

2012-2016年中国零售业市 场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国零售业市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/maoyi1208/G81651SVEA.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-08-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国零售业市场现状分析及投资前景研究报告》共二十章。介绍了零售行业相关概述、中国零售产业运行环境、分析了中国零售行业的现状、中国零售行业竞争格局、对中国零售行业做了重点企业经营状况分析及中国零售产业发展前景与投资预测。您若想对零售产业有个系统的了解或者想投资零售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章、零售业相关概述

第一节、零售业简介

- 一、零售业的定义
- 二、零售业的产业特点
- 三、零售百货业的定义

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及定义
- 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、世界零售业的发展

第一节、世界零售业发展总体分析

- 一、当代国际零售业的特点
- 二、全球零售业发展综述
- 三、跨国零售商海外市场的进入模式和选择
- 四、西方零售业态发展的两个理论分析
- 五、西方发达国家零售业总体呈现的特点
- 六、2009-2011年全球零售货品损耗金额的分析

七、国际三大零售巨头发展历程及启示

第二节、欧洲零售业

- 一、欧洲零售业主要特点分析
- 二、欧洲零售业态格局剖析
- 三、欧洲的十五大零售企业
- 四、2009年欧洲各国网络零售市场数据分析
- 五、2010年欧洲零售业的发展
- 六、2011年1-12月欧盟零售业销售状况
- 七、欧盟新法将冲击网络零售业发展

第三节、美国零售业

- 一、美国商业零售业发展综述
- 二、美国零售业的主要特征
- 三、美国零售商业营销管理的四个特点
- 四、2009年美国零售业销售情况
- 五、2010年美国零售业呈现增长态势
- 六、2011年美国零售业状况
- 七、美国零售业连锁化与郊区化的趋势

第四节、日本零售业

- 一、日本零售业发展总况
- 二、2009年日本零售业销售额情况
- 三、2010年日本零售行业分析
- 四、2011年日本零售业销售状况
- 五、2012年1月日本零售额恢复增长
- 六、日本零售业各业态调查分析
- 七、日本连锁经营企业成功的理由
- 八、日本零售业的发展态势

第五节、其他国家零售业概况

- 一、德国
- 二、澳大利亚
- 三、英国
- 四、俄罗斯

第三章、中国零售业产业环境

第一节、宏观经济环境分析

- 一、2009年中国国民经济运行分析
- 二、2010年我国国民经济运行总体良好
- 三、2011年中国国民经济运行状况

第二节、消费市场分析

- 一、居民可支配收入的不断提高是行业发展的原动力
- 二、城市化进程是消费增长的重要驱动因素
- 三、中国城镇居民消费需求分析
- 四、中国消费市场结构剖析
- 五、中国消费品市场实现重大跨越
- 六、我国消费品市场新特点解读
- 七、未来中国社会消费品零售总额预测

第三节、关联产业及其影响

- 一、零售商与银行之间费率的争议
- 二、零售业和商业地产
- 三、零售业和物流业
- 四、零售业和逆向物流

第四章、中国零售业分析

第一节、中国零售业总况

- 一、中国零售业国际地位日益重要
- 二、零售业在中国国民经济中的地位分析
- 三、中国零售业发展综述
- 四、中国零售业步入新的历史发展时期
- 五、“十一五”期间中国零售业凸显的亮点
- 六、中国零售业发展迎来“黄金期”

第二节、2008-2011年国内零售业的发展

- 一、2008年全国零售业整体发展回顾
- 二、2009年中国零售业表现可圈可点
- 三、2010年我国零售业平稳增长
- 四、2011年我国零售业发展分析

第三节、中国农村零售业发展探析

- 一、农村零售市场的特点分析
- 二、中国农村零售业业态分析
- 三、中国发展农村零售业的必要性
- 四、中国零售业发展必须拓展农村市场
- 五、国内农村零售业存在的主要问题
- 六、我国农村零售业发展的策略
- 七、中国农村零售业态的变革思路

第四节、中国大型零售企业的成长探讨

- 一、内资大型零售企业发展状况解析
- 二、中国重点大型零售企业现状分析
- 三、中国大型零售企业成长的特点
- 四、影响中国大型零售企业成长的因素
- 五、国内大型零售企业成长的路径分析

第五节、中国零售业的问题

- 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、中外零售业发展的差距
- 四、我国零售业发展面临的人才危机

