东将迈入消费黄金十年

第四节 江西省零售业发展

一、2015年江西社会消费品零售额增长情况

二、2015年江西省消费品市场运行情况

三、2014年江西洪客隆百货升级为华润万家

第五节 其他城市零售业发展

一、2015年内蒙古零售业态发展状况分析

二、2015年天津零售业发展情况

三、重庆大型超市零售业现状及发展趋势

第三部分 零售行业竞争格局分析

第七章 零售业竞争格局分析

第一节 中国零售业竞争现状分析

一、2015年我国零售百强分析

二、2015年零售业竞争消费格局

三、2015年内地零售业竞争环境

四、2015年传统零售业遭电商截击

五、2015年娃哈哈零售业进军全国

六、《2015全球零售力量》排行榜

七、2015年零售业全线收缩洗牌在即

八、2015年中国零售业进入寡头大并购时代

第二节 外资零售业进入对我国零售业的影响分析

一、2015年外资超市在华门店数量对比

二、外资零售业对我国零售业的影响

三、我国零售业应对外资零售业挑战的策略

第三节 外资及其他零售业态竞争之下中国百货业的发展之路

一、外部环境改变给百货业带来的冲击

二、百货业自身存在的问题导致了百货业发展受限制

三、百货业未来发展的战略选择

第四节 传统零售业自我突围之三大变革

一、深挖客户需求打造体验式零售

二、三大变革

第五节 零售型中小企业的竞争策略

一、区域联盟策略

二、蓝海战略

三、差异化策略

四、品牌经营策略

五、物流配送策略

第八章 外资重点企业分析

第一节 沃尔玛公司

一、公司概况

二、2013-2015年沃尔玛经营情况

三、2015年沃尔玛在华门店分布盘点统计

四、2015年沃尔玛精简架构严控成本

五、企业文化及对中国零售企业的启示

第二节 家乐福集团

一、公司概况

二、家乐福的经营定律

二、2013-2015年家乐福经营情况

四、2015年家乐福在华门店分布盘点统计

第三节 麦德龙集团

一、公司概况

二、2015年公司经营情况

三、2015年麦德龙在华门店统计

四、麦德龙在中国最终目标

第四节 特易购

一、公司概况

二、特易购的经营方式

三、2013年TESCO乐购在华内地门店盘点

第五节 Seven-Eleven便利商店集团

一、集团概况

二、集团的网络营销战略

第六节 宜家集团

第七节 外资零售业在我国本土化战略

一、跨国零售业的本土化战略

二、对我国本土零售业发展的启示

第九章 国内重点企业分析

第一节 上海友谊集团股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2015年企业经营情况分析

四、2011-2015年企业财务数据分析

五、2014年公司发展展望及策略

第二节 北京王府井百货（集团）股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2015年企业经营情况分析

四、2011-2015年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

第三节 苏宁电器股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2015年企业经营情况分析

四、2011-2015年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

第四节 大商股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2015年企业经营情况分析

四、2011-2015年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

第六节 合肥百货大楼集团股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2015年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

第七节 重庆百货大楼股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2015年企业经营情况分析

四、2011-2015年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

第八节 北京华联综合超市股份有限公司

一、公司概况

- 二、2014年企业经营情况分析
- 三、2015年企业经营情况分析
- 四、2011-2015年企业财务数据分析
- 五、2015年公司发展展望及策略

第四部分 零售行业发展趋势及战略

第十章 2016-2022年零售业发展趋势预测

第一节 我国商业零售企业经营方式的十大转变

- 一、从简单管理向现代管理方式的转变
- 二、从单店经营向连锁经营方式的转变
- 三、从单业态经营向多业态经营方式的转变
- 四、从商业经营向商业地产综合经营方式的转变
- 五、从传统经营向创新经营方式的转变
- 六、从单体经营向多边合作经营方式的转变
- 七、从实体经营向实体加电商经营方式的转变
- 八、从商品经营向资本经营方式的转变
- 九、从同质化经营向差异化经营方式的转变
- 十、从规模经营向效益质量经营方式的转变

第二节 2016-2022年我国零售业的发展变化与成长空间分析

- 一、2015年我国零售业的三大变化
- 二、我国零售业的成长空间
- 三、我国零售业持续发展要实现四个转变

第三节 2016-2022年我国零售业发展趋势

- 一、发展环境分析
- 二、零售业主要发展趋势

第四节 2016-2022年零售业业态发展趋势

- 一、业态多元化
- 二、经营规模化
- 三、市场定位差别化
- 四、自有品牌系列化
- 五、兼并与上市势在必行
- 六、投资主体多元化
- 七、配送中心快速发展
- 八、品牌集合店成零售业态新趋势
- 九、零售业现跨界布局趋势

