



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国批发零售市场 分析及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国批发零售市场分析及投资策略报告》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/249388.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](mailto: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

近年来，我国商品交易市场数量稳定增长，2011年，亿元以上商品交易市场数量超过5000家。随着商品交易市场数量稳定增加，商品交易市场摊位元数量也随之增长，我国亿元以上商品交易市场摊位元数量由2005年的225万个增加至2011年的342万个。

近年来我国批发业经营单位数量快速增长，到2012年，我国批发业单位数量已经超过150万家，营收接近30万亿元。2012年工业消费品批发法人企业为36万个，比上年增长3.3%，全国零售业经营单位达2354万个。

2014年全国零售业实现销售额16.17万亿元，较上年增长14.1%。其中大中型法人企业实现销售额6.66万亿元,比上年增长13.8%；小微型及个体户实现销售额9.51万亿元,较上年增长14.4%。全国零售业企业年末营业面积为7.5亿平方米，比上年增长7%。

未来批发零售业企业为进一步扩大经营网络，增强竞争实力，取得区域市场优势地位，通过跨区并购及强强联合是最为迅速和有效的途径。因此，未来零售业与金融业、制造业企业的结合趋势将更加明显，以资本为纽带的跨区域并购将进入快速发展阶段，通过控股、参股、输出管理团队等多种方式整合商业资源，进行资本化扩张，实现跨区域企业并购。同时，零售业将通过连锁经营、不断增强辐射力，积极向中小城市、农村市场拓展，进一步推动行业组织化程度的提升。大型零售企业销售额在整个行业中的比重会进一步增大，对供货商、生产商的影响力将不断增强，对区域市场、中小零售商的整合能力将进一步强化，满足消费者多种消费需求的能力将不断提升。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国批发零售市场分析及投资策略报告》共十二章。介绍了批发零售行业相关概述、中国批发零售产业运行环境、分析了中国批发零售行业的现状、中国批发零售行业竞争格局、对中国批发零售行业做了重点企业经营状况分析及中国批发零售产业发展前景与投资预测。

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。

### 第一章 2014-2015年全球批发零售行业运营状况分析 10

#### 第一节 2014-2015年全球批发零售行业运行环境 10

##### 一、全球宏观经济发展现状 10

##### 二、批发市场行业发展概况 11

##### 三、国外批发业市场发展启示 12

第二节 2014-2015年全球批发零售行业运行动态分析	13
一、全球批发与零售新亮点分析	13
二、全球网上批发零售运行分析	14
三、全球批发零售面临的挑战分析	16
第三节 2014-2015年全球部分国家及地区批发零售业运行分析	17
一、美洲批发零售业运行分析	17
(一) 美国	17
(二) 加拿大	18
二、欧洲批发零售业运行动态	19
(一) 英国	19
(二) 法国	20
(三) 德国	22
(四) 意大利	23
(五) 新西兰	24
第四节 2014-2015年亚洲批发零售行业发展动态	24
一、韩国	24
二、日本	26
第五节 2015-2020年世界批发零售行业趋势探析	28
第二章 2014-2015年世界知名批发零售连锁企业运行分析	30
第一节 美国的沃尔玛	30
一、公司概况	30
二、企业最新动态分析	30
三、在华市场销售情况	31
四、国际化发展战略分析	31
第二节 德国的麦德龙	32
一、公司概况	32
二、企业最新动态分析	32
三、在华市场销售情况	32
四、国际化发展战略分析	32
第三节 荷兰的万客隆	34
一、公司概况	34
二、企业最新动态分析	34

三、在华市场销售情况	34
第四节 泰国的卜蜂莲花	35
一、公司概况	35
二、企业最新动态分析	35
三、在华市场销售情况	35
四、国际化发展战略分析	36
第三章 2014-2015年中国批发零售行业运行环境解析	37
第一节 国内宏观经济环境分析	37
一、中国GDP增长情况分析	37
二、社会固定资产投资分析	38
三、全社会消费品零售总额	39
四、城乡居民收入增长分析	40
五、居民消费价格变化分析	41
第二节 2014-2015年中国批发零售业政策环境分析	42
一、零售行业政策环境分析	42
二、商业特许经营管理条例	44
三、连锁超市门店管理规范	50
第四章 2014-2015年中国批发零售行业运营态势分析	55
第一节 2014-2015年中国批发零售行业市场总况	55
一、中国商品交易市场规模分析	55
二、商品交易市场成交情况分析	55
三、中国免税批发零售行业分析	56
四、中国网络批发零售市场分析	56
第二节 2014-2015年中国各地区批发零售行业分析	57
一、北京大兴批发零售行业分析	57
二、三亚地区批发零售行业分析	58
三、汉口区域批发零售行业分析	59
四、香港地区批发零售行业分析	60
第三节 2014-2015年中国批发零售细分领域分析	61
一、批发市场规模分析	61
（一）批发市场总体规模分析	61
（二）工业消费品批发市场分析	62

