

2015-2022年中国百货商场 深度调研与投资前景研究报告

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

《2015-2022年中国百货商场深度调研与投资前景研究报告》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/maoyi1508/94382716KN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-08-21

【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《2015-2022年中国百货商场深度调研与投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了百货商场行业相关概述、中国百货商场产业运行环境、分析了中国百货商场行业的现状、中国百货商场行业竞争格局、对中国百货商场行业做了重点企业经营状况分析及中国百货商场产业发展前景与投资预测。您若想对百货商场产业有个系统的了解或者想投资百货商场行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 2015年中国零售业运行态势预测

第一节 2015年中国零售业的进展预测

- 一、零售业进展潜力巨大
- 二、零售业成本上升促使公司关注内生增长
- 三、零售行业消费品市场进入新的进展时期
- 四、中国零售公司开展分等定级
- 五、社会消费品零售总额预测
- 六、零售百货行业预测

第二节 中国零售业转型进入关键期

- 一、品牌创造价值
- 二、服务创造价值
- 三、现代信用创造价值
- 四、公司社会责任创造价值
- 五、安全创造价值
- 六、商业模式创造价值
- 七、商业文化创造价值
- 八、人力资本创造价值

第三节 2015年中国零售公司五大问题预测

- 一、连锁公司漠视品牌经营
- 二、统一采购仅停留于理论
- 三、末端优点难以体现

四、定价和促销流于形式

五、存货管理漏洞大

第二章2015-2022年全球百货店产业运行趋势预测

第一节2015-2022年全球百货店产业运行综述

一、全球百货店设计创意预测

二、国外百货店营销奢侈品的经验学习

三、全球百货店的标杆

第二节2015-2022年全球百货店产业主要国家运行预测

一、日本

二、美国

三、日本与美国对比预测

第三节 2015-2022年全球百货店产业进展状况预测

第三章 2010-2015年H1全球知名百货店进展情况透析

第一节 美国：Bloomingdale百货企业

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第二节 美国：Bergdorf Goodman百货企业

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第三节 日本：西武百货

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第四节 英国：哈洛德百货企业 Harrods

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第五节 意大利：LARINASCENTE百货企业

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第六节 法国：Galeries Lafayette百货企业

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第七节 印度尼西亚：乐宾百货

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第四章2015-2022年中国百货店产业运行环境条件预测

第一节2015-2022年中国宏观经济环境条件预测

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业进展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节2015-2022年中国百货店产业政策环境条件预测

一、百货店价格调整战略

二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费

三、百货店相关政策影响预测

第三节2015-2022年中国百货店产业社会环境条件预测

一、人口环境条件预测

二、教育环境条件预测

三、文化环境条件预测

四、生态环境条件预测

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第五章2015-2022年中国百货店产业运行形势预测

第一节2015-2022年中国百货店业进展概况

一、我国百货业进展本土优点预测

二、白领百货店的经营创新

三、百货店业态销售同比增长速度

第二节2015-2022年中国大型百货运行预测

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、大型百货零售公司服务质量的要素构成

四、大型百货店陷入困境的理由 预测

五、大型百货店市场制胜的进展战略

第三节2015-2022年中国百货店产业进展存在的问题预测

第六章2015-2022年中国百货业市场管理及运营手段预测

第一节2015-2022年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用处

三、中国百货业供应商关系管理中的问题

四、百货业供应商管理的进展状况

第二节2015-2022年中国百货业的运营预测

一、百货店间常用的促销手段

二、百货店运营策划的三个主要因素

三、百货业运营中应避免的误区

四、百货店的促销意见

第七章2015-2022年中国百货店业市场竞争格局预测

第一节2015-2022年中国百货店竞争现状透析

- 一、大型、综合百货店的市场竞争优势
- 二、百货店建立长远竞争优势浅析
- 三、百货店核心竞争力打造
- 四、我国百货店新的竞争模式

第二节2015-2022年中国百货店重点省市运行预测

- 一、北京百货店30年进展
- 二、上海百货店零售额排行
- 三、深圳百货店回顾与预测

第三节2015-2022年中国百货店产业提升竞争力战略预测

第八章2015-2022年中国百货店相关竞争产业营销预测——购物中心

第一节2015-2022年中国购物中心进展概况

- 一、中国购物中心进展的历史阶段剖析
- 二、中国购物中心进展基本情况简述
- 三、中国购物中心进展的特征 解析
- 四、中国Shopping Mall进展态势剖析
- 五、外资抢滩中国购物中心市场

