



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国零售产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国零售产业发展现状及市场监测报告》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/283019.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

2015年12月份，社会消费品零售总额28635亿元，同比名义增长11.1%（扣除价格因素实际增长10.7%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，限额以上单位消费品零售额15367亿元，增长8.6%。 我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 资料来源：国家统计局

2015年全年，社会消费品零售总额300931亿元，比上年增长10.7%。其中，限额以上单位消费品零售额142558亿元，增长7.8%。 2007-2015年我国社会消费品零售总额走势图 资料来源：国家统计局

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 零售业相关概述 1

1.1 零售业简介 1

1.1.1 零售业的定义 1

1.1.2 零售业的形式 2

1.1.3 零售贸易的特征 3

1.1.4 零售贸易的功能 4

1.2 零售业的产业特点 5

1.2.1 行业生产要素特征 5

1.2.2 行业的周期性特征 5

1.2.3 行业的季节性特征 6

1.3 零售业投资分析 6

1.3.1 投资准入条件 6

1.3.2 投资吸引力 7

1.3.3 投资风险 9

1.3.4 投资建议 10

第二章 2013-2014年中国零售业发展规划背景分析 11

| | |
|-----------------------------|----|
| 2.1 宏观经济分析 | 11 |
| 2.1.1 宏观经济转好是零售业发展的动力 | 11 |
| 2.1.2 2015年我国国民经济运行良好 | 13 |
| 2.1.3 2015年我国国民经济运行分析 | 14 |
| 2.1.4 2015年国民经济运行状况 | 18 |
| 2.2 消费市场分析 | 19 |
| 2.2.1 居民可支配收入的不断提高是行业发展的原动力 | 19 |
| 2.2.2 城市化进程是消费增长的重要驱动因素 | 20 |
| 2.2.3 中国城镇居民消费需求分析 | 21 |
| 2.2.4 中国消费市场结构剖析 | 25 |
| 2.2.5 中国消费品市场实现重大跨越 | 26 |
| 2.2.6 我国消费品市场新特点解读 | 26 |
| 2.3 关联产业环境 | 27 |
| 2.3.1 零售商与银行之间费率的争议 | 27 |
| 2.3.2 零售业和商业地产 | 27 |
| 2.3.3 零售业和物流业 | 28 |
| 2.3.4 零售业和逆向物流 | 31 |
| 2.4 国际背景分析 | 33 |
| 2.4.1 当代国际零售业的特点 | 33 |
| 2.4.2 全球零售业发展综述 | 35 |
| 2.4.3 西方零售业态发展的两个理论分析 | 38 |
| 2.4.4 西方发达国家零售业总体呈现的特点 | 40 |
| 2.4.5 全球零售货品损耗金额的分析 | 42 |
| 2.4.6 国际零售业的主要发展方向 | 42 |

第三章 2013-2014年中国零售业发展深入剖析 49

| | |
|----------------------|----|
| 3.1 中国零售业发展综述 | 49 |
| 3.1.1 中国零售业国际地位日益重要 | 49 |
| 3.1.2 零售业在国民经济中的地位分析 | 49 |
| 3.1.3 中国零售业步入新的历史时期 | 50 |
| 3.1.4 中国零售业发展亮点凸显 | 51 |
| 3.1.5 中国零售业发展迎来"黄金期" | 55 |

| | |
|---------------------------|----|
| 3.2 2013-2014年国内零售业的发展 | 55 |
| 3.2.1 2013年我国零售业发展分析 | 55 |
| 3.2.2 2014年我国零售业运行状况 | 57 |
| 3.2.3 2015年零售业发展分析 | 59 |
| 3.3 2013-2014年中国农村零售业发展探析 | 62 |
| 3.3.1 我国农村零售业发展的特点 | 62 |
| 3.3.2 中国农村零售业业态分析 | 63 |

2015年全年，我国城镇消费品零售额258999亿元，比上年增长10.5%；乡村消费品零售额41932亿元，增长11.8%。2015年我国乡村消费品零售额占全国比重增长至13.93%。

2010-2015年我国乡村消费品零售额及占比分析 资料来源：国家统计局 2010-2015年我国消费品零售额统计表（亿元）

| 年份 | 城市 | 乡村 |
|-------|----------|---------|
| 2010年 | 136123 | 20875 |
| 2011年 | 156908.3 | 24317.5 |
| 2012年 | 179318 | 27849 |
| 2013年 | 202462 | 31918 |
| 2014年 | 226368 | 36027 |
| 2015年 | 258999 | 41932 |