十、融合发展将成未来零售业主流模式

十一、“未来商店”革新零售业发展模式

第五节 2016-2022年传统零售业发展趋势

一、从传统零售业自身产业生命周期的角度分析我国传统零售业

二、从外部的电子商务的发展分析对传统零售业的冲击

三、传统零售业发展趋势的探究

第十一章 2016-2022年零售业发展战略探讨

第一节 我国同业态零售商业企业的竞合策略

一、零售商业企业实力较量的主要手段

二、零售业非价格竞争的主要策略

三、同业态零售企业的竞争合作策略

第二节 国际零售业11大创新案例盘点

第三节 零售渠道与终端布局的选择策略

一、终端陷阱

二、发展契机

三、突破之路

第四节 零售业提高品牌忠诚度策略

一、打造强大的核心能力

二、提供优质服务

三、培养忠诚的员工

四、提升服务成零售业变革利器

第五节 我国零售企业提高顾客忠诚度的策略选择

一、我国零售企业面对国外跨国零售业大鳄的竞争挑战

二、我国零售企业在竞争中的弱势

三、我国零售企业提高顾客忠诚度的策略

第六节 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、提高了企业的危机管理成本策略

三、提高危机管理的水平降低企业风险

第七节 零售终端的供应商联盟战略

一、零售终端与供应商关系分析

二、创造合作的文化氛围

三、建立与战略联盟相适应的组织结构

四、在竞争合作中增强学习能力

第八节 零售业的产业融合及战略思考

- 一、零售业的产业融合
- 二、基于产业融合的零售企业战略思考
- 三、零售企业战略实践中应注意的问题

第十二章 2016-2022年零售业投资发展策略分析

第一节 2016-2022年零售业投资分析

- 一、存在的问题与挑战
- 二、2016-2022年发展趋势预测与对策分析
- 三、消费行为变化及对零售百货业的影响
- 四、综述
- 五、投资对策
- 六、2016-2022年投资机会
 - 1、传统零售业新增长点
 - 2、细分领域仍有亮点
 - 3、新城市场将成零售业增长新空间

第二节 内资零售企业向农村市场进军的SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机遇
- 四、威胁

图表目录：

- 图表：2013及2015年全国零售业经营单位数
- 图表：2015年全国零售业经营单位销售额及增速
- 图表：2015年全国零售业不同规模企业销售额占比
- 图表：2015年全国零售企业销售额地区分布
- 图表：2014及2015年全国零售业经营单位从业人数
- 图表：2014及2015年零售业法人企业年末营业面积
- 图表：2015年零售企业法人企业营业利润增速
- 图表：2015年销售额各业态占比及较上年增减情况
- 图表：2015年营业面积各业态占比及较上年增减情况
- 图表：2015年零售行业从业人数各业态占比及较上年增减情况
- 图表：2010-2015年连锁百强和网络零售销售额占社会消费品零售总额
- 图表：2012年12月-2015年12月全年社会消费品零售总额分月通胀增长速度趋势图

图表：2008-2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2012年12月-2015年12月全年居民消费价格涨跌趋势图

图表：2011-2015年我国社会消费品零售总额走势图

图表：2008-2015年我国社会消费品零售总额构成走势图

图表：2009-2015年我国CPI、PPI运行趋势

图表：2008年-2015年企业商品价格指数走势

图表：传统零售业连锁经营的发展趋势(2005—2011)

图表：传统零售业连锁经营与网络零售业的基本特征比较

图表：传统零售业连锁经营与网络零售业的经营策略比较

图表：我国各地区零售连锁企业门店分布

图表：2015年全国百家重点大型零售企业食品类零售额累计增速（%）

图表：2013-2015年全国百家重点大型零售企业食品类零售额同比增速（%）

图表：2015年全国百家重点大型零售企业服装类零售额累计增速（%）

图表：2015年度中国零售百强榜单

图表：2014年上海友谊集团股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2015年上海友谊集团股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2015年上海友谊集团股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2015年上海友谊集团股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2015年上海友谊集团股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2015年上海友谊集团股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2015年上海友谊集团股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司利润构成与盈利能力

图表：2011-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年苏宁电器股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2015年苏宁电器股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2015年苏宁电器股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2015年苏宁电器股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2015年苏宁电器股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2015年苏宁电器股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2015年苏宁电器股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年大商股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2015年大商股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2015年大商股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2015年大商股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2015年大商股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2015年大商股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2015年大商股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2015年合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年重庆百货大楼股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2015年重庆百货大楼股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2015年重庆百货大楼股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2015年重庆百货大楼股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2015年重庆百货大楼股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2015年重庆百货大楼股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2015年重庆百货大楼股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年北京华联综合超市股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2015年北京华联综合超市股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2015年北京华联综合超市股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2015年北京华联综合超市股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2015年北京华联综合超市股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2015年北京华联综合超市股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2015年北京华联综合超市股份有限公司资产与负债分析表

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/282100.html>