第六节、零售业应对问题的策略

- 一、中国零售业的发展战略
- 二、我国零售业应对消费趋势变化的策略
- 三、加快我国零售业发展的对策
- 四、我国二三线城市零售业发展战略剖析
- 五、我国零售业态发展策略分析
- 六、解决零售企业人才危机的对策

第五章、零售业态之：超市业分析

第一节、超市行业发展概况

- 一、超市行业概述
- 二、2010年中国超市业发展的特征解析
- 三、2010年主要外资超市在中国市场的布局状况

- 四、2011年主要外资超市在华布局状况
- 五、我国高端超市发展状况及对策建议
- 六、制约我国网上超市发展的因素分析
- 七、我国连锁超市的信息化分析

第二节、超市的经营管理

- 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
- 四、连锁超市企业供应链管理中存在的问题及对策

第三节、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、中国大型超市发展现状
- 四、国内外大型超市经营模式对比及启示
- 五、我国大型超市循环经济模式发展探析
- 六、大型综合超市新的营销策略
- 七、大中型超市社区营销能力提高的思考

第四节、中国超市市场开拓与营销战略

- 一、我国连锁超市农村市场开拓探讨
- 二、连锁超市营销八大差异分析
- 三、本土超市应对外来竞争的营销战略
- 四、超市成功促销的经验

第五节、超市的发展趋势

- 一、未来中国超市发展基本趋势
- 二、全球化背景下中国超市发展的十个趋势
- 三、21世纪零售业态超市的发展态势

第六章、零售业态之：便利店分析

第一节、世界部分国家或地区的便利店分析

- 一、美国便利店的发展
- 二、英国便利店发展状况
- 三、日本便利店经营的发展分析

四、台湾地区便利店行业浅析

第二节、中国便利店的发展概况

- 一、国内外便利店成功案例分析
- 二、中国便利店的总体发展概况
- 三、我国便利店发展特征解析
- 四、2010年主要连锁便利店企业布局状况
- 五、外资企业抢占中国便利店市场

第三节、我国便利店发展的SWOT分析

- 一、优势（Strength）
- 二、劣势（Weakness）
- 三、机遇（Opportunity）
- 四、威胁（Threaten）

第四节、便利店的投资分析

- 一、中国发展便利店的必要
- 二、便利店的市場定位分析
- 三、便利店赢利的基础分析
- 四、便利店的投資规划建议
- 五、便利店市场的投資前景看好

第五节、中国便利店发展存在的问题及对策

- 一、我国便利店发展过程中存在的问题
- 二、我国便利店发展的四大建议
- 三、便利店经营策略分析

第六节、便利店的前景和趋势

- 一、中国发展便利店的前景广阔
- 二、便利店的发展趋势分析
- 三、便利店业态经营的趋势分析
- 四、我国便利店发展预测

第七章、零售业态之：购物中心分析

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、中国的购物中心分析

一、国内购物中心发展回顾

二、我国购物中心发展势头迅猛

三、我国购物中心发展的驱动因素

四、社区型购物中心成我国购物中心主体类型

五、中国购物中心的显著特点及未来趋势

六、我国购物中心发展预测

第三节、购物中心的设计

一、购物中心景观的规划和设计

二、购物中心本体建筑的设计

三、购物中心消防系统的设计

四、购物中心照明系统的规划和设计

五、都市区域性购物中心规划与设计

第四节、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瓶颈

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

第五节、中国购物中心的发展建议

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、我国购物中心发展的策略性建议

四、国内发展大型郊区购物中心需谨慎

第八章、零售业态之：百货店业分析

第一节、中国百货店业发展概况

一、中日美三国百货店业对比分析

二、2009年中国百货行业发展综述

三、2010年中国百货行业发展态势

- 四、2011年我国百货业发展热点盘点
- 五、我国百货行业发展呈现的新特点
- 六、我国百货业发展的本土优势
- 七、未来十年我国百货行业发展的机遇
- 八、我国百货业的发展趋势

第二节、中国百货业供应商关系管理探析

- 一、百货业供应商关系管理简述
- 二、百货业供应商关系管理的作用
- 三、百货店加强与高端品牌供应商合作
- 四、国内百货业供应商关系管理中的问题
- 五、百货业供应商管理的发展趋势

