

2017-2022年中国零售行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国零售行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/306031.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

随着 2014 年全球经济发展分化，全球零售市场也呈现出了不同的发展态势。美国经济持续走强带动了北美地区的零售市场发展，综合来看北美地区企业在全全球零售 250 强中占据 87 个席位，87 家公司的销售收入在 2014 年同比增长 5.2%，但是由于受到其他经济因素的影响，企业利润增长面对压力，平均综合净利润率仅为 3.1%，同时 87 家公司中超过一半的公司都出现了亏损或者利润下滑的情况，经营业绩出现分化。从总销售额来看，虽然公司数量上欧洲地区以 93 家公司上榜位列第一，但是北美地区企业在全全球零售前 250 强中占比仍旧最大。欧洲零售市场由于受到欧洲经济疲软的影响，93 家公司的营业收入增长仅为 2.1%，下降到五年来最低水平，并成为五大地区中增速垫底的地区，英国公司集体疲软。93 家公司中 30% 的公司出现衰退，30% 的公司虽然保持增长但是增速有所下降。欧洲地区企业的利润率仅为 2.4%，为全部地区中最低，93 家公司中 10% 的公司出现亏损，43% 的公司利润下滑。在日本零售市场影响下，虽然中国和香港的零售企业营收增长较快，但是亚太市场整体营收增速出现滞后，全年营收增长为 5.8%。该地区净利润率 2.6%，虽然大部分公司盈利但是一半以上公司出现利润负增长。拉美和非洲/中东地区不仅营收增长最快，分别为 8.5% 和 19.4%，利润率在五个地区中最高，分别为 3.8% 和 5.6%，体现了新兴市场的潜力。

各地区零售产业发展情况

各地区零售销量占比

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：

第一章 零售业相关概述

1.1 零售业简介

1.1.1 零售业的定义

1.1.2 零售业的形式

1.1.3 零售贸易的特征

1.1.4 零售贸易的功能

1.2 零售业的准入条件

1.2.1 注册登记条件

1.2.2 资金条件

1.2.3 技术及设备条件

1.3 零售业的产业特点

1.3.1 行业生产要素特征

1.3.2 行业的周期性特征

1.3.3 行业的季节性特征

1.4 零售业的业态概述

1.4.1 划分标准及定义

1.4.2 基本业态介绍

1.4.3 发展规律分析

第二章 中国零售业发展规划背景分析

2.1 宏观经济环境

2.1.1 全球经济现状

2.1.2 中国经济现状

2.1.3 经济发展趋势

2.2 政策环境

2.2.1 流通体制改革

2.2.2 放开二孩政策

2.2.3 成立无店铺零售业组织

2.2.4 支持实体零售O2O转型

2.3 社会环境

2.3.1 人口结构变化

2.3.2 城镇化进程加快

城镇化进程

2.3.3 互联网浪潮涌起

2.3.4 新生代消费群体兴起

2.4 关联产业环境

2.4.1 零售业和物流业

2.4.2 零售业和商业地产

2.4.3 零售业和逆向物流

第三章 2014-2016年中国零售业发展全方位剖析

3.1 中国零售业发展总况

3.1.1 行业发展进程

3.1.2 行业发展特征

3.1.3 行业发展动态

3.1.4 行业发展趋势

3.2 2014-2016年中国零售业发展现状综合分析

3.2.1 2014年行业运行状况

3.2.2 2014年行业资本并购分析

3.2.3 2015年行业运行状况

3.2.4 2015年行业资本并购分析

3.2.5 2015年企业运营状况

3.2.6 2016年行业运行状况

3.3 2014-2016年中国网络零售业发展状况分析

3.3.1 行业发展概况

3.3.2 行业发展进程

3.3.3 行业发展现状

2014 年各地区零售产业发展情况

3.3.4 行业竞争优势

3.4 2014-2016年中国农村零售业发展探析

3.4.1 行业发展概况

3.4.2 行业发展历程

3.4.3 行业发展现状

3.4.4 行业连锁经营状况

3.5 中国零售行业发展的SWOT分析

3.5.1 优势 (Strength)

3.5.2 劣势 (Weakness)

3.5.3 机会 (Opportunity)

3.5.4 威胁 (Threat)