第二节2015-2022年中国购物中心进展存在的问题预测

- 一、我国大型购物中心进展的阻碍
- 二、我国购物中心进展面临的挑战
- 三、大型购物中心在我国遭遇诸多困扰
- 四、我国购物中心开发存在的误区透析

第三节2015-2022年中国购物中心进展的对策预测

- 一、促进我国购物中心快速进展的意见
- 二、大型购物中心建设的要点探讨
- 三、我国购物中心开发的三大要素
- 四、大型购物中心可持续进展的对策

第九章 2015-2022年中国百货店相关竞争产业营销预测——超市业

第一节 2015-2022年中国超市的进展形势预测

- 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、中国超市业进展的范围化道路
- 四、中国超市零售业的信息化之路
- 五、中国超市零售业的进展策略

第二节 2010-2015年中国超市的经营管理预测

- 一、连锁超市经营管理中五个不等预测
- 二、超市管理的关键点预测
- 三、超市人力资源管理的误区预测

第三节 2015年中国大型超市的经营预测

- 一、大型综合超市的含义特征预测
- 二、中国大型综合超市建立的可行性
- 三、中国大型超市的进展现状透析
- 四、大型综合超市新的运营战略
- 五、大中型超市社区运营能力提高的思考

第四节 2015-2022年中国超市的进展状况预测

- 一、连锁经营成为超市进展的新趋向
- 二、前景中国超市进展基本状况
- 三、世界化下中国超市进展的十个状况
- 四、21世纪零售业态超市的进展态势

第十章 2006-2015年第四季度中国百货店经营主力公司关键性财务数据预测

第一节 武汉中商集团股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司主要经济指标预测
- 三、公司盈利能力预测
- 四、公司偿债能力预测
- 五、公司营销能力预测
- 六、公司成长能力预测
- 六、进展策略预测

