

2018-2024年中国零售行业 市场监测与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国零售行业市场监测与发展趋势预测报告》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.abaogao.com/b/maoyi/X05043KT15.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

向最终消费者个人或社会集团出售生活消费品及相关服务，以供其最终消费之用的全部活动。这一定义包括以下几点：

1. 零售是将商品及相关服务提供给消费者作为最终消费之用的活动。如零售商将汽车轮胎出售给顾客，顾客将之安装于自己的车上，这种交易活动便是零售。若购买者是车商，而车商将之装配于汽车上，再将汽车出售给消费者则不属于零售。

2. 零售活动不仅向最终消费者出售商品，同时也提供相关服务。零售活动常常伴随商品出售提供各种服务，如送货、维修、安装等，多数情形下，顾客在购买商品时，也买到某些服务。

3. 零售活动不一定非在零售店铺中进行，也可以利用一些使顾客便利的设施及方式，如上门推销、邮购、自动售货机、网络销售等，无论商品以何种方式出售或在何地出售，都不会改变零售的实质。

4. 零售的顾客不限于个别的消费者，非生产性购买的社会集团也可能是零售顾客。如公司购买办公用品，以供员工办公使用；某学校订购鲜花，以供其会议室或宴会使用。所以，零售活动提供者在寻求顾客时，不可忽视团体对象。在我国，社会集团购买的零售额平均达10%左右。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国零售行业市场监测与发展趋势预测报告》共十二章。首先介绍了零售行业市场发展环境、零售整体运行态势等，接着分析了零售行业市场运行的现状，然后介绍了零售市场竞争格局。随后，报告对零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了零售行业发展趋势与投资预测。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。

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 2014-2016年零售业产业环境分析

1.1 国际背景分析

1.1.1 全球零售业规模分析

1.1.2 全球零售业损耗分析

1.1.3 非洲零售业分析

1.1.4 国际零售业发展方向

1.2 宏观经济分析

1.2.1 国内生产总值

1.2.2 固定资产投资

2011-2016年中国固定资产投资及增长速度

1.2.3 规模以上工业增加值

1.2.4 进出口总额

1.3 消费市场分析

1.3.1 人口与就业

1.3.2 城乡居民收入

2000-2015年中国城镇居民人均收入及农村居民人均收入

1.3.3 居民消费价格

1.3.4 人均消费支出

1.3.5 社会消费品零售总额

1.4 关联产业分析

1.4.1 零售业与银行

1.4.2 零售业与商业地产

1.4.3 零售业与物流业

1.4.4 零售业与逆向物流

第二章 2014-2016年中国零售业发展分析

2.1 中国零售业市场分析

2.1.1 中国零售业国际地位分析

2.1.2 零售业在国民经济中的地位分析

2.1.3 零售业销售规模分析

2.1.4 零售业市场特征分析

2.1.5 门店拓展及关店分析

2.2 中国农村零售业发展分析

2.2.1 零售环境分析

- 2.2.2 农村零售业规模分析
- 2.2.3 零售业现有模式分析
- 2.2.4 零售业态竞争分析
- 2.2.5 发展农村零售业必要性分析
- 2.3 我国零售业发展与国外的差距
 - 2.3.1 经营规模的差距
 - 2.3.2 业态选择的差距
 - 2.3.3 信息化水平的差距
 - 2.3.4 经营效率的差距
- 2.4 中国零售业存在的问题
 - 2.4.1 过度竞争
 - 2.4.2 业态结构不合理
 - 2.4.3 区域结构失衡
 - 2.4.4 技术含量偏低
 - 2.4.5 人才紧缺
- 2.5 中国零售业的发展战略
 - 2.5.1 扩大企业规模
 - 2.5.2 丰富零售业态
 - 2.5.3 提升管理水平
 - 2.5.4 完善零售供应链
 - 2.5.5 加强人才培养
- 2.6 我国零售行业转型升级策略
 - 2.6.1 提高规模化程度
 - 2.6.2 积极拥抱电商
 - 2.6.3 转型购物中心
 - 2.6.4 扩大品牌自营
 - 2.6.5 门店多元化
 - 2.6.6 市场再细分

