

2013-2017年中国零售业市场运营态势与发展策略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国零售业市场运营态势与发展策略研究报告》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.huaon.com/detail/133784.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

以零售业为主体的流通业在中国国民经济体系中，已经完全具备了基础产业的全部特征。中国零售业的发展势头已经越来越强劲，并在经济体系中扮演着越来越重要的角色。中国零售业在面临更多机遇的同时，也面临着来自更多方面的挑战。

2011年，我国消费品市场发展面临较为复杂的经济环境：经济结构调整和国际复杂多变的环境使得我国经济增长速度逐季放缓，出口增速出现下滑，贸易顺差大幅度减少。在这种环境下，全年社会消费品零售总额实现183919.9亿元，比2010年名义增长17.1%。其中零售业商品销售额为71824.9亿元，同比增长24.88%。近年来我国零售业商品销售额保持较快的增长速度，并且占GDP比重也逐年增加，2011年我国零售业商品销售额占GDP比重为15.23%，比上年增加0.91个百分点。

《2013-2017年中国零售业市场运营态势与发展策略研究报告》立足于零售业市场发展现状分析，通过对零售业行业环境、零售业产业链、零售业市场供需、零售业价格、零售业生产企业的详尽分析，以使企业和投资者达到对零售业产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使企业和投资者把握零售业未来的市场发展趋势，我中心还对零售业行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

第一章 零售业相关概念

第一节 零售业概述

- 一、零售业的概念
- 二、零售业的行业特点
- 三、零售百货业的含意

第二节 零售业的准入条件概述

- 一、注册登记条件
- 二、资金条件
- 三、技术、设备条件

第三节 零售业的业态概述

- 一、零售业态的划分标准
- 二、零售业的基本业态
- 三、零售业态发展规律分析
- 四、无店铺销售归入零售业态

第二章 世界零售业发展概况分析

第一节 世界零售业发展环境总体分析

- 一、当代国际零售业的特点
- 二、跨国零售商海外市场的进入模式和选择

三、西方零售业发展的两个理论分析

第二节 欧洲零售业行业发展状况分析

一、欧洲零售业格局分析

二、欧洲的十五大零售企业

三、欧洲的网上零售企业

四、欧洲零售企业进军俄市场的部署

五、欧洲的零售农产食品安全认证

第三节 美国零售业行业发展形势分析

一、美国零售商业营销管理的四个特点

二、美国零售商业高技术的运用

三、美国网络零售业快速发展

四、美国零售业连锁化与郊区化的趋势

第四节 日本零售业发展局势分析

一、日本零售企业信息化建设的现状

二、日本连锁经营企业成功的理由

三、日本便利店成功的经营策略分析

四、日本百货店业的经营现状与发展方向

五、日本零售业的发展态势

第五节 其他国家或地区零售业概况分析

一、波兰

二、越南

三、罗马尼亚

第三章 中国零售业发展环境分析

第一节 国内零售业经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013中国零售业经济发展预测分析

第二节 中国零售业行业政策环境分析

第四章 中国零售业发展概况分析

第一节 中国零售业概述

一、零售业在中国国民经济中的地位分析

二、中国零售业不同历史阶段的特点分析

三、当前国内零售市场的特点

四、中国零售行业的发展格局分析

五、中国零售业进入转型关键时期

第二节 中国大型零售企业的成长探讨

- 一、中国大型零售企业成长的特点
- 二、影响中国大型零售企业成长的因素
- 三、国内大型零售企业成长的路径分析

第三节 中国零售业存在问题分析

- 一、中国零售业存在的问题及其原因
- 二、中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴
- 三、当前零售市场存在的基本问题
- 四、影响中国零售业健康发展的问题分析
- 五、零售业销售人才缺乏

第四节 中国零售业应对问题的策略分析

- 一、中国零售业的未来发展策略
- 二、促进中国零售业健康发展的政策
- 三、中国零售行业发展的建议
- 四、国内零售市场的发展对策分析

第五章 中国零售业细分市场发展态势分析——超市业

第一节 中国超市的发展形势分析

- 一、中国超市零售业的现状
- 二、中国超市的供应链与资金链
- 三、中国超市业发展的规模化道路
- 四、中国超市零售业的信息化之路
- 五、中国超市零售业的发展战略

第二节 中国超市的经营管理分析

- 一、连锁超市经营管理中五个不等分析
- 二、超市管理的关键点分析
- 三、超市人力资源管理的误区分析

第三节 中国大型超市的经营分析

- 一、大型综合超市的含义特征分析
- 二、中国大型综合超市建立的可行性
- 三、中国大型超市的发展现状分析
- 四、大型综合超市新的营销策略
- 五、大中型超市社区营销能力提高的思考