第二节 银川新华百货商店股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要经济指标预测

三、公司盈利能力预测

四、公司偿债能力预测

五、公司营销能力预测

六、公司成长能力预测

六、进展策略预测

第三节 合肥百货大楼集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要经济指标预测

三、公司盈利能力预测

四、公司偿债能力预测

五、公司营销能力预测

六、公司成长能力预测

六、进展策略预测

第四节 百大集团股份有限公司

第五节 昆明百货大楼（集团）股份有限公司

第六节 重庆百货

第七节 广州友谊

第八节 合肥百货

第九节 开元控股

第十节 南京新百

第十一节 欧亚集团

第十二节 天虹商场

第十三节 王府井

第十四节 武汉中百

第十五节 西安民生

第十六节 新华百货

第十七节 新全球

第十八节 友阿股份

第十九节 友好集团

第二十节 银座股份

第二十一节 中兴商业

第二十二节 成商集团

第十一章 2015年中国百货运行数据与网络购物替代性状况研究

第一节 不同零售业态月度销售额统计与对比

一、百货店销售额统计

二、超市销售额统计

三、专业店销售额统计

第二节 2015年零售百货行业其它指标趋势

一、中国18家百货公司经营面积与盈利水平对比图

二、零售百货行业前18家公司自有物业及租赁门店平均年龄

三、零售百货行业前18家公司储备面积占比当前总面积

第三节 分公司进展走势

一、2010年以来银座股份资本开支压力减轻

二、2011年以来友好集团资本开支明显加大

三、2015年以来新华百货资本开支压力明显加大

四、零售行业重点企业治理机制预测

第四节 网络服装零售对百货商场的替代性预测

一、中国网络购物行业进展趋势

二、2008年以来中国网络购物不同产品成交范围统计

1、出版物（亿元人民币）

2、3C（亿元人民币）

3、服装服饰（亿元人民币）

4、其它

三、2015年网络购物对百货行业的影响程度预测

第十二章 博思数据关于中国百货店产业进展状况分析预测

第一节 2015-2022年中国百货店服务状况预测

一、服务趋向策略化

二、服务趋向超前性

三、服务趋向情感化

四、服务趋向多样化

五、服务趋向个性化

六、服务趋向信息化

第二节 2015-2022年中国百货店产业市场分析预测

一、百货店产业动态分析预测

二、百货店盈利水平分析预测

三、百货店市场竞争格局分析预测

第十三章 2015-2022年中国百货店产业投资机会与风险剖析

第一节 2015-2022年中国百货店产业投资环境条件预测

第二节 2015-2022年中国百货店产业投资机会预测

一、资产注入、并购整合、股权激励等带来的投资机会

二、地区优点预测

三、网络零售不会完全替代传统渠道

四、商贸零售行业关于降低银行卡刷卡费率政策预测

第三节 2015-2022年中国百货店产业投资风险剖析

一、市场竞争风险剖析

二、财务风险剖析

三、进入退出风险剖析

四、一线城市百货店逐渐饱和

图表目录：

图表：无店铺零售业的基本特征

图表：有店铺零售业态的基本特征

图表：国际主要零售商的并购

图表：零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式

图表：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表：世界零售商最常被盗的商品

图表：武汉中商集团股份有限企业主要经济指标动态图

图表：武汉中商集团股份有限企业经营收入动态图

图表：武汉中商集团股份有限企业盈利指标动态图

图表：武汉中商集团股份有限企业负债情况图

图表：武汉中商集团股份有限企业负债指标动态图

图表：武汉中商集团股份有限企业营销能力指标动态图

图表：武汉中商集团股份有限企业成长能力指标动态图

图表：银川新华百货商店股份有限企业主要经济指标动态图

图表：银川新华百货商店股份有限企业经营收入动态图

图表：银川新华百货商店股份有限企业盈利指标动态图

图表：银川新华百货商店股份有限企业负债情况图

图表：银川新华百货商店股份有限企业负债指标动态图

图表：银川新华百货商店股份有限企业营销能力指标动态图

图表：银川新华百货商店股份有限企业成长能力指标动态图

图表：合肥百货大楼集团股份有限企业主要经济指标动态图

图表：合肥百货大楼集团股份有限企业经营收入动态图

图表：合肥百货大楼集团股份有限企业盈利指标动态图

图表：合肥百货大楼集团股份有限企业负债情况图

图表：合肥百货大楼集团股份有限企业负债指标动态图

图表：合肥百货大楼集团股份有限企业营销能力指标动态图

图表：合肥百货大楼集团股份有限企业成长能力指标动态图

图表：百大集团股份有限企业主要经济指标动态图

图表：百大集团股份有限企业经营收入动态图

图表：百大集团股份有限企业盈利指标动态图

图表：百大集团股份有限企业负债情况图

图表：百大集团股份有限企业负债指标动态图

图表：百大集团股份有限企业营销能力指标动态图

图表：百大集团股份有限企业成长能力指标动态图

图表：昆明百货大楼（集团）股份有限企业主要经济指标动态图

图表：昆明百货大楼（集团）股份有限企业经营收入动态图

图表：昆明百货大楼（集团）股份有限企业盈利指标动态图

图表：昆明百货大楼（集团）股份有限企业负债情况图

图表：昆明百货大楼（集团）股份有限企业负债指标动态图

图表：昆明百货大楼（集团）股份有限企业营销能力指标动态图

图表：昆明百货大楼（集团）股份有限企业成长能力指标动态图

图表：百货门店渗透率(2011年)

图表：人均百货营业面积(2011年)

图表：网络零售总额(十亿人民币)

图表：网络零售额占社会零售总额比例(%)

图表：中国网络购物用户范围(亿人)

图表：网络购物按商品分类区分(2011年)

图表：2015年以来银座股份资本开支压力减轻

图表：2011年以来友好集团资本开支明显加大

图表：2015年以来新华百货资本开支压力明显加大

图表：2015年零售行业重点企业治理机制预测

图表：2015年中国经济增长和居民消费贡献度

图表：2015年中国消费率横向相比仍处于较低水平

图表：1990-2015年中国百货行业及同比增速(%)

图表：2000-2015年中国超市连锁业及同比增速(%)

图表：2000-2015年中国百货业年度毛利率(%)动态图

图表：2008-2015年中国百货商场营业面积年均复合增长率

图表：2015-2022年中国六大百货商场联营扣点率状况及分析

图表：2015-2022年中国六大百货商场息税前利润率

图表：2015-2022年中国百货店门店数量动态分析图

图表：2015-2022年中国百货店盈利水平分析预测

图表：2015-2022年中国百货店市场竞争格局分析预测

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家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/maoyi1508/94382716KN.html>