



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国批发零售业投资分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国批发零售业投资分析及深度研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/142447.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

→内容简介

2009年前三季度我国社会消费品零售总额同比增长15.1%，9月份社销总额同比增长15.5%：国家统计局数据显示，1-9月份我国社会消费品零售总额89676亿元，同比增长15.1%，扣除价格因素，实际增长17%，比2008年同期加快2.8个百分点。其中城市消费品零售额61013亿元，同比增长14.8%；县及县以下地区零售额61013亿元，同比增长16%。分行业看，批发和零售业增长15.0%，住宿和餐饮业增长17.4%。限额以上批发和零售业中，除通讯器材类外，其他20类商品零售额均实现正增长。其中家具类增长32.3%，汽车类增长24.5%。国内市场消费增速加快，主要得益于以下因素：一是宏观经济企稳回升态势明显，资本市场信心明显增强，GDP增速进一步加快；二是家电、汽车、住房等大宗消费回暖态势明显；三是受暑期因素影响，旅游、文化等服务消费增多，带动了整体消费。在价格方面，居民消费价格止跌持平。2009年以来，各个部门采取多项措施发展和培育国内市场，扩大消费需求，主要体现在四个方面：积极促进农村消费；大力促进城镇消费；不断完善商业环境；进一步完善市场调控和管理。国内消费信心持续回升，下半年国内市场销售将继续保持平稳较快的发展态势。

受全球金融危机影响，全年社会消费品零售总额增速将保持在12%左右。全球金融危机对中国经济的影响主要体现在实体经济，受财政收入下降和居民收入增长放缓等因素影响，2009年高端商品、奢侈品的消费将下降，而日用品、生活必需品的销售受到的影响相对较小；分业态来看，对百货店的影响将大于超市。导致零售行业增速回落的主要原因包括：提供给消费者的折扣幅度比往年大；出口企业倒闭引发失业率上升，农民工回乡人数增加并削弱中低档消费品的需求；内地消费市场回落，较实体经济增长的变化呈现滞后现象；通缩预期升温；单价较高的奢侈消费品需求急速放缓。面对销售行情的放缓，国内零售业正进入优胜劣汰的时代了，一些大型零售企业的收购扩张意图渐趋旺盛。一些经营不善的企业将会倒闭或成为被收购的对象，但对于一些资金实力雄厚的企业而言，这可能会被视为加快并购步伐的良机。2010-2020年，中国消费需求将在经济增长中居于主导地位。受益于宏观经济增长、居民收入水平提高、城市化及消费者消费理念转变等因素，预计2009-2010年，中国零售业将保持8%-10%的平稳增长速度；到2020年，社会消费品零售总额将超过20万亿元，零售业在国民经济中的地位和作用将大大提高。未来中国零售业发展空间巨大。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国经济景气监测中心、中国百货商业协会、中国联商网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及零售业专业研究单位等公布和提供的大量

资料，对我国批发零售业的供需状况、批发零售业态的发展状况、行业细分市场、部分重点城市批发零售业的发展状况、行业发展策略等进行了分析。报告重点研究了我国批发零售业的状况，以及对行业发展环境以及优势企业的经营状况、发展经验等进行了深入探讨，从而总结了我国批发零售业的发展趋势，预测了行业2012年的市场增速、投资发展策略以及面对机遇与挑战的应对策略。报告还对国家相关商业政策进行了介绍和政策趋向研判，是批发零售企业、科研机构等单位准确了解目前批发零售业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