资料来源：国家统计局

| | |
|-----------------------|----|
| 3.3.3 中国发展农村零售业的必要性 | 64 |
| 3.3.4 中国零售业发展必须拓展农村市场 | 65 |
| 3.4 中国零售行业SWOT分析 | 66 |
| 3.4.1 优势（STRENGTH） | 66 |
| 3.4.2 劣势（WEAKNESSES） | 67 |
| 3.4.3 机会（OPPORTUNITY） | 67 |
| 3.4.4 威胁（THREAT） | 68 |
| 3.5 未来中国零售业的主要方向 | 68 |
| 3.5.1 业态多元化 | 68 |
| 3.5.2 经营方式特色化 | 72 |
| 3.5.3 企业发展规模化 | 73 |
| 3.5.4 市场定位科学化 | 74 |
| 3.5.5 企业经营国际化 | 74 |
| 3.5.6 管理手段现代化 | 75 |
| 3.5.7 自助购物普及化 | 76 |

第四章 2013-2014年零售业态之：超市业分析 77

| | |
|------------------------|----|
| 4.1 2013-2014年超市行业发展现状 | 77 |
| 4.1.1 超市行业概述 | 77 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 4.1.2 中国超市业发展的特征解析 | 78 |
| 4.1.3 主要国内外资超市在中国布局状况 | 79 |
| 4.1.4 我国高端超市发展状况及对策建议 | 80 |
| 4.1.5 制约我国网上超市发展的因素分析 | 87 |
| 4.1.6 我国连锁超市的信息化分析 | 88 |
| 4.2 超市的经营管理 | 88 |
| 4.2.1 连锁超市经营管理中五个不等分析 | 88 |
| 4.2.2 超市管理的关键点分析 | 91 |
| 4.2.3 超市人力资源管理的误区分析 | 93 |
| 4.2.4 连锁超市企业供应链管理中存在的问题及对策 | 96 |
| 4.3 2013-2014年大型超市的经营分析 | 100 |
| 4.3.1 大型综合超市的含义特征分析 | 100 |
| 4.3.2 中国大型综合超市建立的可行性 | 101 |
| 4.3.3 中国大型超市发展现状 | 102 |
| 4.3.4 国内外大型超市经营模式对比及启示 | 104 |
| 4.3.5 我国大型超市循环经济模式发展探析 | 108 |
| 4.3.6 大型综合超市新的营销策略 | 114 |
| 4.3.7 大中型超市社区营销能力提高的思考 | 119 |
| 4.4 中国超市市场开拓与营销战略 | 123 |
| 4.4.1 我国连锁超市农村市场开拓探讨 | 123 |
| 4.4.2 连锁超市营销八大差异分析 | 127 |
| 4.4.3 本土超市应对外来竞争的营销战略 | 129 |
| 4.4.4 超市成功促销的经验 | 133 |
| 4.5 超市的发展趋势 | 134 |
| 4.5.1 未来中国超市发展基本趋势 | 134 |
| 4.5.2 全球化背景下中国超市发展的十个趋势 | 136 |
| 4.5.3 21世纪零售业态超市的发展态势 | 141 |

第五章 2013-2014年零售业态之：便利店分析 143

| | |
|---------------------|-----|
| 5.1 世界部分国家或地区的便利店分析 | 143 |
| 5.1.1 美国是便利店的发源之地 | 143 |
| 5.1.2 英国便利店行业的现状 | 144 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 5.1.3 日本便利店经营的发展分析 | 146 |
| 5.1.4 台湾地区便利店行业的发展 | 148 |
| 5.2 2013-2014年中国便利店发展规模及格局 | 148 |
| 5.2.1 国内外便利店成功案例分析 | 148 |
| 5.2.2 中国便利店的总体发展概况 | 150 |
| 5.2.3 我国便利店发展特征解析 | 153 |
| 5.2.4 主要连锁便利店企业布局状况 | 154 |
| 5.2.5 外资企业抢占中国便利店市场 | 157 |
| 5.2.6 代表城市上海便利店行业发展分析 | 158 |
| 5.3 我国便利店发展的SWOT分析 | 159 |
| 5.3.1 优势（STRENGTH） | 159 |
| 5.3.2 劣势（WEAKNESS） | 159 |
| 5.3.3 机遇（OPPORTUNITY） | 160 |
| 5.3.4 威胁（THREATEN） | 160 |
| 5.4 便利店的投资分析 | 161 |
| 5.4.1 中国发展便利店的必要 | 161 |
| 5.4.2 便利店的市场定位分析 | 162 |
| 5.4.3 便利店赢利的基础分析 | 163 |
| 5.4.4 便利店的投资规划建议 | 164 |
| 5.4.5 便利店市场的投资前景看好 | 164 |
| 5.5 中国便利店发展存在的问题及对策 | 166 |
| 5.5.1 我国便利店发展过程中存在的问题 | 166 |
| 5.5.2 我国便利店发展的四大建议 | 167 |
| 5.5.3 便利店经营策略分析 | 168 |
| 5.6 便利店的前景和趋势 | 169 |
| 5.6.1 中国发展便利店的前景广阔 | 169 |
| 5.6.2 便利店的发展趋势分析 | 172 |
| 5.6.3 便利店业态经营的趋势分析 | 172 |
| 第六章 2013-2014年零售业态之：购物中心分析 | 174 |
| 6.1 世界部分国家或地区购物中心发展分析 | 174 |
| 6.1.1 东南亚购物中心 | 174 |