## 二、零售市场规模分析 65

(一) 零售市场企业数量 65

(二) 零售市场企业销售额 65

(三) 零售市场企业从业人数 66

(四) 零售市场企业营业面积 67

(五) 零售市场企业经营效益 67

## 第五章 2014-2015年中国批发零售重点行业运行分析 69

### 第一节 2014-2015年中国农产品批发零售行业运行分析 69

一、中国农批市场交易方式 69

二、中国农批市场交易规模 70

### 第二节 2014-2015年中国饰品批发零售行业运行分析 71

一、首饰批发零售行业市场规模 71

二、黄金珠宝零售额及消费结构 72

三、珠宝首饰制造经济指针分析 73

四、中国饰品行业营销模式分析 74

五、中国饰品市场发展现状分析 80

六、中国饰品市场竞争策略分析 80

七、中国饰品行业发展前景分析 84

### 第三节 2014-2015年服装批发零售行业运行分析 85

一、童装销售量分析 85

二、童装销售额分析 86

三、童装市场结构分析 86

四、童装业发展趋势及前景 87

五、童装服装批发零售市场 88

## 第六章 2014-2015年中国批发零售产业面临的机遇与挑战 90

### 第一节 2014-2015年中国批发零售产业面临挑战及竞争分析 90

一、批发零售商业面临的挑战 90

二、商贸批发市场的竞争态势 90

三、中国零售市场面临的挑战 91

四、零售百货业发展制约因素 93

### 第二节 2014-2015年中国批发零售产业面临的机遇 94

一、“十二五”规划扩内需促消费 94

二、政策深化利好百货业的发展	94
三、批发零售行业开拓创新机遇	96
第七章 2014-2015年中国零售商自有品牌分析	97
第一节 零售商自有品牌市场定位分析	97
一、零售商自有品牌的发展阶段	97
二、零售商自有品牌的市场定位分析	98
三、零售商自有品牌的管理分析	101
第二节 零售商自有品牌建设的必要条件	102
一、实施自有品牌考虑	102
二、实施自有品牌战略的必要条件	103
第三节 零售商自有品牌对制造商品品牌的影响分析	106
一、新进入者的威胁	106
二、客户议价实力增强的威胁	108
三、竞争的范围和程度	109
第四节 零售商自有品牌市场运作方法分析	111
一、大型零售企业的自有品牌战略的内涵	111
二、国内大型零售企业实施自有品牌战略分析	111
三、零售企业实施自有品牌战略对策	113
第五节 零售商自有品牌战略成本分析	115
一、战略成本分析的基本特征	115
二、战略成本分析的基本框架	116
三、基于零售商自有品牌的战略成本分析	117
四、零售商自有品牌创建思路	118
第八章 2014-2015年中国批发零售业态及行业供需分析	120
第一节 2014-2015年批发零售行业的业态形式分析	120
一、2014-2015年批发业行业的业态形式分析	120
二、2014-2015年零售业行业的业态形式分析	120
第二节 2014-2015年中国批发市场拟在建项目	124
一、主要项目介绍	124
二、项目规模情况	126
第三节 2014-2015年中国零售业发展态势	126
一、2012年零售业融资事件回顾	126

二、2012年零售业开闭店情况分析	128
三、2012年主要零售商市场份额	130
第九章 2014-2015年中国批发零售行业竞争格局透析	132
第一节 2014-2015年中国批发零售业市场竞争现状	132
一、竞争总体概况	132
二、竞争消费格局	132
三、竞争格局变化	133
四、价格竞争分析	136
五、竞争问题解析	139
第二节 2014-2015年中国批发零售产业集中度分析	142
一、中国零售业市场集中度分析	142
二、2012年度中国连锁百强排名	143
三、中国连锁经营百强特点分析	147
四、连锁经营百强规模增长情况	149
第三节 2014-2015年批发零售行业竞争行为分析	150
一、“店中店”批发零售模式分析	150
二、外资零售企业扩张行为分析	150
三、百货行业并购重组行为分析	151
第四节 2015-2020年中国批发零售业竞争趋势分析	152
第十章 2014-2015年中国批发零售行业重点企业竞争力分析	154
第一节 上海新世界股份有限公司	154
一、企业基本情况	154
二、企业经营情况分析	155
三、企业经济指标分析	156
四、企业盈利能力分析	156
五、企业偿债能力分析	157
六、企业运营能力分析	157
七、企业成本费用分析	157
第二节 重庆百货大楼股份有限公司	158
一、企业基本情况	158
二、企业经营情况分析	159
三、企业经济指标分析	160