3.6 未来中国零售业的主要方向

3.6.1 业态多元化

3.6.2 市场定位科学化

3.6.3 经营方式特色化

3.6.4 管理手段现代化

3.6.5 自助购物普及化

3.6.6 企业发展规模化

3.6.7 企业经营国际化

第四章 2014-2016年零售业态之：超市业分析

4.1 2014-2016年超市行业发展概况

4.1.1 超市行业概述

4.1.2 市场发展规模

4.1.3 市场竞争格局

4.1.4 区域发展形势

4.1.5 网上超市发展

4.1.6 连锁超市信息化

4.2 超市的经营管理

4.2.1 经营的五个不相等

4.2.2 超市管理的关键点

4.2.3 零售超市经营策略

4.2.4 高校超市经营策略

4.2.5 人力资源管理误区

4.3 连锁超市市场营销策略

4.3.1 市场营销SWOT分析

4.3.2 农村连锁超市的发展

4.3.3 生鲜连锁超市的发展

4.3.4 发展存在的主要问题

4.3.5 市场营销的策略选择

4.4 中小超市的竞争战略策略选择

4.4.1 发展优势分析

4.4.2 发展劣势情况

4.4.3 企业战略定位

4.4.4 竞争策略选择

4.5 超市的发展趋势

4.5.1 未来发展方向

4.5.2 行业发展趋势

4.5.3 农村超市前景

第五章 2014-2016年零售业态之：便利店分析

5.1 世界部分国家或地区的便利店分析

5.1.1 全球主要地区形势

5.1.2 美国便利店的发展

5.1.3 日本便利店发展分析

5.1.4 韩国便利店发展现状

5.1.5 台湾地区便利店行业浅析

5.2 中国便利店的发展概况

5.2.1 市场发展特点

5.2.2 主要经营特征

5.2.3 区域发展格局

5.2.4 便利店物流模式

5.3 我国便利店发展形势分析

5.3.1 行业发展优势

5.3.2 行业发展劣势

5.3.3 未来发展机会

5.3.4 发展面临威胁

5.4 便利店的投资分析

5.4.1 产业发展必要

5.4.2 市场定位分析

5.4.3 赢利基础分析

5.4.4 投资规划建议

5.4.5 投资前景看好

5.5 中国便利店发展存在的问题及对策

5.5.1 发展面临挑战

5.5.2 产业发展建议

5.5.3 经营策略分析

5.6 便利店的前景和趋势

5.6.1 发展前景广阔

5.6.2 市场发展机遇

5.6.3 核心发展趋势

第六章 2014-2016年零售业态之：购物中心分析

6.1 世界部分国家或地区的购物中心分析

- 6.1.1 美国购物中心
- 6.1.2 德国购物中心
- 6.1.3 日本购物中心
- 6.1.4 东南亚购物中心
- 6.2 2014-2016年中国的购物中心分析
 - 6.2.1 行业发展回顾
 - 6.2.2 发展驱动因素
 - 6.2.3 市场利弊分析
 - 6.2.4 O2O经营模式
 - 6.2.5 社区购物中心
 - 6.2.6 未来发展趋势
- 6.3 区域发展情况分析
 - 6.3.1 区域发展总况
 - 6.3.2 华东地区发展
 - 6.3.3 华南地区发展
 - 6.3.4 华中地区发展
 - 6.3.5 华北地区发展
 - 6.3.6 西南地区发展
- 6.4 国内典型城市购物中心开发情况
 - 6.4.1 典型城市开发情况
 - 6.4.2 一线城市开发情况
 - 6.4.3 二线城市开发情况
 - 6.4.4 三线城市开发情况
- 6.5 购物中心的设计
 - 6.5.1 景观规划设计
 - 6.5.2 本体建筑设计
 - 6.5.3 消防系统设计
 - 6.5.4 照明系统设计
 - 6.5.5 区域购物中心规划
- 6.6 购物中心发展面临的问题
 - 6.6.1 规模过于庞大
 - 6.6.2 发展定位模糊
 - 6.6.3 人才资源匮乏
 - 6.6.4 项目缺乏创新
 - 6.6.5 经营方式单一

