

2020-2025年中国百货零售行业市场运营现状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《2020-2025年中国百货零售行业市场运营现状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/channel/business/612337.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

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 百货零售所属行业发展分析

第一章 我国零售业发展现状分析

第一节 2019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 2019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 2015-2019年我国社会消费零售总额与消费价格分析

一、2019年社会消费零售总额数据分析

二、2019年居民消费价格

三、2019年社会消费零售总额数据分析

四、2019年居民消费价格

第二章 2019年我国零售业发展分析

第一节 2019年中国零售业发展态势分析

一、2019年零售业转型加快

二、2019年零售业需重构经营模式

三、2019年零售企业关闭门店情况分析

四、2019年零售业从单一到多重角色

五、2019年零售业面临业态渠道大考

六、2019年成本重压拖缓零售业发展步伐

第二节 2019年我国零售业发展预测

一、2019年我国零售业的销售增长预测

二、2019年零售业迎来大变革时代

三、2019年中国零售业演绎转型提速

四、2019年科技改变传统零售业

第三节 2019年中国零售业不同业态发展分析

一、2019年百货业发展态势分析

二、2019年超市业发展态势分析

三、2019年家电连锁业发展态势分析

四、2019年鞋服专卖店发展态势分析

第四节 2019年中国零售业不同业态发展展望

一、2019年百货业发展态势展望

二、2019年超市业发展态势展望

三、2019年家电连锁业发展态势展望

四、2019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 2015-2019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

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 2015-2019年中国连锁百强特点分析

一、2019年中国连锁百强特点分析

二、2019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 百货零售细分市场分析

第四章 我国百货零售业发展分析

第一节 百货业发展分析

- 一、2019年百货零售业“微增长”已经来临
- 二、2019年老牌百货的沉沦与脱胎
- 三、2019年百货零售业转型的思考
- 四、传统百货未来发展空间

第二节 购物中心发展分析

- 一、2015-2019年中国购物中心发展报告
- 二、购物中心发展突破点分析
- 三、2019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

第三节 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

第五章 我国其他零售业态发展分析

第一节 超市业发展分析

- 一、2019年超市上市公司业绩分析
- 三、2019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、2019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

第四节 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

第六章 吉林省、吉林市零售业发展分析

第一节 吉林省零售业发展分析

- 一、2019年吉林社会消费品零售总额
- 二、2019年吉林省社会消费品零售总额
- 二、2019年吉林省全省消费需求平稳增长

第二节 吉林市零售业发展分析

- 一、2019年吉林市经济总量
- 二、2019年吉林市社会消费品零售总额统计
- 三、2019年吉林市人口、人民生活、社会保障统计
- 四、2019年吉林市社会消费品零售总额统计

第三部分 百货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、2019年我国零售百强分析
- 二、2019年零售业竞争消费格局
- 三、2019年内地零售业竞争环境
- 四、2019年传统零售业遭电商截击
- 五、2019年娃哈哈零售业进军全国
- 六、《2019全球零售力量》排行榜
- 七、2019年零售业全线收缩洗牌在即
- 八、2019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、2019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、经营情况
- 三、沃尔玛在华门店分布盘点统计
- 四、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、家乐福经营情况
- 四、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、经营情况
- 三、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、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、经营情况分析

四、财务数据分析

五、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、经营情况分析

四、财务数据分析

五、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、经营情况分析

四、财务数据分析

五、发展展望及策略

第四节 大商股份有限公司

一、公司概况

二、经营情况分析

四、财务数据分析

五、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、经营情况分析

四、财务数据分析

五、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、经营情况分析

四、财务数据分析

五、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、经营情况分析

四、财务数据分析

五、发展展望及策略

第四部分 百货零售行业发展趋势及战略

第十章 2020-2025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 2020-2025年我国零售业的发展变化与成长空间分析

一、2019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 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025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

第十二章 2020-2025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

第十三章 2020-2025年零售业投资发展策略分析

第一节 2020-2025年零售业投资分析

一、存在的问题与挑战

二、2020-2025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、2020-2025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2019年全国零售业经营单位数

图表2019年全国零售业经营单位销售额及增速

图表2019年全国零售业不同规模企业销售额占比

图表2019年全国零售企业销售额地区分布

图表2019年全国零售业经营单位从业人数

图表2019年零售业法人企业年末营业面积

图表2019年零售企业法人企业营业利润增速

图表2019年销售额各业态占比及较上年增减情况

图表2019年营业面积各业态占比及较上年增减情况

图表2019年零售行业从业人数各业态占比及较上年增减情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/612337.html>