四、企业盈利能力分析 161

五、企业偿债能力分析 161

六、企业运营能力分析 162

七、企业成本费用分析 162

第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司 163

一、企业基本情况 163

二、企业经营情况分析 164

三、企业经济指标分析 164

四、企业盈利能力分析 165

五、企业偿债能力分析 165

六、企业运营能力分析 166

七、企业成本费用分析 166

第四节 苏宁云商集团股份有限公司 167

一、企业基本情况 167

二、企业经营情况分析 168

三、企业经济指标分析 170

四、企业盈利能力分析 170

五、企业偿债能力分析 171

六、企业运营能力分析 171

七、企业成本费用分析 172

第五节 广州友谊集团股份有限公司 172

一、企业基本情况 172

二、企业经营情况分析 172

三、企业经济指标分析 173

四、企业盈利能力分析 174

五、企业偿债能力分析 174

六、企业运营能力分析 175

七、企业成本费用分析 175

第十一章 中国批发零售业市场发展趋势与前景展望 176

第一节 2015-2020年中国批发零售业市场发展前景预测分析 176

一、国家继续扩大内需促消费 176

二、政策面深化利好批发零售行业 176

三、中国商务"十二五"发展目标	178
四、国内贸易"十二五"规划情况	178
五、电子商务"十二五"规划分析	179
第二节 2015-2020年中国批发零售业市场新趋势探析	182
一、零售企业的竞争发展趋势	182
二、购物中心经济的发展趋势	182
三、业态创新并注重品牌建设趋势	184
四、中国批发零售行业经营趋势	184
五、零售商电子邮件营销发展趋势	185
六、网络零售市场发展趋势	186
第三节 2014-2015年批发零售行业市场供需预测分析	189
一、批发零售行业消费供需分析	189
二、零售行业商品零售总额预测	189
三、连锁零售商品零售总额预测	190
第四节 2015-2020年中国批发零售业市场盈利能力预测分析	191
第十二章 2015-2020年中国批发零售业市场投资机会及风险规避指引	192
第一节 2015-2020年中国批发零售业投资概况	192
一、批发零售业投资特性	192
二、批发零售业投资环境分析	193
三、批发零售业投资形势分析	196
第二节 2015-2020年中国批发零售业市场投资机会分析	197
一、中国批发业投资机会分析	197
二、网络批发零售业投资机会	197
三、中国零售业投资机会分析	199
四、细分零售业态投资前景分析	200
五、消费升级提升百货增长空间	201
第三节 2015-2020年中国批发零售业市场投资风险预警	202
一、经济风险	202
二、政策风险	202
三、市场风险	203
四、经营风险	203
第四节 批发零售行业投资发展建议	205

