

2008年中国零售百货市场研究预 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

《2008年中国零售百货市场研究预测报告》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/pifalingshou/H47750DECR.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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]2008年中国[b]零售百货[b]市场研究预测报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 零售行业产业特点及投资特性分析 [/b]

第一节 零售业的基本业态界定

一、零售业基本业态

二、各零售业态分类

第二节 零售业连锁投资特性分析

一、零售业连锁发展内涵及其价值观

二、零售业连锁发展的准入机会

第三节 中国零售业的投资发展规律

一、零售份额向民营企业集中

二、百货向新兴连锁零售业态集中

三、连锁家电卖场成长性最高

第四节 民营投资零售百货业特性分析

一、高度保护的零售业拒绝认同度低的民营企业

二、行业进入壁垒

三、民营资本如何切入

[b]第二章 中国零售百货发展情况

一、2001-2005年“连锁百强”中国连锁运行回顾

二、2006年连锁百强企业基本运情分析

三、2006年中国连锁经营100强规模及其他

第五节 2007年中国零售业连锁发展趋势

[b]第七章 我国零售百货业规模扩张分析 [/b]

第一节 大型零售企业规模扩张的理论分析

一、关于企业扩张与边界的经典研究

二、流通企业的特殊经济性质及其规模与边界

三、大型零售企业的规模扩张

第二节 中国大型零售企业跨区域扩张存在的问题分析

一、跨区域扩张的程度低

二、跨区域扩张的地区结构单一与结构不合理并存

三、跨区域扩张的方式单一和运用错位并存

第三节 零售业规模扩张的动力机制与趋势

[b]第八章 零售商自有品牌分析 [/b]

第一节 零售商自有品牌解读

- 一、关于企业扩张与边界的经典一、背景-零售企业的自有品牌热潮
- 二、成因-市场力量的博弈结果
- 三、优势-零售企业成熟的标签
- 四、障碍-本土零售商发展自有品牌的先天不足
- 五、对策-本土零售商发展自有品牌的五项修炼

第二节 零售商自有品牌建设的必要条件

- 一、实施自有品牌考量
- 二、实施自有品牌战略的必要条件

第三节 零售商自有品牌市场运作方法分析

- 一、大型零售企业的自有品牌战略的内涵
- 二、国内大型零售企业实施自有品牌战略分析
- 三、零售企业实施自有品牌战略对策

第四节 零售商自有品牌战略成本分析

- 一、战略成本分析的基本特征
- 二、战略成本分析的基础内容
- 三、基于零售商自有品牌的战略成本分析
- 四、零售商自有品牌创建思路

[b]第九章 百货商场业态分析 [/b]

第一节 我国百货商场的兴衰变化及原因分析

- 一、大型百货店发展中的问题
- 二、百货店骤然兴衰的原因

第二节 我国百货商场的经营效益分析

第三节 百货商店业态发展不同阶段的竞争战略

- 一、百货商场成长期竞争战略
- 二、百货商场成熟期竞争战略
- 三、百货商场进入衰退期应采取的战略

第四节 中国百货商店的前景和对策

- 一、中国百货商店尚未进入衰退期，而只是处于成熟期
- 二、中国百货业面临的困境和弊端

三、中国百货商店发展的应对措施

[b]第十章 大型超市业态分析 [/b]

第一节 大卖场模式特征及在中国的发展前景

一、大卖场的特征

二、大卖场在中国迅速发展原因分析

三、大卖场的主要弱点分析

四、大卖场所遇到的其他业态发展的竞争

第二节 仓储式商场

一、仓储式商场的特征

二、仓储式商场的弱点

三、仓储式商场在中国成功的条件

第三节 大型综合超市

一、大型综合超市的特点

二、大型综合超市的弱点

三、大型综合超市前景广阔——万佳模式的推广

第四节 连锁超市赢利模式的转变分析

一、超市通道费用赢利模式存在的市场基础

二、通道费用赢利模式的弊端

三、加强供应链管理转换超市赢利模式

第五节 现阶段中国超市发展趋势

[b]第十一章 专营店业态分析 [/b]

一、专营店的特点及其在零售业中的地位

二、中国专营店发展趋势

三、中国专营店在发展中存在的问题及对策

[b]第十二章 其他业态分析 [/b]

第一节 便利店

一、国外便利店的经营特点

二、中国便利店发展现状

三、我国便利店的发展策略

第二节 购物中心 (SHOPPING MALL)

一、Shopping Mall在中国的发展阶段

二、Shopping Mall在中国的发展潜力

第三节 电子零售业

一、我国电子商务的发展简要回顾

二、中国电子商务发展现状

三、行业电子商务发展分析

[b]第十三章 重点区域市场分析 [/b]