第三节、中国百货业的营销

- 一、百货店间常用的促销手段
- 二、百货商场营销策划的主要因素
- 三、百货业营销中应避免的误区
- 四、百货店的促销建议
- 五、中国百货店营销新思路探析

第四节、大型百货店分析

- 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

第五节、百货行业发展面临的挑战及对策

- 一、我国百货业发展中存在的主要问题
- 二、中国百货行业发展面临的五大挑战
- 三、后危机时代我国百货业的发展对策
- 四、我国百货业应对市场竞争的策略

第九章、其他零售业态分析

第一节、大卖场

- 一、大卖场业态概述

- 二、大卖场的供应商组合和管理
- 三、其他零售业态对大卖场产生的竞争力
- 四、我国大卖场经营策略

第二节、仓储式商场

- 一、仓储式商场发展历史
- 二、仓储式商场经营分析
- 三、仓储式商场发展分析
- 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、专业店

- 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、外资专业店在华发展之路解析

第四节、专卖店

- 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、中国零售业区域分析

第一节、北京零售业

- 一、北京零售行业“十一五”发展成就
- 二、2009年北京社会消费品零售业快速发展
- 三、2010年北京社会消费品零售额继续增长
- 四、2011年北京社会消费品零售状况
- 五、引进国外品牌助推北京市零售业发展
- 六、北京市积极促进网上零售业发展
- 七、北京市零售行业未来发展前景展望

第二节、上海零售业

- 一、上海零售业业态发展分析
- 二、上海居民消费价格水平分析
- 三、2009年上海零售业发展状况

- 四、2010年上海零售市场分析
- 五、2011年上海零售业稳步增长
- 六、上海社会消费品零售总额中网购比重将提升

第三节、广州零售业

- 一、广州城市居民消费结构变化状况
- 二、2011年广州零售业掀起扩张风潮
- 三、后亚运时代广州零售市场格局分析
- 四、广州市零售业态的渠道创新
- 五、广州零售行业重点企业发展态势
- 六、广州传统百货业发力电子商务领域
- 七、广州零售业发展存在的主要问题
- 八、2015年广州社会消费品零售规划

第四节、深圳

- 一、深圳零售业发展历程及成绩
- 二、深圳零售业现状综述
- 三、2010年深圳零售行业扩张加速
- 四、2011年深圳零售业的发展
- 五、深圳零售业快速成长的原因探析
- 六、深圳零售业发展中的问题
- 七、深圳零售业发展的对策建议
- 八、未来深圳零售业的发展趋势解析

第五节、成都零售业

- 一、2010年成都零售业发展简况
- 二、2011年成都零售业分析
- 三、成都市零售商圈布局情况解析
- 四、成都市零售行业呈现高端化态势
- 五、成都零售业发展面临的问题
- 六、成都市零售行业未来发展趋势

第六节、其它地区零售业

- 一、香港
- 二、澳门
- 三、重庆

四、武汉

五、天津

第十一章、中国零售业的国际化

第一节、中国零售业国际化发展综合状况

- 一、零售业国际化的含义和特点
- 二、中国零售国际化的战略选择解析
- 三、中国零售业国际化排名全球第六
- 四、我国零售企业国际化经营的特点与评价
- 五、零售业国际化的经验与启示

第二节、中国零售业中的外资

- 一、外资零售企业在中国市场布局情况
- 二、2010年外资零售品牌继续拓展中国市场
- 三、2011年政府规范外资零售企业在华发展
- 四、外资零售巨头在华发展面临生存危机
- 五、外资零售企业在华经营策略研析
- 六、外资零售集体调整战略加速在华市场布局

第三节、中国零售业国际化战略探讨

- 一、本土零售业国际化的必要性分析
- 二、零售国际化对中国本土企业的优劣影响
- 三、本土零售业的战略发展分析
- 四、中国零售业应对零售国际化的对策建议
- 五、本土零售业跨国经营的战略抉择
- 六、本土零售企业要加大自有品牌开发

第四节、零售业国际化的区位分析与空间扩张模式研究

- 一、零售业国际化空间分布特点
- 二、零售业国际化区位进入的理论判断
- 三、零售业国际化空间扩张模式简析
- 四、对中国零售企业国际化扩张的结论

第十二章、零售业的连锁经营

第一节、零售业的连锁经营概述

- 一、零售业连锁经营迅速发展
- 二、零售业连锁发展内涵和价值观
- 三、连锁零售企业的财务管理分析

第二节、2008-2011年我国连锁零售业的发展

- 一、2008年中国连锁零售业基本数据分析
- 二、2009年连锁零售业基本数据统计
- 三、2010年连锁零售业发展扫描
- 四、2011年我国连锁零售业分析