第四节 2013-2017年中国超市的发展趋势分析

- 一、连锁经营成为超市发展的新趋向
- 二、未来中国超市发展基本趋势

三、全球化下中国超市发展的十个趋势

第六章 中国零售业细分市场形势浅析——便利店

第一节 世界部分国家或地区的便利店分析

- 一、美国是便利店的发源之地
- 二、英国的便利店行业现状
- 三、日本便利店经营的发展分析
- 四、台湾便利店行业的发展

第二节 中国便利店发展现状分析

- 一、国内外便利店成功案例分析
- 二、对中国便利店发展的思考
- 三、中国便利店市场上的中外资本
- 四、中国便利店生存的困惑
- 五、便利店发展中面临的问题
- 六、中国便利店发展的三个策略

第三节 中国便利店的投资分析

- 一、中国发展便利店的必要与优势
- 二、便利店的市场定位分析
- 三、便利店赢利的基础分析
- 四、便利店市场风险及机遇并存
- 五、便利店的投资规划建议
- 六、便利店市场的投资前景看好

第四节 2013-2017年中国便利店的前景和趋势分析

- 一、中国发展便利店的前景广阔
- 二、便利店的发展趋势分析

第七章 中国零售业细分市场形势剖析——购物中心

第一节 世界部分国家或地区的购物中心分析

- 一、东南亚购物中心
- 二、美国购物中心
- 三、德国购物中心
- 四、日本购物中心

第二节 中国的购物中心发展状况分析

- 一、国内购物中心发展回顾
- 二、中国购物中心发展现状分析
- 三、商务部将出台规范分级控制购物中心的建设
- 四、区域型购物中心成为发展趋势

第三节 中国购物中心发展面临的问题及风险

- 一、国内购物中心的运作失误
- 二、中国购物中心发展存在的问题
- 三、购物中心发展中需注意的几个问题
- 四、国内购物中心建设的三个误区
- 五、中国购物中心发展中的潜在风险

第四节 中国购物中心的发展建议分析

- 一、中国购物中心健康发展的对策
- 二、中国购物中心的开发策略
- 三、国内发展大型郊区购物中心需谨慎

第八章 中国零售业细分市场发展状况解析——百货店业

第一节 中国百货店发展现状分析

- 一、中国百货商店的发展简析
- 二、消费者牵动的百货业品牌竞争
- 三、中国百货业的竞争力分析
- 四、百货业应对市场的竞争挑战的对策
- 五、中国百货店的复兴之道
- 六、百货业亟待“个性化”创新

第二节 中国百货业的营销分析

- 一、百货店间常用的促销手段
- 二、百货商场营销策划的三个主要因素
- 三、百货业营销中应避免的误区
- 四、百货店的促销建议

第三节 中国大型百货业发展态势分析

- 一、现代大型百货市场定位模式探析
- 二、大型百货零售业市场的内部准入条件
- 三、大型百货零售企业服务质量的要素构成
- 四、大型百货店陷入困境的原因分析
- 五、大型百货店市场制胜的发展策略

第九章 中国其他零售业态发展分析

第一节 中国大卖场市场发展状况分析

- 一、大卖场业态概述
- 二、大卖场的供应商组合和管理
- 三、大卖场的防损耗管理的内外策略
- 四、其他零售业态对大卖场产生的竞争力分析

第二节 中国仓储式商场发展态势分析

- 一、仓储式商场的兴起与发展
- 二、仓储式商场的四个营销特点
- 三、中国仓储式商场经营管理中的问题
- 四、仓储式商场发展中的问题及制约因素
- 五、中国仓储式商场的发展对策及建议