6.7 中国购物中心的发展建议

6.7.1 大型购物中心发展对策

6.7.2 购物中心转型突破思路

6.7.3 购物中心零售营销策略

6.7.4 购物中心招商引资策略

第七章 2014-2016年零售业态之：百货店业分析

7.1 中国百货店业发展概况

7.1.1 百货行业发展特点

7.1.2 百货业的本土优势

7.1.3 外资百货在华发展

7.1.4 百货行业逆境求生

7.1.5 百货业的物业模式

7.1.6 百货业的发展趋势

7.2 2014-2016年中国百货行业运行分析

7.2.1 2014年百货行业发展态势

7.2.2 2014年连锁百货经营业绩

7.2.3 2015年百货行业效益分析

7.2.4 2015年百货行业运行特征

7.2.5 2016年百货行业转型升级

7.3 百货业供应商关系管理探析

7.3.1 百货业供应商关系管理简述

7.3.2 百货业供应商关系管理的作用

7.3.3 传统百货加强与轻奢品牌合作

7.3.4 百货业与供应商合作模式变革

7.3.5 百货业供应商关系管理的问题

7.3.6 百货业供应商管理的发展趋势

7.4 百货行业营销策略分析

7.4.1 百货店常用的促销手段

7.4.2 百货商场营销的主要因素

7.4.3 百货行业多元化营销模式

7.4.4 价格战成百货店营销误区

7.4.5 百货行业促销推广建议

7.5 大型百货店运营分析

7.5.1 大型百货定位模式探析

7.5.2 大型百货的内部准入条件

7.5.3 大型百货服务质量的要素

7.5.4 大型百货店发展面临的挑战

7.5.5 大型百货店的转型发展策略

7.6 百货行业面临的挑战及发展对策

7.6.1 百货业存在的主要问题

7.6.2 百货行业转型迫在眉睫

7.6.3 百货业竞争力提升策略

7.6.4 传统百货企业创新策略

第八章 2014-2016年其他零售业态分析

8.1 大卖场

8.1.1 大卖场业态概述

8.1.2 大卖场行业运营现状

8.1.3 大卖场巨头谋求转型

8.1.4 大卖场企业战略调整

8.1.5 外资大卖场在华布局

8.1.6 大卖场竞争对手分析

8.1.7 大卖场营销策略创新

8.2 仓储式商场

8.2.1 仓储式商场发展历史

8.2.2 仓储式商场经营分析

8.2.3 仓储式商场营销特征

8.2.4 仓储式商场制约因素

8.2.5 仓储式商场发展策略

8.3 专业店

8.3.1 专业店的变迁过程

8.3.2 专业店业态的发展

8.3.3 专业店的经营特色

8.3.4 国内专业店发展升温

8.3.5 专业店运营管理策略

8.4 专卖店

8.4.1 专卖店特点及影响因素

8.4.2 传统专卖店面临转型

8.4.3 对专卖店营销的思考

8.4.4 专卖店运营策略建议

第九章 2014-2016年主要商品零售市场发展分析

9.1 服装市场

9.1.1 中国服装行业不断发展壮大

9.1.2 国内服装零售市场发展规模

9.1.3 2015年服装零售市场特征

9.1.4 2016年服装零售市场动态

9.1.5 服装零售线上线下渠道比较

9.1.6 服装零售市场消费需求分析

9.1.7 服装零售市场未来发展趋势

9.2 家电市场

9.2.1 我国家电行业持续平稳增长

9.2.2 2015年家电零售市场规模

9.2.3 2016年家电零售市场动态

9.2.4 家电零售市场盈利模式分析