第三节、连锁零售企业供应商评价指标体系构建的综述

- 一、零售企业与生产企业选择供应商的差异分析
- 二、连锁零售企业供应商评价指标体系构建原则
- 三、连锁零售企业供应商评价指标体系构成分析

第四节、中国零售连锁业面临的挑战及发展

- 一、连锁零售业存在的主要问题
- 二、中小型连锁零售企业存在的问题及对策
- 三、连锁零售企业能耗现状及节能环保措施
- 四、连锁零售企业的管理策略
- 五、我国连锁零售业转型创新应处理好的关系

第五节、连锁零售业的前景

- 一、“十二五”期间连锁零售业将迎来大发展
- 二、连锁成为21世纪零售业的发展方向
- 三、连锁零售业未来发展将多样化

第十三章、中国零售业的信息化及电子商务

第一节、零售业的信息化分析

- 一、中国零售业信息化发展详解
- 二、零售创新需要进行信息化建设
- 三、零售业靠信息化打造时代竞争力
- 四、零售企业信息化的商业模式
- 五、大型零售企业信息系统内外部功能的提高

第二节、零售业信息化的问题及发展展望分析

- 一、中国零售行业信息化遭遇三难关

- 二、零售业信息化建设的方式分析
- 三、制定我国零售业信息化规划的思路
- 四、零售业信息化建设迎来发展机遇期
- 五、我国零售业的信息化发展趋势
- 六、零售业信息化将开始重大转型

第三节、零售业与电子商务

- 一、电子商务助力零售业发展
- 二、零售业的电子商务程度化分析
- 三、中国零售电子商务仍处在起步模式
- 四、网上零售模式的发展
- 五、零售业的电子商务和供应链管理
- 六、零售业进军电子商务遭遇转型困扰
- 七、中国零售业电子商务的模式及策略
- 八、中国网络零售业的发展前景分析

第四节、2009-2011年中国网络零售市场规模分析

- 一、2009年我国网络零售市场交易规模分析
- 二、2010年我国网络零售市场交易规模分析
- 三、2011年我国网络零售市场交易规模分析

第五节、中国零售业电子商务存在的问题和对策

- 一、中国零售业电子商务发展中存在的主要问题
- 二、中国零售类电子商务中的问题
- 三、中国零售业电子商务发展内部信息化策略
- 四、中国零售业电子商务发展的外部策略
- 五、电子商务提升零售企业核心竞争力

第十四章、零售业物流体系分析

第一节、中国物流业概况及第三方物流分析

- 一、我国现代物流业发展状况
- 二、物流业绘制振兴调整规划新蓝图
- 三、中国第三方物流发展简述
- 四、第三方物流企业经营战略类型分析
- 五、第三方物流深入采购与生产运作的方法

六、中国航空快递企业第三方物流运作模式

第二节、物流与零售企业

- 一、现代物流是零售企业竞争力的重要手段
- 二、智能物流促零售行业强健发展
- 三、仓储物流是零售供应链的利润源
- 四、零售企业跨区域发展的物流服务及评价
- 五、零售物流企业运输及成本分析
- 六、零售物流专业化合作成趋势

第三节、我国零售物流行业存在的问题及对策

- 一、零售业“冷落”第三方物流原因解析
- 二、中国零售企业物流环节的不足之处
- 三、我国零售业物流存在的问题及对策
- 四、我国零售企业有效实施物流治理的对策
- 五、零售企业现代物流策略的开展
- 六、解析零售企业逆向物流的管理战略

第四节、连锁零售业的物流

- 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

第十五章、中国的流通业

第一节、中国流通业现状

- 一、流通力的内涵及流通业的重要性
- 二、中国流通业发展成就回顾
- 三、2008年中国流通业发展状况分析
- 四、2009年中国流通业发展状况分析
- 五、2010年中国流通业发展状况分析
- 六、中国农村商品流通体系和市场机制发展分析

