

2013-2017年中国零售行业 市场供需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

《2013-2017年中国零售行业市场供需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/maoyi1304/V35043GYBW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-04-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国零售行业市场供需分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍全球零售业发展概况以及主要国家运营态势，接着分析了中国零售行业发展环境，然后对中国零售行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国零售行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国零售行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国零售行业市场供需分析及投资前景研究报告》，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。

根据中国商业联合会数据，2011年我国社会消费品的零售总额达到18.4万亿元，同比增长17.1%。按此增速，2015年有望超过32万亿元，我国国内市场规模将居世界前列。但是与发达国家相比，与国家的要求和人民的期待相比，我国流通业仍然存在很大的差距。目前中国流通业的差距主要表现在四个方面：

一是消费率与人均消费水平低。长期以来，我国消费率一直偏低，多数年份徘徊在60上下，最低年份的2004年仅为53.6，远低于70左右的世界平均水平。

二是企业规模小。2010年我国“零售百强”商品销售额合计为1.66万亿元，占社会消费品零售总额的比重为10.6%；2008年迄今多年美国零售业百强销售额(包括在美国本土以外市场的销售)，占全美商品零售总额的比重一直稳定在40%左右。目前，我国零售业已有苏宁、国美、上海百联、大商四家零售额超过千亿元，但是即使我国名列第一的零售企业苏宁销售规模也只相当于沃尔玛的十八分之一。

三是主要经济指标差距大。我国流通业在组织化程度，流通效率、物流成本、商业防损以及人才队伍方面的差距也很明显。以组织化程度为例，欧美发达国家商业流通业已经进入连锁经营时代，目前连锁经营销售额约占全部销售额60%以上，美国已达80%；而2010年我国限额以上连锁零售企业零售额仅占社会消费品零售总额的17.2%。

四是地区与城乡消费差距大。从中国商业联合会提供的近几年我国“零售百强”企业区域分布上看，都是东部地区占大多数，西部地区入围企业不到10家，销售额所占比重仅为3.3%。

报告目录

第一章 2011-2012年全球零售业发展分析

第一节 2011-2012年德国零售业的发展

一、德国零售业的主要方式

二、2011年德国零售业分析

三、2012年德国零售业分析

第二节 2011-2012年美国零售业发展

一、美国商业零售业的特点

二、2011年美国零售业销售状况分析

三、2011美国电子商务零售市场交易额

四、2012年美国零售业销售状况分析

五、美国零售业发展对中国的启示

第三节 2011-2012年日本零售业发展

一、日本零售业业态的概述

二、日本零售业态结构分析

三、日本零售业消费持续走低

四、2012年日本零售业销售额分析

五、2012年日本大零售商加速在华扩张

第四节 2011-2012年其他国家零售业发展

一、2011-2012年意大利零售业销售情况

二、2011-2012年新西兰零售额增长情况

三、2011-2012年俄罗斯零售业销售情况

四、2011-2012年英国零售业销售额情况

五、2011-2012年韩国零售业销售额情况

六、2012年智利零售业销售额情况

第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点

一、零售业态的多样化

二、经营国际化、连锁化

三、组织结构集中化、规模化

四、流通功能的主导化

五、城市商业网点布局的转移

六、商业经营管理的高技术化、现代化

第二章2011-2012年我国零售业发展分析

第一节 2011年零售业发展态势

- 一、2011年我国零售业发展态势
- 二、2011年中国零售业发展回顾
- 三、2011年零售业十大关键词

第二节 2012年零售业发展现状

- 一、中国零售业的现实问题与未来支撑
- 二、2012年中国零售业发展现状
- 三、2012年社会消费零售总额数据分析
- 四、2012年居民消费价格
- 五、2012年全国城市社会消费品零售总额排名
- 六、2012年中国商业零售市场投资吸引力排名

第三节 零售业信息化发展分析

- 一、中国零售信息化发展现状
- 二、零售业信息化重大转型分析
- 三、零售行业信息化三大驱动分析
- 四、零售业信息化的投资价值
- 五、2011年零售业信息化在平稳中深化
- 六、2012年中国零售业信息化投入预测
- 七、中国零售信息化发展趋势

第三章2011-2012年中国零售业发展态势分析

第一节 2012年中国零售业发展分析

- 一、2012年社会消费零售总额分析
- 二、2012年居民消费价格分析
- 三、2012年提收入扩消费政策利好零售业

第二节 2012年中国零售企业发展形势

- 一、2012年中国零售业重要并购事件
- 二、2012年度中国零售业融资事件
- 三、2012零售上市企业经营情况分析
- 四、2012年中国零售业上市及拟上市事件盘点
- 五、2012年中国重点零售企业零售额分析