→报告目录

第一部分 行业发展概况

第一章 全球批发零售行业发展概述 1

第一节 经济危机对全球批发零售业的影响分析 1

第二节 2009年美洲批发零售行业发展动态 2

一、2009年美国批发零售行业发展状况 2

二、2009年加拿大批发零售行业发展状况 8

三、2009年哥伦比亚批发零售行业发展状况 8

第三节 2009年欧洲批发零售行业发展动态 12

一、2009年爱尔兰批发零售行业发展状况 12

二、2009年荷兰批发零售行业发展状况 15

三、2009年意大利批发零售行业发展状况 18

四、2009年罗马尼亚批发零售行业发展状况 19

五、2009年德国批发零售行业发展状况 20

第四节 2009年亚洲批发零售行业发展动态 20

第二部分 行业发展环境

第二章 2009年中国批发零售行业发展环境 25

第一节 2009年中国经济现状 25

一、2009年国民经济运行的基本情况 25

二、2009年中国的经济形势 31

三、2009年中国经济发展走势及政策取向 35

第二节 2009年批发零售行业发展经济环境 38

- 一、2009年在线批发零售业发展环境 38
- 二、2009年批发零售业的消费环境 40
- 三、2009年批发零售业的政策环境 46

第三部分 行业发展现状

第三章 2009年中国批发零售相关行业发展状况 49

第一节 2009年饰品批发零售行业 49

- 一、2009年饰品批发零售行业出口现状分析 49
- 二、2009年1-10月美术工艺品制造业经济指标分析 54
- 三、2009年中国饰品市场分析及竞争策略 69
- 四、2009年中国饰品行业的营销模式分析 75
- 五、2009年中国饰品行业发展前景分析 81

第二节 2009年童装批发零售行业 84

- 一、2009年童装批发零售行业现状 84
- 二、2009年1-10月童装产量分析 91
- 三、2009年童装战略营销模式分析 99
- 四、2009年童装行业的发展趋势 106
- 五、2009年童装行业发展前景及预测分析 114

第四章 2009年中国批发零售行业发展状况 122

第一节 2009年中国批发零售行业市场状况 122

- 一、2009年中国批发零售经济消费分析 122
- 二、2009年中国免税批发零售行业分析 123
- 三、2009年中国网络批发零售市场分析 125

第二节 2009年中国各地区批发零售行业分析 130

- 一、北京大兴区批发零售行业分析 130
- 二、三亚地区批发零售行业分析 138
- 三、汉口北区批发零售行业分析 140
- 四、香港地区批发零售行业分析 147