第二节、我国部分区域流通业发展现状

- 一、2010年北京流通业发展分析及展望
- 二、上海流通业发展现状综述

三、山东流通业综合分析

四、吉林省流通业发展现状概述

五、福建省流通业发展分析

第三节、中国部分行业的流通分析

一、我国钢铁流通业发展现状概述

二、中国家电流通业发展概况

三、我国医药流通业加速升级

四、2011年中国建材流通行业热点分析

五、“十二五”中国汽车流通行业的发展

第四节、中国流通业发展存在的问题及对策

一、中国流通业政策体制环境的障碍

二、我国流通业与发达国家存在的差距

三、消费升级与我国流通体系的优化分析

四、中国流通业存在的误区及对策

第五节、流通业的趋势

一、全球经济环境下流通业的整合趋势

二、“十二五”我国流通业发展预测

三、“十二五”中国流通业发展规划前瞻

第十六章、上市公司数据分析

第一节、上海新世界股份有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月新世界经营状况分析

三、2010年1-12月新世界经营状况分析

四、2011年1-9月新世界经营状况分析

第二节、北京王府井百货（集团）股份有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月王府井经营状况分析

三、2010年1-12月王府井经营状况分析

四、2011年1-9月王府井经营状况分析

第三节、苏宁电器股份有限公司

一、公司简介

- 二、2009年1-12月苏宁电器经营状况分析
- 三、2010年1-12月苏宁电器经营状况分析
- 四、2011年1-9月苏宁电器经营状况分析

第四节、广州友谊集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月广州友谊经营状况分析
- 三、2010年1-12月广州友谊经营状况分析
- 四、2011年1-9月广州友谊经营状况分析

第五节、重庆百货大楼股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月重庆百货经营状况分析
- 三、2010年1-12月重庆百货经营状况分析
- 四、2011年1-9月重庆百货经营状况分析

第六节、上市公司财务比较分析

- 一、盈利能力分析
- 二、成长能力分析
- 三、营运能力分析
- 四、偿债能力分析

第十七章、中国零售业的竞争格局

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、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、中国零售业的竞争剖析

- 一、我国零售企业竞争力现状
- 二、中国零售业竞争格局的变化
- 三、中国成为最具竞争力零售市场
- 四、国内零售业整体仍处于分散竞争状态
- 五、中国零售业的低价运作竞争
- 六、未来零售业竞争日趋激烈
- 七、未来零售业市场竞争的焦点

第四节、中国零售业的竞争战略

- 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、提升内资零售业竞争力的策略
- 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

- 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

第六节、服务利润链下零售企业竞争策略

- 一、服务利润链理论概述
- 二、服务利润链关系模型的构建
- 三、服务利润链理论在零售企业的运用

第十八章、零售业的品牌与营销

第一节、零售业的品牌

- 一、零售企业品牌体系的建立
- 二、零售企业自有品牌的渠道整合功能
- 三、大型品牌零售企业及其社会责任
- 四、零售企业品牌管理中应处理好的关系

第二节、零售业自有品牌发展概况

- 一、零售业自有品牌全球化的发展背景
- 二、零售业自有品牌中国本土化进程
- 三、国内零售业创建自有品牌的优势和条件

- 四、零售业自有品牌国内市场竞争激烈
- 五、我国零售企业自有品牌的制约瓶颈
- 六、零售业自有品牌发展对策
- 七、改善我国零售业自有品牌经营状况的建议

第三节、零售业的营销

- 一、零售企业体验营销战略的实施
- 二、以文化特色促零售业营销
- 三、零售业直销分析
- 四、精准直邮成为零售业营销的有利手段
- 五、中国零售业营销的趋势特点
- 六、未来零售市场以营销创新决胜负

第四节、零售业网络营销分析

- 一、网上零售发展现状
- 二、零售业网络营销概述
- 三、我国零售业网络营销调查分析
- 四、传统零售业开展网络营销存在的问题

第五节、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

第十九章、零售业的投资分析

第一节、国际零售业跨国投资分析

- 一、零售业国际投资的影响因素
- 二、零售业国际投资的特点
- 三、零售业外商直接投资的发展趋势

第二节、中国零售行业SWOT分析

- 一、优势（Strength）
- 二、劣势（Weakness）
- 三、机会（Opportunity）

四、威胁（Threat）

第三节、中国零售业投资评估

- 一、中国零售业投资环境变化分析
- 二、中国商业零售投资评析
- 三、零售业信息化发展中存在巨大的投资价值
- 四、我国零售业盈利性分析

第四节、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

第五节、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

第二十章、零售业的发展前景及趋势

第一节、国际零售业的发展趋势

- 一、国际零售业的主要发展方向
- 二、国际零售业发展的变化趋势
- 三、未来全球零售业将向低碳经营模式迈进

第二节、中国零售业发展前景预测

- 一、未来我国零售业发展前景展望
- 二、未来我国零售行业将进入整合大潮时期
- 三、我国零售业的十大消费趋势
- 四、未来中国零售总额将超过美国
- 五、2012-2016年中国零售业发展预测分析

