

2007年中国零售百货市场调查报告

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

《2007年中国零售百货市场调查报告》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/pifalingshou/E17161EEPS.html>

报告价格：纸质版：6000元 电子版：6000元 纸质+电子版：6500元

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

[b]2007年中国[b]零售百货[/b]市场调查报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 2005-2006年中国零售百货业发展环境分析[/b]

第一节 2005-2006年我国宏观经济环境分析

一、2005年整体运行状况分析

二、2006年经济运行状况分析

第二节 2005-2006年中国零售百货业发展政策环境分析

一、新《零售业态分类》国家标准正式实施

二、《直销管理条例》出台

第三节 人民币加息对零售百货行业影响分析

第四节 国外资本对中国零售百货业的冲击

一、外资零售企业纷纷入主中国零售发展状况分析

一、百货商场发展状况分析

二、大型超市发展状况分析

三、便利店发展状况分析

四、专业店发展状况分析

[b]第四章 我国零售业与WTO[/b]

第一节 入世后中国关于零售发展的策略分析[/b]

第一节 中国超市企业发展策略

一、突出主力商品，努力提高生鲜食品经营能力

二、实施品牌化管理，提升畅销产品的开发能力

三、综合运用各种促销手段，提高超市企业的整合营销能力

四、加强信息管理，提高企业成本控制

第二节 传统百货商场发展战略

第三节 便利店发展战略分析

一、连锁整合，形成规模优势

二、科技导入，提高连锁店管理效率

三、拾遗补缺，创建特色营

第四节 购物中心发展战略的转变

一、从注重体量和规模向注重经营效率转变

二、购物中心作为商业产品的定性趋于形成

三、商业组合面临重大的调整和转变

第五节 连锁经营发展对策分析

一、实现规模经营，提高组织化程度

二、完善连锁企业内部管理机制，实现管理规范化

三、加快配送中心建设

四、选准市场定位，创出经营特色

五、加强连锁商业的行业管理，保持合理结构，避免资源浪费

六、扩大对外开放，进行试办中外合资合作连锁商店的探索

第六节 中国零售企业“走出去”战略分析

一、零售商业企业“走出去”战略内涵

二、零售商业企业“走出去”的紧迫性

三、零售商业企业“走出去”的可能性分析

四、零售企业“走出去”战略选择

附录

附录一 2006年中国百家连锁企业基本情况

附录二 2006年零售企业销售总额、零售总额统计表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/E17161EEPS.html>