第三章 2014-2016年主要零售业态发展分析

- 3.1 超市业
 - 3.1.1 市场规模分析

- 3.1.2 业绩表现分析
- 3.1.3 提高竞争力策略分析
- 3.1.4 发展趋势分析
- 3.2 便利店
 - 3.2.1 部分国家及地区便利店市场简介
 - 3.2.2 市场规模分析
 - 3.2.3 重点城市发展分析
 - 3.2.4 SWOT分析
 - 3.2.5 发展趋势分析
- 3.3 购物中心、百货店
 - 3.3.1 购物中心与传统百货的差异性分析
 - 3.3.2 经营情况分析
 - 3.3.3 百货店业绩分析
 - 3.3.4 购物中心规模分析
 - 3.3.5 未来发展方向分析
- 3.4 其他业态
 - 3.4.1 大卖场
 - 3.4.2 专业店
 - 3.4.3 专卖店

第四章 2014-2016年主要商品零售市场分析

- 4.1 服装
 - 4.1.1 服装行业产量分析
 - 4.1.2 服装行业消费分析
 - 4.1.3 服装行业出口分析
 - 4.1.4 服装网购市场分析
 - 4.1.5 服装行业效益分析
 - 4.1.6 服装零售业发展趋势
- 4.2 家电
 - 4.2.1 大家电产销分析
 - 4.2.2 小家电市场前景分析
 - 4.2.3 家电网购市场特征分析

- 4.2.4 家电市场发展潜力分析
- 4.2.5 “十三五”规划发展目标
- 4.3 汽车
 - 4.3.1 汽车市场产量分析
 - 4.3.2 汽车市场销售分析
 - 4.3.3 市场竞争格局分析
 - 4.3.4 汽车零售业态新格局
- 4.4 食品
 - 4.4.1 行业产销分析
 - 4.4.2 居民消费分析
 - 4.4.3 消费特点分析
 - 4.4.4 电商市场分析
 - 4.4.5 消费趋势分析
- 4.5 化妆品
 - 4.5.1 市场规模分析
 - 4.5.2 产品结构分析
 - 4.5.3 市场格局分析
 - 4.5.4 对外贸易分析
 - 4.5.5 销售渠道分析

第五章 2014-2016年中国重点城市零售业发展分析

- 5.1 北京市
 - 5.1.1 居民消费情况分析
 - 5.1.2 零售市场规模分析
 - 5.1.3 发展目标分析
- 5.2 上海市
 - 5.2.1 居民消费支出
 - 5.2.2 零售市场规模分析
 - 5.2.3 消费品进口分析
 - 5.2.4 零售电商发展分析
 - 5.2.5 “十三五”发展目标分析
- 5.3 广州市

- 5.3.1 零售市场规模分析
- 5.3.2 重点企业发展分析
- 5.3.3 未来发展规划
- 5.4 深圳市
 - 5.4.1 市场规模分析
 - 5.4.2 本土零售企业发展成就
 - 5.4.3 深圳零售业快速发展成因分析
 - 5.4.4 发展变革分析
- 5.5 成都市
 - 5.5.1 市场规模分析
 - 5.5.2 零售业态发展分析
 - 5.5.3 重点卖场分析
 - 5.5.4 政府服务分析

第六章 中国零售业电子商务发展分析

- 6.1 中国电子商务行业分析
 - 6.1.1 市场规模分析
 - 6.1.2 市场特点分析
 - 6.1.3 区域发展分析
 - 6.1.4 市场格局分析
- 6.2 电子商务商业模式分析
 - 6.2.1 B2B
 - 6.2.2 B2C
 - 6.2.3 C2C
 - 6.2.4 O2O
- 6.3 中国网络零售市场分析
 - 6.3.1 市场规模分析
 - 6.3.2 社会零售总额占比分析
 - 6.3.3 网购用户分析
 - 6.3.4 竞争格局分析
- 6.4 传统零售与网络零售比较分析
 - 6.4.1 成本控制方面