第三节、“十二五”中国零售业发展前瞻

- 一、“十二五”中国零售业发展将迎来巨大契机
- 二、“十二五”期间零售业将发挥基础性作用
- 三、“十二五”中国零售业要切实转变发展方式

四、“十二五”我国零售业指导思想及发展目标

五、“十二五”我国零售业主要任务

六、“十二五”我国零售业发展的保障措施

第四节、中国零售业的主要发展方向

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

附录

附录一：《全国商品市场体系建设纲要》

附录二：新《商品条码管理办法》

附录三：新《零售商品称重计量监督管理办法》

附录四：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》

图表目录：

图表1 人均GNP与业态的关系

图表2 无店铺零售业的基本特点

图表3 有店铺零售业态的基本特点

图表4 国际主要零售商的并购

图表5 零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式

图表6 跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表7 欧洲销售额居前15位的零售企业在国家中的分布

图表8 欧洲十五大零售企业的销售分析

图表9 2009年欧洲各国网络零售额、人均消费额、平均购买商品数

图表10 2008-2010年欧洲各国网络零售金额、年增长及其占零售总额的份额

图表11 2009年欧洲各国网络购买商品的平均价格

图表12 日本零售业各业态导入POS系统的比例

图表13 2005-2009年国内生产总值

图表14 2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

- 图表15 2009年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表16 1978-2009年我国城乡居民收入增长情况
- 图表17 1990-2009年我国农村居民收入结构的变化
- 图表18 1990-2008年我国城镇居民收入结构的变化
- 图表19 1984-2009年城镇及农村人口数量比重
- 图表20 1998-2007年中国城镇居民人均收入变动情况
- 图表21 2003-2008年中国高、中、低收入群体平均消费倾向变动情况
- 图表22 2005-2008年中国高、中、低收入群体边际消费倾向变动情况
- 图表23 2005-2008年中国按收入分组人均服务性消费支出占消费性支出比重
- 图表24 购房建房行为对居民家庭人均消费性支出的影响
- 图表25 1978-2009年我国城乡居民恩格尔系数变化情况
- 图表26 我国城乡居民三次消费升级情况
- 图表27 1990-2009年我国城乡居民消费构成
- 图表28 2009年各地区社会消费品零售总额比较
- 图表29 2000-2009年社会消费品零售总额的区域构成
- 图表30 2009年各地区社会消费品零售额增长率情况
- 图表31 2009年社会消费品零售总额最高的8个省份占全国比重
- 图表32 1978-2009年社会消费品零售总额的城乡构成
- 图表33 按农村居民家庭收入五分组生活消费水平比较
- 图表34 按城镇居民家庭收入七分组生活消费水平比较
- 图表35 2004-2009年限额以上商贸企业各商品累计同比增长率
- 图表36 2009年我国居民消费价格指数各月走势变化
- 图表37 2009年居民消费价格分类别涨跌幅
- 图表38 2006-2011年我国社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表39 城乡居民消费偏好比较
- 图表40 农村零售业分层次、多业态经营的模式
- 图表41 中国零售业百强新入围企业数量
- 图表42 2001-2005年中国零售业百强部分经济指标对比
- 图表43 中国零售业百强百货店数量
- 图表44 国内生产总值及其增长情况
- 图表45 社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表46 截至2010年底家乐福、沃尔玛、乐购、大润发在华门店分布对比统计