第三节 批发零售细分行业 148

- 一、批发市场 148
- 二、零售市场 151

第五章 2009年中国批发零售产业面临的机遇与挑战 153

第一节 2009年中国批发零售产业面临的挑战 153

一、批发零售资源面临的挑战 153

二、批发零售商业面临的挑战 154

三、批发零售市场面临的挑战 156

四、批发零售业运营模式挑战 160

第二节 2009年中国批发零售产业面临的机遇 162

一、2009年批发零售行业开拓创新机遇 162

二、2009年批发零售行业消费结构性机遇 164

第六章 应用领域及行业供需分析 173

第一节 2009年批发零售行业的应用领域分析 173

一、2009年批发零售业行业的业态形式分析 173

二、2009年批发零售行业流通领域分析 177

第二节 2009年批发零售行业的供需分析 178

一、2009年批发零售行业消费供需分析 178

二、2009年批发零售行业模式供需分析 179

第四部分 行业竞争分析

第七章 中国批发零售行业竞争格局与竞争行为 181

第一节 2009年中国批发零售行业竞争格局分析 181

一、2009年批发零售行业的结构竞争分析 181

二、2009年批发零售行业的竞争态势分析 193

第二节 2009年批发零售行业竞争行为分析 195

一、“店中店”批发零售模式分析 195

二、批发零售品牌收购行为分析 199

三、批发零售能源竞争行为分析 204

第三节 批发零售也的竞争风险及趋势分析 206

一、2009年批发零售行业竞争风险分析 206

二、2009年批发零售业的竞争趋势分析 207

三、2009年公司发展现状 211

第八章 中国批发零售行业重点企业竞争力评价 215

第一节 大商集团股份有限公司 215

一、公司概况 215

二、2008-2009年财务分析 218

三、2009年公司发展现状及趋势 222

第二节 苏宁电器连锁集团股份有限公司 225

一、公司概况 225

二、2008-2009年财务分析 227

三、2009年公司发展动态 231

四、2009年公司发展趋势 240

第三节 厦门建发股份有限公司 241

一、公司概况 241

二、2008-2009年财务分析 242

三、2009年公司发展现状 246

第四节 北京华联综合超市股份有限公司 247

一、公司概况 247

二、2008-2009年财务分析 248

三、2009年公司发展趋势 252

第五节 上海友谊集团股份有限公司 253

一、公司概况 253

二、2008-2009年财务分析 253

三、2009年公司发展现状 258

四、2009年公司发展前景 259

第六节 上海物资贸易股份有限公司 261

一、公司概况 261

二、2008-2009年财务分析 261

三、2009年公司发展趋势 266

第五部分 发展趋势及预测

第九章 2009年中国批发零售行业发展趋势分析 269

第一节 2009年中国经济的发展趋势 269

一、2009年商业网点经济的发展趋势 269

二、2009年购物中心经济的发展趋势 269

三、2009年主力店经济的发展趋势 270

第二节 2009年中国批发零售行业环境趋势 272

一、2009年批发零售行业经济分析 272

二、2009年批发零售行业功能分析 274

三、2009年批发零售行业模式分析 277

第三节 2009年中国批发零售行业营销趋势 292

一、2009年零售商电子邮件营销发展趋势 292

二、2009年网上营销发展趋势 293

第十章 2009-2012年中国批发零售行业发展预测 297

第一节 2009-2012年中国批发零售行业经济发展预测 297

一、2009年经济平稳增长情景分析 298

二、2009年经济强劲复苏情景分析 299

三、2009年经济继续调整情景分析 300

第二节 2009-2012年批发零售行业模式发展预测 300

一、2009-2012年批发零售商业模式发展预测 301

二、2009-2012年批发零售销售模式发展预测 307

三、2009-2012年批发零售产业模式发展预测 309

第十一章 2009-2012年中国批发零售行业投资机会分析 313

第一节 2009年中国批发零售行业投资现状 313

一、2009年批发零售市场投资环境现状 313

二、2009年中国批发零售投资产业现状 313

第二节 2009-2012年中国批发零售行业投资趋势 315

一、2009-2012年中国批发零售行业投资策略趋势 315

二、2009-2012年中国批发零售行业投资产业趋势 315

第三节 2009-2012年中国批发零售行业投资前景 316

第六部分 投资机会及建议

第十二章 2009年中国批发零售行业投资发展建议 323

第一节 2009年中国批发零售行业对政府投资建议 323

一、消费超预期增长 323

二、扩大消费政策继续深化 324

三、需增支更需减税 325

第二节 2009年中国批发零售行业对企业投资建议 326

第三节 2009年中国批发零售行业对投资者建议 327

图表目录

图表：2008-2009年一季度LVNH集团季度销售额分析 1

图表：LVMH集团区域市场销售情况 2

图表：2008年电子商务业务赢利情况 39

图表：2003-2009年美国假期在线零售业销售额情况 39

图表：2007-2009年在线渠道在经济困难期保持情况分析 40

图表：2009年1-10月美术工艺品制造业经济指标全国合计 54

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标北京合计 54

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标天津合计 55

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标河北合计 55

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标山西合计 56

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标内蒙古合计 56

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标辽宁合计 57

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标吉林合计 57

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标黑龙江合计 58

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标上海合计 58

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标江苏合计 59

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标浙江合计 59

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标安徽合计 60

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标福建合计 60

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标江西合计 61

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标山东合计 61

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标河南合计 62

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标湖北合计 62

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标湖南合计 63

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标广东合计 63

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标广西合计 64

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标海南合计 64

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标重庆合计 65

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标四川合计 65

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标贵州合计 66

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标云南合计 66

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标西藏合计 67

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标陕西合计 67

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标甘肃合计 68

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标青海合计 68

图表：2009年1-10月工艺美术品制造业经济指标新疆合计 69

图表：2009年1-10月童装全国产量合计 91

图表：2009年1-10月童装北京产量合计 91

图表：2009年1-10月童装天津产量合计 92

图表：2009年1-10月童装河北产量合计 92

图表：2009年1-10月童装辽宁产量合计 93

图表：2009年1-10月童装上海产量合计 93

图表：2009年1-10月童装江苏产量合计 93

图表：2009年1-10月童装浙江产量合计 94

图表：2009年1-10月童装安徽产量合计 94

图表：2009年1-10月童装福建产量合计 95

图表：2009年1-10月童装江西产量合计 95

图表：2009年1-10月童装山东产量合计 96

图表：2009年1-10月童装河南产量合计 96

图表：2009年1-10月童装湖北产量合计 96

图表：2009年1-10月童装湖南产量合计 97

图表：2009年1-10月童装广东产量合计 97

图表：2009年1-10月童装广西产量合计 98

图表：2009年1-10月童装重庆产量合计 98

图表：2009年1-10月四川重庆产量合计 99

图表：2009年1-6月规模以上企业零售额分析 132

图表：2009年零售企业零售额比例分析 133

图表：2009年六类商品销售额分析 134

图表：2009年规模以上批发零售业企业零售额增速分析 135