- 6.4.2 消费群体方面
- 6.4.3 抵御风险能力
- 6.4.4 质量保障方面
- 6.4.5 商品定价方面
- 6.4.6 行业联动方面
- 6.5 零售业电子商务发展前景及趋势分析
 - 6.5.1 “十三五”发展目标
 - 6.5.2 “十三五”重点任务
 - 6.5.3 规模预测分析

第七章 2014-2016年中国零售业竞争格局分析

- 7.1 零售业竞争结构分析
 - 7.1.1 高度竞争性分析
 - 7.1.2 规模化趋势分析
 - 7.1.3 行业进入壁垒分析
 - 7.1.4 替代品威胁分析
- 7.2 中国零售业竞争剖析
 - 7.2.1 中国国际竞争力分析
 - 7.2.2 零售企业竞争力分析
 - 7.2.3 低价运作竞争分析
 - 7.2.4 竞争格局转变分析
- 7.3 中外零售企业竞争力比较分析
 - 7.3.1 管理技术对比
 - 7.3.2 人力资本对比
 - 7.3.3 企业规模对比
 - 7.3.4 营销战略对比
- 7.4 提高中国零售业竞争力策略
 - 7.4.1 实现规模化经营
 - 7.4.2 打造自有品牌
 - 7.4.3 建立伙伴联盟
 - 7.4.4 发挥本地化优势
 - 7.4.5 提高现代化水平

第八章 2014-2016年中国零售业品牌与营销分析

8.1 零售企业品牌体系分析

8.1.1 渠道品牌

8.1.2 企业自有品牌

8.1.3 零售服务品牌

8.1.4 相互作用分析

8.2 零售业自有品牌发展分析

8.2.1 自有品牌市场竞争分析

8.2.2 创建自有品牌优势分析

8.2.3 创建自有品牌条件分析

8.2.4 发展自有品牌对策分析

8.3 零售业主要营销手段分析

8.3.1 体验式营销

8.3.2 打造文化特色

8.3.3 零售直销分析

8.3.4 精准直邮投递

8.4 零售业营销创新策略

8.4.1 商品采购策略

8.4.2 国际化战略

8.4.3 市场细分策略

8.4.4 连锁化策略

8.4.5 新业态策略

第九章 2014-2016年中国零售物流业发展分析

9.1 2014-2016年中国物流行业发展分析

9.1.1 物流行业规模分析

9.1.2 第三方物流发展简述

9.1.3 快递业务规模分析

9.1.4 电商物流模式分析

9.2 物流业与零售业相互作用分析

9.2.1 现代物流在零售业中的重要地位

- 9.2.2 智能物流对零售行业促进作用
- 9.2.3 仓储物流扩展企业利润源
- 9.2.4 零售物流企业运输成本分析
- 9.2.5 零售物流专业化合作趋势分析
- 9.3 我国零售物流行业存在的问题分析
 - 9.3.1 第三方物流发现不佳成因解析
 - 9.3.2 零售企业物流环节局限性分析
 - 9.3.3 零售物流水平不佳表现分析
- 9.4 我国零售业物流发展策略
 - 9.4.1 确定物流配送模式
 - 9.4.2 建立供给链物流
 - 9.4.3 加快信息化进程
 - 9.4.4 完善配送中心建设
 - 9.4.5 改造传统物流系统