第一节 北京市零售业分析

一、北京连锁超市、便利店的发展背景

二、连锁超市、便利店发展现状

三、连锁超市、便利店发展中的亮点

四、2006年北京市零售业发展情况分析

第二节 上海市零售业发展状况分析

一、上海市零售业的外部环境分析

二、上海市零售业发展状况分析

三、上海大卖场业态的现状与发展趋势

第三节 广州市零售业发展状况分析

一、广州零售业的整体竞争环境

二、广州零售业核心竞争力状况分析

三、广州零售业核心竞争力的构建及战略应对

第四节 深圳市零售业发展状况分析

一、深圳零售业发展的现状

二、深圳本土零售业发展中存在的问题

三、深圳本土零售业的对策

第五节 武汉市零售业发展状况分析

一、内外资零售业现状比较

二、内外资零售业发展速度比较

三、内外资零售企业偿债能力比较

四、内外资零售企业的获利能力比较

五、内外资零售企业的社会贡献率比较

六、内外资零售企业重点调查比较

第六节 农村地区零售业发展

一、我国零售商业要在结构重组中开拓农村市场

二、农村零售业市场前景看好

[b]第十四章 我国零售百货业发展的行业背景

四、中国零售企业发展PB产品的优势分析

五、我国零售企业PB产品的发展策略

[b]第十七章 2007年中国零售业发展的趋势 [/b]

第一节 影响我国零售商业景气波动的内在构成因素探析

一、从供给商品的性质构成分析

二、从零售单位的行业构成分析

三、从零售单位的经济类型构成分析

四、从零售商品售卖的对象构成分析

五、从零售商品需求的城乡构成分析

第二节 2007年零售百货展望

一、零售行业面临持续景气周期

二、消费升级支撑我国零售业的长期成长性

三、内外动力驱动零售公司业绩持续增长

第三节 新兴零售模式

一、仓储俱乐部

二、网络零售

三、折扣店

第四节 中国零售业态发展趋势

一、零售业态梯次化发展的趋势

二、零售业态多元化趋势

三、零售业态的均衡化趋势

四、零售业态组合化的趋势

五、零售业态融合化的趋势

第五节 我国中型商场的市场定位与发展趋势

一、我国中型商场标准的界定

二、我国中型商场的市场定位

三、我国中型商场的发展趋势

[b]第十八章 零售百货业投资前景及建议 [/b]

第一节 中国零售百货发展策略分析

一、应对挑战中国零售业的可取战略

二、中国零售企业跨区域发展对策

三、中国零售业的国际化探讨

图表目录

图表1-1 上海市九种零售业态基本条件一览表

图表1-1 上海市九种零售业态基本条件一览表

图表2-1 2007年1月居民消费价格分类指数

图表2-2 2007年2月居民消费价格分类指数

图表2-3 2007年3月居民消费价格分类指数

图表4-1 美国零售业代表公司的具体财务指标

图表5-1 2001-2005年百强企业销售占社会消费品零售总额比例

图表5-2 2001-2005百强企业平均规模

图表5-3 2002-2005年百强企业中所有制结构

图表5-4 2001-2005年百强企业销售总额的增幅

图表5-5 2001-2005连锁百强企业同比销售和店铺增幅

图表5-6 2006年中国连锁经营100强分析

图表14-1 中国零售业内外资企业对比

图表14-2 2001-2004年全国200家大中型百货零售企业盈利状况统计

图表15-1 2007年百联股份经营业绩分析

图表15-2 2007年百联股份财务指标分析

图表15-3 2007年百联股份资产及负债分析

图表15-4 2007年大商股份重要经营业绩分析

图表15-5 2007年大商股份财务指标分析

图表15-6 2007年大商股份资产及负债分析

图表15-7 2007西单商场经营业绩分析

图表15-8 2007西单商场财务指标分析

图表15-9 2007西单商场资产及负债分析

图表15-10 2007广州友谊百货经营业绩分析

图表15-11 2007广州友谊百货财务指标分析

图表15-12 2007广州友谊百货资产及负债分析

图表15-13 2007重庆百货重要经营业绩分析

图表15-13 2007重庆百货财务指标分析

图表15-14 2007重庆百货资产及负债分析

图表15-15 2007苏宁电器重要财务指标分析

- 图表16-1 部分国家PB商品在百货类商店中的占有率（%）
- 图表16-2 英国大零售商PB商品占总销售额比例（%）
- 图表16-3 上海联华PB产品及其在上海市场份额（%）
- 图表17-1 工农业总产值和进口消费品总额增减波动分析
- 图表17-2 各行业和各经济类型零售额增减波动分析
- 图表17-3 按销售对象和城乡划分的零售额增减波动分析
- 图表18-1 2001～2005年全国200家大中型百货零售企业盈利状况统计
- 图表18-2 2005年上海百货店（单体）增长率排序
- 图表18-3 2001～2005年全国200家大中型百货零售企业运营效率状况统计
- 图表18-4 2001～2005年全国200家大中型百货零售企业人均劳准备统计
- 图表18-5 2004年世界著名百货企业人均获利情况统计
- 图表18-6 2001～2005年全国200家大中型百货零售企业获利能力统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/H47750DECR.html>