第三节 中国专业店行业发展形势分析

- 一、专业店的变迁过程
- 二、专业店的发展及经营特色
- 三、专业店的发展特点
- 四、中国专业店的发展现状
- 五、外资专业店在中国发展之路解析

第四节 中国专卖店发展状况分析

- 一、专卖店概述
- 二、对专卖店营销的思考
- 三、针对加强专卖店建设的建议

第十章 中国零售业的市场竞争格局分析

第一节 中外零售企业竞争力的比较研究

- 一、管理技术的比较
- 二、人力资本的比较
- 三、企业规模的比较
- 四、营销战略比较
- 五、中外资零售企业所在国政府管理的比较

第二节 中国零售业的竞争结构分析

- 一、零售业的高度竞争性
- 二、规模化的趋势和不同规模之间的竞争
- 三、零售业的进入威胁和进入壁垒
- 四、替代威胁及“业态”的多样化

第三节 中国零售业的竞争现状分析

- 一、中国内外资零售企业的竞争格局
- 二、中国零售业竞争格局的变化
- 三、中国零售业的低价运作竞争
- 四、中国零售业的竞争误区和失范

第四节 中国零售业的竞争战略分析

- 一、中国零售企业的竞争战略定位分析

二、中国零售业竞争战略模式的探析

三、中国零售业竞争的信息战略

四、中国零售企业的“规模”和“强大”辨析

五、提高中国零售企业国际竞争力的对策建议

第五节 提升本土零售业竞争力的对策分析

一、本土零售企业的竞争优势分析

二、本土零售企业竞争力的劣势分析

三、本土零售业的竞争战略分析

第十一章 中国零售业上市公司主要财务数据分析

第一节 上海新世界股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 重庆百货大楼股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 苏宁电器股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 广州友谊集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 中国零售业物流体系运行状况分析

第一节 国内外物流业发展现状分析

一、中国物流业特点分析

二、企业物流运作的五大功能分析

三、中国物流行业中存在的问题

四、加速中国物流业发展的策略建议

五、物流技术和装备的发展趋势

六、国际物流业的四个发展趋势

第二节 中国第三方物流发展状况分析

一、第三方物流企业经营战略类型分析

二、第三方物流深入采购与生产运作的方法

三、中国航空快递企业第三方物流运作模式

四、第三方物流企业在电子商务中的发展前景

第三节 中国物流与零售企业发展形势分析

一、零售企业现代物流策略的开展

二、零售企业跨区域发展的物流服务及评价

三、现代物流是零售企业竞争力的重要手段

四、中国零售企业物流环节的不足之处

第四节 中国连锁零售业的物流分析

一、中国连锁零售业物流配送的概况

二、第三方物流与连锁零售业的结合趋势

三、零售业的缺货率原因及缺货对策

四、中国连锁零售业物流的趋势

第十三章 中国的流通业发展局势分析

第一节 中国流通业发展现状分析

一、国外零售商跨国扩张对中国流通产业的影响

二、流通力的内涵及流通业的重要性

三、开放背景下中国流通业面临变革

四、中国流通业的现状及发展规划

五、中国流通业与发达国家的差距

六、中国流通业的误区及对策

七、中国流通业的发展策略分析

第二节 中国部分行业的流通态势分析

一、中国家电流通业的发展历程

二、中国钢材流通体系建设分析

三、中国药品流通监管迈入网络时代

四、中国汽配流通市场现状和发展趋势

第三节 中国农村流通体系分析

一、中国农村市场流通业发展现状

二、中国农村市场流通存在的问题分析

三、加强农村流通体系建设的建议

第四节 2013-2017年中国流通业的发展趋势分析

一、西方发达国家流通业发展的趋势

二、国外流通业发展的新趋势向

三、全球经济环境下流通业的整合趋势

四、流通企业强强联合成为新的发展趋势

第十四章 2013-2017年中国零售业的发展前景预测分析

第一节 2013-2017年国际零售业的发展趋势分析

一、全球百货零售业的发展趋势

二、国际零售业的主要发展趋势

三、亚太地区零售业的发展趋势

第二节 2013-2017年中国零售业发展趋势分析

一、零售行业整体持续向好

二、新的连锁业零售业态将高速增长

三、零售行业内部整合的步伐加快

四、零售企业的“国退民进”新趋势

第三节 2013-2017年中国零售业的主要发展方向分析

一、零售业业态的多元化

二、经营方式特色化

三、企业发展规模化

四、市场定位科学化

五、企业经营国际化

六、管理手段的现代化

七、自助购物普及化

第十五章 2013-2017年中国零售业投资前景分析

第一节 2013-2017年中国零售业投资机会分析

一、中国便利店的发展商机无限

二、购物中心成为商业业态的新形式

三、中国折扣店的发展前景看好

四、专业店的内地市场前景光明

第二节 2013-2017年中国零售业投资风险分析

一、国内的政策风险

二、外资不断涌入的产业风险

三、投机型模式造成的零售业风险

四、零售业扩张中的无效规模陷阱

第三节 2013-2017年中国零售业投资建议

一、加快抢占市场空白点

二、充分运用并购重组策略

三、投资超市项目以规模化取胜

四、谨慎进入百货业

五、仔细了解零售店铺审批程序

第四节 2013-2017年中国零售业营销策略创新分析

一、商品采购策略

二、国际化战略

三、市场细分策略

四、连锁化策略

五、新业态策略

通过《2013-2017年中国零售业市场运营态势与发展策略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/133784.html>