第十章 2014-2016年零售业上市公司经营状况分析

- 10.1 苏宁云商集团股份有限公司
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 经营效益分析
 - 10.1.3 业务经营分析
 - 10.1.4 财务状况分析
 - 10.1.5 未来前景展望
- 10.2 北京王府井百货（集团）股份有限公司
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 经营效益分析
 - 10.2.3 业务经营分析
 - 10.2.4 财务状况分析
 - 10.2.5 未来前景展望
- 10.3 上海新世界股份有限公司
 - 10.3.1 企业发展概况
 - 10.3.2 经营效益分析
 - 10.3.3 业务经营分析

10.3.4 财务状况分析

10.3.5 未来前景展望

10.4 广州友谊集团股份有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 经营效益分析

10.4.3 业务经营分析

10.4.4 财务状况分析

10.4.5 未来前景展望

第十一章 中国零售业投资分析

11.1 中国零售行业SWOT分析

11.1.1 优势（Strength）

11.1.2 劣势（Weaknesses）

11.1.3 机会（Opportunity）

11.1.4 威胁（Threat）

11.2 中国零售业投资评估

11.2.1 投资环境分析

11.2.2 行业盈利性分析

11.2.3 兼并重组分析

11.2.4 城市吸引力分析

11.3 投资风险分析

11.3.1 政策风险

11.3.2 外资竞争风险

11.3.3 投机模式风险

11.4 行业投资建议

11.4.1 抢占市场空白点

11.4.2 运用并购重组策略

11.4.3 谨慎进入百货业

11.4.4 了解店铺审批程序

第十二章 对零售业的发展前景及趋势分析（ZYPX）

12.1 “十三五”期间中国零售业发展规划

- 12.1.1 发展契机
- 12.1.2 发展前景
- 12.1.3 发展目标
- 12.1.4 主要任务
- 12.2 对2018-2024年中国零售业发展预测分析
 - 12.2.1 对2018-2024年中国零售业发展预测分析
 - 12.2.2 对2018-2024年中国城镇居民家庭人均可支配收入预测
 - 12.2.3 对2018-2024年中国农村居民家庭人均纯收入预测
 - 12.2.4 对2018-2024年中国社会消费品零售总额预测
- 12.3 中国零售业发展趋势分析
 - 12.3.1 中国零售业整体发展趋势分析
 - 12.3.2 我国零售业消费趋势分析
 - 12.3.3 我国零售业发展方向分析

图表目录：

- 图表1 2011-2016年国内生产总值及其增长速度
- 图表2 2016年固定资产投资（不含农户）增速
- 图表3 2015-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表4 2016年规模以上工业增加值增速
- 图表5 2015-2016年规模以上工业增加值增速
- 图表6 2011-2015年货物进出口总额
- 图表7 2016年我国货物进出口总额
- 图表8 2016年人口及其构成
- 图表9 2011-2016年城镇新增就业人口
- 图表10 2011-2016年农村居民人均纯收入
- 图表11 2011-2016年城镇居民人均可支配收入
- 图表12 2015-2016年全国居民消费价格变动
- 图表13 2016年城镇居民人均消费支出
- 图表14 2015-2016年社会消费品零售总额月度同比增速
- 图表15 银行卡刷卡手续费标准
- 图表16 2014-2016年中国商业地产指数
- 图表17 2016年中国商业物业租金水平及空置率

- 图表18 2014-2016年中国零售商信心指数
- 图表19 2014-2016年中国零售商开店趋势
- 图表20 2015年中国超市五十强名单（按2015年销售额）
- 图表21 2016年主要连锁便利店企业门店数量
- 图表22 2016年中国城市便利店指数
- 图表23 2016年中国内地单体百货销售排行
- 图表24 2016年中国内地购物中心销售排行
- 图表25 购物中心的种类
- 图表26 2012-2016年服装行业规模以上企业产量增幅
- 图表27 2012-2016年服装类零售总额增速
- 图表28 2016年我国对各大市场服装出口金额
- 图表29 2016年我国对各大市场服装出口数量
- 图表30 2011-2016年服装网购交易规模

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/X05043KT15.html>