第三节 民营零售企业的成长瓶颈分析

一、民营企业的转型之痛

二、民营企业的转型思路

三、民营企业的应对策略

第四节 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

第四章 2011-2012年专业店发展分析

第一节 网上零售

一、2012年中国网络零售市场行业特征

二、2012年中国网络零售市场交易规模及预测

三、2012年中国网络零售企业规模及预测

四、2012年中国网络零售企业市场占有率及预测

五、2012年中国网络零售用户规模及预测

六、2012年中国个人网店数量规模及预测

第二节 家居零售

一、2012年家具零售营销战或将升级

二、2012年家居行业发起新兴消费攻略

三、目前家居行业的商业模式不成熟

四、家居业向开拓网络销售模式

第三节 医药零售

一、零售药店转向连锁经营

二、网上药店给医药零售业带来生机

三、医药零售业进入洗牌期

四、2012年药品零售连锁行业发展分析

第四节 家电零售

一、2011年家电零售业市场情况

二、2012年家电市场零售情况分析

三、2012年家电市场零售额将依然保持高增速

第五节 其他零售行业

一、中国食品零售业发展分析

二、网络零售业试点保健食品准入

三、服装零售行业的服务新趋势分析

第五章 2011-2012年零售连锁市场发展

第一节 零售业连锁发展情况

一、2011年中国连锁百强特点分析

二、2011年度中国连锁百强排行名单

三、2012年电子商务时代的零售连锁企业发展分析

四、连锁企业未来发展趋势

第二节 中国大型连锁零售企业成长路径

一、中国大型连锁零售企业成长的特征

二、中国大型连锁零售企业成长的条件

三、中国大型连锁零售企业成长的制约因素

四、中国大型连锁零售企业成长的路径

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

第二部分 细分市场分析

第六章 2011-2012年我国零售业主要细分市场分析

第一节 超市业发展分析

一、2011年超市业态发展态势

二、超市消费者购买行为分析

三、外资超市在华扩张策略

四、中国超市业将进入“战国时代”

五、2012年超市业投资策略分析

第二节 便利店发展分析

一、便利店的特征分析

二、便利店的创新与延伸

三、便利店的经营策略

四、便利店应对金融危机的策略

五、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、2010-2012中国购物中心发展报告

二、购物中心发展突破点分析

三、购物中心将向二三线城市转移

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

四、2010-2011年仓储式商场销售情况

第五节 百货业发展分析

一、中国百货业面临新挑战

二、中国百货业将向二三线城市拓展

三、2011年中国百货业发展分析

四、2011-2012百货业上市公司业绩分析

第七章 2011-2012年主要地区零售业发展分析

第一节 上海市零售业发展

一、2011年上海社会消费品零售总额

二、2011年上海快消品零售额增长近两成

三、2012年上海社会消费品零售总额

四、“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、2011年北京社会消费品零售额分析

二、2012年北京社会消费品零售额分析

三、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、2011年广东社会消费品零售额增长情况
- 二、2012年广州外资将掀起零售集体开业元年
- 三、“十二五”规划下广东将迈入消费黄金十年

第四节 其他城市零售业发展

- 一、内蒙古零售业态发展状况分析
- 二、2011-2012年天津百货零售业发展情况
- 三、2011-2012年香港零售业发展情况
- 四、2011年成都零售业发展分析
- 五、2011-2012年武汉零售业发展情况

第八章2011-2012年中国零售业竞争格局

第一节 中国零售业竞争现状分析

- 一、2011年我国零售百强分析
- 二、2011年零售业竞争消费格局
- 三、2012年零售业并购加速

第二节 2011-2012年我国与外资零售业态的竞争

- 一、2011年主要外资超市在华门店对比
- 二、2012年外资零售企业单一业态开始升级多元化
- 三、2012年扩大内需政策推动中外零售巨头加速在华扩张
- 四、2012年外资零售巨头布局中国零售业：线上线下并重

第三节 中国零售业在零售国际化大潮中的战略选择

- 一、国内外零售业市场背景介绍
- 二、零售业国际化的必然性
- 三、零售业国际化在中国
- 四、零售国际化对中国本土零售企业的影响
- 五、中国零售业应对零售国际化的对策

第四节 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

第五节 提升企业核心竞争力策略之零售企业IT管理

- 一、企业级的IT规划
- 二、选择IT建设模式和合作伙伴
- 三、IT项目的整体规划、分步实施
- 四、息系统与企业管理的匹配以及持续优化
- 五、建立企业数据中心
- 六、综合利用资源，避免企业IT投资黑洞
- 七、软件、硬件、网络系统运行保障

第九章2011-2012年全球知名企业发展概况

第一节 沃尔玛公司

- 一、公司概况
- 二、2011-2012年沃尔玛销售情况
- 三、2011年沃尔玛在华门店分布盘点统计
- 四、2012年公司在华发展动态
- 五、2012年沃尔玛将加快新开中型连锁店步伐
- 六、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
- 三、2011年家乐福经营状况
- 四、2011年家乐福在华门店分布盘点统计
- 五、2012年家乐福在华发展分析

第三节 麦德龙集团

- 一、公司概况
- 二、2011年公司经营情况
- 三、2011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、2011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

第十章 2011-2012年中国重点企业发展态势

第一节 百联集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 华润集团有限公司

一、公司概况

二、2011年华润万家发展情况分析

三、华润万家规划全国拓展门店及新业态

四、华润万家拟5年内门店总数翻番

第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 国美电器有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 苏宁电器股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第六节 大商股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第七节 苏果超市有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第八节 合肥百货大楼集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第九节 重庆百货大楼股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十节 北京华联综合超市股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十一章 2013-2017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 中国零售业应对金融危机的策略

一、人才策略

二、客户服务策略

三、管理策略

四、执行策略

五、蓝海策略

六、拦截攻略

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

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

第十二章 2013-2017年零售业发展趋势分析

第一节 2013-2017年国际零售业发展趋势

一、2013年全球奢侈品零售趋势分析

二、2013年全球零售业发展趋势分析

三、2013-2017年全球零售业发展趋势

第二节 2013-2017年零售业业态的发展趋势

- 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

第三节 2013-2020年中国零售业发展趋势分析

- 一、2013年零售百货行业发展趋势预测
- 二、2013年零售行业发展趋势分析
- 三、2013年社会消费品零售额增速预测
- 四、未来中国零售业展望
- 五、2015年中国老年人零售消费能力预测
- 六、2020年中国消费市场的发展方向与特征

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

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/maoyi1304/V35043GYBW.html>