9.2.5 家电零售电商渠道竞争格局

9.2.6 家电零售市场未来发展趋势

9.3 汽车市场

9.3.1 2014年汽车市场产销规模

9.3.2 2015年汽车市场产销规模

9.3.3 2016年汽车市场产销规模

9.3.4 政策鼓励汽车销售多样化

9.3.5 二手车销售市场商业模式

9.3.6 汽车零售市场未来发展趋势

9.4 食品市场

9.4.1 中国食品工业发展规模

9.4.2 食品零售市场运行特征

9.4.3 食品零售市场价格走势

9.4.4 食品电商市场发展模式

9.4.5 食品消费未来分化趋势

9.5 化妆品市场

9.5.1 化妆品终端零售市场特点

9.5.2 化妆品零售市场发展规模

9.5.3 化妆品零售市场渠道分析

9.5.4 化妆品网购市场快速崛起

9.5.5 化妆品零售市场前景展望

第十章 2014-2016年中国重点城市零售行业发展状况

10.1 北京

10.1.1 北京零售业发展成就

10.1.2 北京零售业市场结构

10.1.3 北京社会消费品零售状况

10.1.4 北京居民消费水平分析

10.1.5 北京零售企业经营状况

10.1.6 北京零售业发展动态

10.1.7 北京市零售业发展方向

10.2 上海

10.2.1 上海经济总体运行情况

10.2.2 上海社会消费品零售状况

10.2.3 上海居民消费水平分析

10.2.4 上海零售企业经营状况

10.2.5 上海零售业发展动态

10.2.6 上海零售商场发展方向

10.3 广州

10.3.1 广州经济总体运行分析

10.3.2 广州零售业发展成就

10.3.3 广州社会消费品零售状况

10.3.4 广州居民消费水平分析

10.3.5 广州实体零售转型升级

10.4 深圳

10.4.1 深圳经济总体运行分析

10.4.2 深圳社会消费品零售状况

10.4.3 深圳居民消费水平分析

10.4.4 深圳零售业客户满意度分析

10.4.5 深圳零售业创新商业模式

10.4.6 深圳零售市场发展格局

10.4.7 深圳零售业发展策略

10.4.8 深圳零售业发展机遇

10.5 成都

- 10.5.1 成都经济总体运行情况
- 10.5.2 成都社会消费品零售状况
- 10.5.3 成都居民消费水平分析
- 10.5.4 成都零售业发展现状
- 10.5.5 成都零售业发展格局
- 10.5.6 成都零售业发展前景

第十一章 中国主要零售商业圈分析

- 11.1 北京主要零售商业圈
 - 11.1.1 王府井商圈
 - 11.1.2 西单商圈
 - 11.1.3 中关村商圈
 - 11.1.4 公主坟商圈
 - 11.1.5 CBD商圈
- 11.2 上海主要零售商业圈
 - 11.2.1 南京西路商圈
 - 11.2.2 徐家汇商圈
 - 11.2.3 南京东路商圈
 - 11.2.4 陆家嘴商圈
 - 11.2.5 五角场商圈
 - 11.2.6 四川北路商圈
- 11.3 广州主要零售商业圈
 - 11.3.1 天河路商圈
 - 11.3.2 珠江新城商圈
 - 11.3.3 白云新城商圈
 - 11.3.4 市桥南商圈
 - 11.3.5 万博商圈
- 11.4 深圳主要零售商业圈
 - 11.4.1 东门商圈
 - 11.4.2 深南中商圈
 - 11.4.3 华强北商圈
 - 11.4.4 南山商圈
 - 11.4.5 宝安中心商圈
- 11.5 武汉主要零售商业圈
 - 11.5.1 武广商圈