- 图表47 家乐福大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）
- 图表48 沃尔玛大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）
- 图表49 大润发大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）
- 图表50 乐购大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）
- 图表51 2008-2010年美国便利店销售额
- 图表52 2008-2010年美国便利店门店数量增长状况
- 图表53 2009-2010年美国便利店行业毛利润
- 图表54 2008-2010年美国便利店总商品及食品服务销售额
- 图表55 2009-2010年美国便利店分类产品销售额状况
- 图表56 英国零售行业各业态收入占比
- 图表57 便利店公司主要成本费用分布
- 图表58 2010年主要连锁便利店企业门店数量及分布
- 图表59 世界城市化引起零售业变迁规律
- 图表60 中国与国外居民的消费率比较
- 图表61 截止2009年全国购物中心类型分布比例
- 图表62 2001-2009年全国新开业购物中心类型分布比例
- 图表63 MALL CHINA会员租售面积抽样分析
- 图表64 2009年主要连锁百货企业经营情况详表
- 图表65 2010年百货行业样本企业不同增速企业比例及比重分析
- 图表66 2010年百货行业样本企业（集团）不同规模企业销售情况
- 图表67 高端品牌商品对于百货店的重要性
- 图表68 百货店引进高端品牌商品的条件
- 图表69 百货店与高端品牌商品供应商合作的关注度
- 图表70 百货店与高端品牌供应商“战略合作”方面的关注度指标
- 图表71 欧美、日本、中国的零售业的集中度
- 图表72 消费者对专卖店和大商场的放心度对比
- 图表73 消费者对专卖店和商场的喜欢比例
- 图表74 消费者对专卖店和大商场价格评比
- 图表75 2009年1-12月北京市社会消费品零售额及增长情况
- 图表76 2010年1-12月北京市社会消费品零售额及增长情况
- 图表77 2011年北京市社会消费品零售额
- 图表78 2009年上海市居民消费价格分类指数

- 图表79 2010年上海市居民消费价格指数
- 图表80 2011年上海市居民消费价格指数
- 图表81 2000-2009年上海社会消费品零售总额变化状况
- 图表82 2011年上海市社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表83 2000-2009年广州城市居民人均消费性支出变化情况
- 图表84 1999-2009年深圳GDP与社会消费品零售总额增速比较
- 图表85 2011年度成都区（市）县社会消费品零售总额
- 图表86 2011年成都市限额以上企业大类商品零售额同比增幅排序
- 图表87 2011年武汉社会消费品零售总额及其增速
- 图表88 全球最大跨国经营零售企业
- 图表89 全球最大30家食品零售商分布最集中的国家和地区
- 图表90 零售企业国际化空间扩张模式图
- 图表91 2008年主要业态典型店铺规模情况
- 图表92 2008年主要业态典型店铺效率和效益情况
- 图表93 2008年主要业态企业典型店铺效率和效益情况
- 图表94 2009年按行业和业态分连锁零售企业基本情况
- 图表95 2009年按登记注册类型分连锁零售企业基本情况
- 图表96 2009年各地区连锁零售企业基本情况
- 图表97 2010年Q1-2011年Q4中国网上零售市场成交规模
- 图表98 诺网（中国）软件零售解决方案应用组件
- 图表99 沃尔玛与易初莲花内部ERP系统RAMS
- 图表100 零售业电子商务品牌重塑过程示意
- 图表101 零售物流运输成本各构成要素
- 图表102 平均每车年度运输成本构成明细分析
- 图表103 连锁店缺货时消费者的各种反应比例
- 图表104 日本消费升级不同业态零售商业销售额占有率变化表
- 图表105 2009年1-12月新世界主要财务数据
- 图表106 2009年1-12月新世界非经常性损益项目及金额
- 图表107 2007年-2009年新世界主要会计数据和主要财务指标
- 图表108 2009年1-12月新世界主营业务分行业、产品情况
- 图表109 2009年1-12月新世界主营业务分地区情况
- 图表110 2010年1-12月新世界主要财务数据

- 图表111 2010年1-12月新世界非经常性损益项目及金额
- 图表112 2008年-2010年新世界主要会计数据和主要财务指标
- 图表113 2010年1-12月新世界主营业务分行业、产品情况
- 图表114 2010年1-12月新世界主营业务分地区情况
- 图表115 2011年1-9月新世界主要会计数据及财务指标
- 图表116 2011年1-9月新世界非经常性损益项目及金额
- 图表117 2009年1-12月王府井主要财务数据
- 图表118 2009年1-12月王府井非经常性损益项目及金额
- 图表119 2007年-2009年王府井主要会计数据
- 图表120 2007年-2009年王府井主要财务指标
- 图表121 2009年1-12月王府井主营业务分行业、产品情况
- 图表122 2009年1-12月王府井主营业务分地区情况
- 图表123 2010年1-12月王府井主要财务数据
- 图表124 2010年1-12月王府井非经常性损益项目及金额
- 图表125 2008年-2010年王府井主要会计数据和主要财务指标
- 图表126 2010年1-12月王府井主营业务分行业、产品情况
- 图表127 2010年1-12月王府井主营业务分地区情况
- 图表128 2010年1-12月占王府井主营业务收入或利润总额10%以上的业务经营活动
- 图表129 2011年1-9月王府井主要会计数据及财务指标
- 图表130 2011年1-9月王府井非经常性损益项目及金额
- 图表131 2009年1-12月苏宁电器主要财务数据
- 图表132 2009年1-12月苏宁电器非经常性损益项目及金额
- 图表133 2007年-2009年苏宁电器主要会计数据
- 图表134 2007年-2009年苏宁电器主要财务指标
- 图表135 2009年1-12月苏宁电器主营业务分行业情况
- 图表136 2009年1-12月苏宁电器主营业务分产品情况
- 图表137 2009年1-12月苏宁电器主营业务分地区情况
- 图表138 2010年1-12月苏宁电器主要财务数据
- 图表139 2010年1-12月苏宁电器非经常性损益项目及金额
- 图表140 2008年-2010年苏宁电器主要会计数据和主要财务指标
- 图表141 2010年1-12月苏宁电器主营业务分行业、产品情况
- 图表142 2010年1-12月苏宁电器主营业务分地区情况