图表：2008-2009年大兴区规模以上批发零售业经济效益对比分析 136

图表：2006-2009年上半年大兴批发零售业商品销售额分析 137

图表：批发、零售业的业态形势分析 174

图表：2009年上半年大商集团股份有限公司主营构成 218

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司每股指标 219

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司获利能力 219

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司经营能力 219

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司偿债能力 219

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司资本结构 220

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司发展能力 220

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司现金流量 220

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司主营业务收入 220

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司主营业务利润 221

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司营业利润 221

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司利润总额 222

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司净利润 222

图表：2009年上半年苏宁电器股份有限公司主营构成 227

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司每股指标 228

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司获利能力 228

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司经营能力 228

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司偿债能力 229

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司资本结构 229

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司发展能力 229

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司现金流量 229

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司主营业务收入 230

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司主营业务利润 230

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司营业利润 230

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司利润总额 231

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司净利润 231

图表：2009年上半年厦门建发股份有限公司主营构成 242

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司每股指标 242

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司获利能力 242

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司经营能力 243

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司偿债能力 243

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司资本结构 243

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司发展能力 243

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司现金流量 244

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司主营业务收入 244

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司主营业务利润 244

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司营业利润 244

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司利润总额 245

图表：2008-2009年厦门建发股份有限公司净利润 245

图表：2009年上半年北京华联综合超市股份有限公司主营构成 248

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司每股指标 248

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司获利能力 249

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司经营能力 249

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力 249

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司资本结构 249

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司发展能力 249

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司现金流量 250

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入 250

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润 250

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司营业利润 251

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司利润总额 251

图表：2008-2009年北京华联综合超市股份有限公司净利润 251

图表：2009年上半年上海友谊集团股份有限公司主营构成 253

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司每股指标 254

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司获利能力 254

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司经营能力 255

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司偿债能力 255

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司资本结构 255

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司发展能力 255

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司现金流量 256

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司主营业务收入 256

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司主营业务利润 256

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司营业利润 256

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司利润总额 257

图表：2008-2009年上海友谊集团股份有限公司净利润 257

图表：2009年上半年上海物资贸易股份有限公司主营构成 261

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司每股指标 262

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司获利能力 262

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司经营能力 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司偿债能力 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司资本结构 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司发展能力 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司现金流量 263

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司主营业务收入 264

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司主营业务利润 264

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司营业利润 264

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司利润总额 265

图表：2008-2009年上海物资贸易股份有限公司净利润 265

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/142447.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。