一、批发业投资策略分析 205

二、零售业投资策略分析 205

图表目录：

图表 1 2014-2015年全球经济运行趋势 10

图表 2 两类经济体对全球经济增长贡献比较 11

图表 3 2014年德国零售月率变化趋势图 23

图表 4 2014-2015年国内生产总值构成及增长速度统计 37

图表 5 2013-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 38

图表 6 2013-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 39

图表 7 2013-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 40

图表 8 2013-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 41

图表 9 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 42

图表 10 2013-2014年中国亿元以上商品交易市场数量及摊位数量情况 55

图表 11 2013-2014年中国亿元以上商品交易市场成交额统计 55

图表 12 2014年中国亿元以上商品交易市场成交结构 56

图表 13 北京大兴区主要批发及百货市场情况 57

图表 14 三亚主要批发及百货市场情况 59

图表 15 2014年武汉江汉区社会消费品零售额统计 59

图表 16 武汉汉口区域主要批发及百货市场情况 60

图表 17 香港主要批发地点 61

图表 18 2013-2014年中国限额以上批发市场经营情况统计 62

图表 19 2014-2015年工业消费品批发业全部经营单位元的数量统计 62

图表 20 2014年工业消费品批发业经营单位数量构成 63

图表 21 2014年工业消费品批发业经营单位构成 63

图表 22 2014年工业消费品批发业从业人数及增长情况 64

图表 23 2014年工业消费品批发业销售额及增长情况 64

图表 24 2014-2015年全国零售业分类型经营单位数统计 65

图表 25 2014-2015年全国零售业经营单位销售额 65

图表 26 2014年中国分类型及区域零售业经营单位销售额占比 66

图表 27 2014年全国零售业经营单位从业人数 66

图表 28 2014年全国零售业法人企业年末营业面积 67

图表 29 2014年全国零售业法人企业年末营业面积 67

图表 30 2013-2014年中国黄金、珠宝、玉器等首饰批发市场规模分析 71

图表 31 2014年中国黄金、珠宝、玉器等首饰批发市场成交结构 72

图表 32 2006-2012年黄金珠宝行业规模及增长情况 72

图表 33 按零售价格划分市场份额 73

图表 34 2014年中国珠宝首饰及有关物品制造主要经济指针 73

图表 35 2006-2012年中国童装市场销售量变化趋势图 85

图表 36 2006-2012年中国童装市场销售额变化趋势图 86

图表 37 2006-2012年中国童装市场按产品分类销售额统计 86

图表 38 2014年中国童装市场不同产品大类销售额占比情况 87

图表 39 2013-2014年中国服装批发市场规模分析 88

图表 40 2014年中国服装批发市场成交结构 88

图表 41 主要童装批发地点 89

图表 42 零售商自有品牌的发展及其特点 98

图表 43 零售商自有品牌的市场定位 99

图表 44 零售商自有品牌与制造商品品牌的市场定位比较 109

图表 45 2013-2014年中国零售业部分融资事件列表 127

图表 46 2013-2014年中国百货业部分融资事件列表 128

图表 47 连锁零售业闭店情况统计（部分） 129

图表 48 2014年外资零售企业门店数量统计 129

图表 49 2014-2015年中国主要零售商销售额占有率份额统计 130

图表 50 零售行业子业态所处竞争格局 133

图表 51 2014年中国连锁百货前四名与前八名市场份额情况 143

图表 52 2014年度中国连锁经营百强企业排名 143

图表 53 中国百货业兼并重组大事记 151

图表 54 2014年上海新世界股份有限公司分行业情况表 155

图表 55 2014年上海新世界股份有限公司业务结构情况 155

图表 56 2014年上海新世界股份有限公司分地区情况表 156

图表 57 2013-2014年上海新世界股份有限公司收入与利润统计 156

图表 58 2013-2014年上海新世界股份有限公司资产与负债统计 156

图表 59 2013-2014年上海新世界股份有限公司盈利能力情况 156

图表 60 2013-2014年上海新世界股份有限公司偿债能力情况 157

图表 61 2013-2014年上海新世界股份有限公司运营能力情况 157

图表 62	2013-2014年上海新世界股份有限公司成本费用统计	157
图表 63	2014年上海新世界股份有限公司成本费用结构图	158
图表 64	2014年重庆百货大楼股份有限公司分产品情况表	160
图表 65	2014年重庆百货大楼股份有限公司业务结构情况	160
图表 66	2014年重庆百货大楼股份有限公司分地区情况表	160
图表 67	2013-2014年重庆百货大楼股份有限公司收入与利润统计	161
图表 68	2013-2014年重庆百货大楼股份有限公司资产与负债统计	161
图表 69	2013-2014年重庆百货大楼股份有限公司盈利能力情况	161
图表 70	2013-2014年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力情况	162
图表 71	2013-2014年重庆百货大楼股份有限公司运营能力情况	162
图表 72	2013-2014年重庆百货大楼股份有限公司成本费用统计	162
图表 73	2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司分行业情况表	164
图表 74	2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司分地区情况表	164
图表 75	2013-2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司收入与利润统计	165
图表 76	2013-2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司资产与负债统计	165
图表 77	2013-2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司盈利能力情况	165
图表 78	2013-2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司偿债能力情况	166
图表 79	2013-2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司运营能力情况	166
图表 80	2013-2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司成本费用统计	166
图表 81	2014年北京王府井百货（集团）股份有限公司成本费用结构图	167
图表 82	2014年苏宁电器股份有限公司分产品情况表	169
图表 83	2014年苏宁电器股份有限公司业务结构情况	169
图表 84	2014年苏宁电器股份有限公司分地区情况表	169
图表 85	2013-2014年苏宁电器股份有限公司收入与利润统计	170
图表 86	2013-2014年苏宁电器股份有限公司资产与负债统计	170
图表 87	2013-2014年苏宁电器股份有限公司盈利能力情况	171
图表 88	2013-2014年苏宁电器股份有限公司偿债能力情况	171
图表 89	2013-2014年苏宁电器股份有限公司运营能力情况	171
图表 90	2013-2014年苏宁电器股份有限公司成本费用统计	172
图表 91	2014年广州友谊集团股份有限公司分产品情况表	173
图表 92	2014年广州友谊集团股份有限公司分地区情况表	173
图表 93	2013-2014年广州友谊集团股份有限公司收入与利润统计	174

图表 94 2013-2014年广州友谊集团股份有限公司资产与负债统计	174
图表 95 2013-2014年广州友谊集团股份有限公司盈利能力情况	174
图表 96 2013-2014年广州友谊集团股份有限公司偿债能力情况	175
图表 97 2013-2014年广州友谊集团股份有限公司运营能力情况	175
图表 98 2013-2014年广州友谊集团股份有限公司成本费用统计	175
图表 99 2015-2020年中国批发市场营业收入预测趋势图	189
图表 100 2015-2020年中国零售业商品销售额预测	190
图表 101 2015-2020年中国限额以上批发业利润总额预测图	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249388.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](http://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。