- 图表143 2010年1-12月占苏宁电器主营业务收入或利润10%以上的主要产品情况
- 图表144 2011年1-9月苏宁电器主要会计数据及财务指标
- 图表145 2011年1-9月苏宁电器非经常性损益项目及金额
- 图表146 2009年1-12月广州友谊非经常性损益项目及金额
- 图表147 2007年-2009年广州友谊主要会计数据
- 图表148 2007年-2009年广州友谊主要财务指标
- 图表149 2009年1-12月广州友谊主营业务分行业、产品情况
- 图表150 2009年1-12月广州友谊主营业务分地区情况
- 图表151 2010年1-12月广州友谊非经常性损益项目及金额
- 图表152 2008年-2010年广州友谊主要会计数据
- 图表153 2008年-2010年广州友谊主要财务指标
- 图表154 2010年1-12月广州友谊主营业务分行业、产品情况
- 图表155 2010年1-12月广州友谊主营业务分地区情况
- 图表156 2011年1-9月广州友谊主要会计数据及财务指标
- 图表157 2011年1-9月广州友谊非经常性损益项目及金额
- 图表158 2009年1-12月重庆百货主要财务数据
- 图表159 2009年1-12月重庆百货非经常性损益项目及金额
- 图表160 2007年-2009年重庆百货主要会计数据
- 图表161 2007年-2009年重庆百货主要财务指标
- 图表162 2009年1-12月重庆百货主营业务分行业、产品情况
- 图表163 2009年1-12月重庆百货主营业务分地区情况
- 图表164 2010年1-12月重庆百货主要财务数据
- 图表165 2010年1-12月重庆百货非经常性损益项目及金额
- 图表166 2008年-2010年重庆百货主要会计数据
- 图表167 2008年-2010年重庆百货主要财务指标
- 图表168 2010年1-12月重庆百货主营业务分行业、产品情况
- 图表169 2010年1-12月重庆百货主营业务分地区情况
- 图表170 2011年1-9月重庆百货主要会计数据及财务指标
- 图表171 2011年1-9月重庆百货非经常性损益项目及金额
- 图表172 2011年前三季度零售行业上市公司盈利能力指标分析
- 图表173 2010年零售行业上市公司盈利能力指标分析
- 图表174 2009年零售行业上市公司盈利能力指标分析

- 图表175 2011年前三季度零售行业上市公司成长能力指标分析
- 图表176 2010年零售行业上市公司成长能力指标分析
- 图表177 2009年零售行业上市公司成长能力指标分析
- 图表178 2011年前三季度零售行业上市公司营运能力指标分析
- 图表179 2010年零售行业上市公司营运能力指标分析
- 图表180 2009年零售行业上市公司营运能力指标分析
- 图表181 2011年前三季度零售行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表182 2010年零售行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表183 2009年零售行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表184 外资零售业代表企业国内市场PB业务指标统计
- 图表185 中国商业零售市场投资吸引力排名
- 图表186 我国家庭月收入统计
- 图表187 我国家庭收入与发达国家的比较
- 图表188 2012-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入预测
- 图表189 2012-2016年中国农村居民家庭人均纯收入预测
- 图表190 2012-2016年中国社会消费品零售总额预测
- 图表191 多业态经营零售类上市公司与单一业态零售业上市公司盈利能力指标比较
- 图表192 零售食品的称重计量
- 图表193 金银饰品的称重计量

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1208/G81651SVEA.html>