11.5.2 徐东商圈

11.5.3 中南商圈

11.5.4 光谷商圈

11.5.5 街道口商圈

11.5.6 江汉路商圈

11.5.7 钟家村商圈

第十二章 中国零售业电子商务的发展

12.1 中国电子商务全面分析

12.1.1 我国电子商务发展历程回顾

12.1.2 我国电子商务行业发展现状

12.1.3 我国电子商务行业结构分析

12.1.4 我国电子商务行业发展问题

12.1.5 我国电子商务行业发展策略

12.1.6 我国电子商务“十三五”发展方向

12.2 传统零售业与电子商务

12.2.1 电子商务对传统零售业的影响

12.2.2 传统零售业发展电子商务的原则

12.2.3 传统零售业转型的机遇与挑战

12.2.4 我国发展零售业电子商务对策

12.2.5 电子商务环境下传统零售业发展趋势

12.3 2014-2016年中国网络零售市场规模分析

12.3.1 市场交易规模

12.3.2 市场份额分析

12.3.3 网购用户规模

第十三章 2014-2016年中国重点零售企业运营状况分析

13.1 苏宁云商集团股份有限公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 经营效益分析

13.1.3 业务经营分析

13.1.4 财务状况分析

13.1.5 未来前景展望

13.2 王府井集团股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

- 13.2.2 经营效益分析
- 13.2.3 业务经营分析
- 13.2.4 财务状况分析
- 13.2.5 未来前景展望
- 13.3 上海新世界股份有限公司
 - 13.3.1 企业发展概况
 - 13.3.2 经营效益分析
 - 13.3.3 业务经营分析
 - 13.3.4 财务状况分析
 - 13.3.5 未来前景展望
- 13.4 广州市广百股份有限公司
 - 13.4.1 企业发展概况
 - 13.4.2 经营效益分析
 - 13.4.3 业务经营分析
 - 13.4.4 财务状况分析
 - 13.4.5 未来前景展望
- 13.5 重庆百货大楼股份有限公司
 - 13.5.1 企业发展概况
 - 13.5.2 经营效益分析
 - 13.5.3 业务经营分析
 - 13.5.4 财务状况分析
 - 13.5.5 未来前景展望
- 13.6 广州友谊集团股份有限公司
 - 13.6.1 企业发展概况
 - 13.6.2 经营效益分析
 - 13.6.3 业务经营分析
 - 13.6.4 财务状况分析
 - 13.6.5 未来前景展望
- 13.7 上市公司财务比较
 - 13.7.1 盈利能力分析
 - 13.7.2 成长能力分析
 - 13.7.3 营运能力分析
 - 13.7.4 偿债能力分析

14.1 中国零售业发展与国外的差距

14.1.1 经营规模的差距

14.1.2 业态选择的差距

14.1.3 经营效率的差距

14.1.4 信息化水平的差距

14.2 中国零售业存在的问题

14.2.1 行业面临的环境挑战

14.2.2 行业区域结构失衡

14.2.3 企业运营面临的问题

14.2.4 企业规模扩张瓶颈

14.2.5 市场竞争弊端分析

14.3 国内农村零售业存在的主要问题

14.3.1 网点规模小

14.3.2 基础设施落后

14.3.3 服务水平低

14.3.4 零售商品的局限性

14.3.5 进货渠道欠缺规划

14.4 中国零售业的发展战略

14.4.1 实施O2O战略

14.4.2 采取多样化业态

14.4.3 完善零售供应链

14.4.4 扩大企业的规模

14.4.5 提升管理水平

14.4.6 加强人才培养

14.5 我国农村零售业发展的策略

14.5.1 增加农民收入

14.5.2 零售业态创新

14.5.3 发展农村连锁经营

14.5.4 开拓农村零售市场

14.5.5 创建完善引资环境

14.5.6 加强法律知识普及

第十五章 零售业政策方向及规划建议

15.1 中国零售业的行业管理体系解析

15.1.1 行业主管部门

- 15.1.2 行业主要法规
- 15.1.3 行业主要政策
- 15.2 中国零售行业相关新政策解析
 - 15.2.1 推进商贸流通创新发展
 - 15.2.2 “互联网+流通”行动计划
 - 15.2.3 购物中心等级划分规范
 - 15.2.4 网络交易管理办法
- 15.3 我国促进零售业发展的政策措施
 - 15.3.1 建立健全商业法律体系
 - 15.3.2 促进城乡市场协调发展
 - 15.3.3 推进商业城新体系建设
 - 15.3.4 加快零售企业的改革步伐
- 15.4 中国零售业发展规划探析
 - 15.4.1 已启动行业“十三五”规划编制
 - 15.4.2 2016年电子商务工作规划

图表目录：

- 图表1 人均GNP与业态的关系
- 图表2 2013-2014年国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表3 2005-2014年全国粮食产量
- 图表4 2013-2014年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表5 2013-2014年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）
- 图表6 2013-2014年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表7 2013-2014年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表8 2013-2014年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
- 图表9 2011-2015年国内生产总值及其增长速度
- 图表10 2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表11 2015年年末人口数及其构成
- 图表12 2011-2015年城镇新增就业人数
- 图表13 2011-2015年全员劳动生产率
- 图表14 2015年居民消费价格月度涨跌幅度
- 图表15 2015年居民消费价格比上2014年涨跌幅度
- 图表16 2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况
- 图表17 2011-2015年全国一般公共预算收入
- 图表18 2011-2015年粮食产量

图表19 2011-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表20 2011-2015年全社会固定资产投资

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/306031.html>