| | |
|--------------------------------|---------|
| 6.1.2 美国购物中心 | 175 |
| 6.1.3 德国购物中心 | 176 |
| 6.1.4 日本购物中心 | 179 |
| 6.2 2013-2014年中国购物中心发展规模及特征分析 | 181 |
| 6.2.1 国内购物中心发展回顾 | 181 |
| 6.2.2 我国购物中心发展势头迅猛 | 182 |
| 6.2.3 我国购物中心发展的驱动因素 | 184 |
| 6.2.4 社区型购物中心成我国购物中心主体类型 | 184 |
| 6.2.5 中国购物中心的显著特点及未来趋势 | 186 |
| 6.2.6 我国三线城市购物中心发展前景预测 | 188 |
| 6.3 购物中心的设计 | 188 |
| 6.3.1 购物中心景观的规划和设计 | 188 |
| 6.3.2 购物中心本体建筑的设计 | 191 |
| 6.3.3 购物中心消防系统的设计 | 200 |
| 6.3.4 购物中心照明系统的规划和设计 | 203 |
| 6.3.5 都市区域性购物中心规划与设计 | 205 |
| 6.4 2013-2014年购物中心发展面临的问题及风险 | 208 |
| 6.4.1 国内购物中心的运作失误 | 208 |
| 6.4.2 中国购物中心发展存在的问题 | 210 |
| 6.4.3 购物中心发展中需注意的几个问题 | 212 |
| 6.4.4 国内购物中心建设的三个误区 | 215 |
| 6.4.5 中国购物中心发展中的潜在风险 | 215 |
| 6.5 中国购物中心的发展建议 | 216 |
| 6.5.1 中国购物中心健康发展的对策 | 216 |
| 6.5.2 中国购物中心的开发策略 | 217 |
| 6.5.3 我国购物中心发展的策略性建议 | 219 |
| 6.5.4 国内发展大型郊区购物中心需谨慎 | 222 |
| 第七章 2013-2015年零售业态之：百货店业分析 | 223 |
| 7.1 2013-2015年中国百货店业发展现状 | 223 |
| 7.1.1 中日美三国百货店业对比分析 | 223 |
| 7.1.2 中国百货行业发展综述 | 225 |

| | |
|-------------------------|-----|
| 7.1.3 中国百货行业发展态势分析 | 226 |
| 7.1.4 我国百货行业发展呈现的新特点 | 227 |
| 7.1.5 我国百货业发展的本土优势 | 230 |
| 7.1.6 未来十年我国百货行业发展的机遇 | 233 |
| 7.2 中国百货业供应商关系管理探析 | 234 |
| 7.2.1 百货业供应商关系管理简述 | 234 |
| 7.2.2 百货业供应商关系管理的作用 | 235 |
| 7.2.3 百货店加强与高端品牌供应商合作 | 236 |
| 7.2.4 国内百货业供应商关系管理中的问题 | 238 |
| 7.2.5 百货业供应商管理的发展趋势 | 240 |
| 7.3 中国百货业的营销 | 241 |
| 7.3.1 百货店常用的促销手段 | 241 |
| 7.3.2 百货商场营销策划的主要因素 | 243 |
| 7.3.3 百货业营销中应避免的误区 | 245 |
| 7.3.4 百货店的促销建议 | 247 |
| 7.4 大型百货店分析 | 248 |
| 7.4.1 现代大型百货市场定位模式探析 | 248 |
| 7.4.2 大型百货零售业市场的内部准入条件 | 249 |
| 7.4.3 大型百货零售企业服务质量的要素构成 | 251 |
| 7.4.4 大型百货店陷入困境的原因分析 | 255 |
| 7.4.5 大型百货店市场制胜的发展策略 | 256 |
| 7.5 百货行业发展面临的挑战及对策 | 257 |
| 7.5.1 我国百货业发展中存在的主要问题 | 257 |
| 7.5.2 中国百货行业发展面临的五大挑战 | 259 |
| 7.5.3 后危机时代我国百货业的发展对策 | 260 |
| 7.5.4 我国百货业应对市场竞争的策略 | 261 |

第八章 2013-2014年其他零售业态分析 264

8.1 大卖场 264

8.1.1 大卖场业态概述 264

8.1.2 大卖场的供应商组合和管理 264

8.1.3 其他零售业态对大卖场产生的竞争力 267

| | |
|----------------------------|-----|
| 8.1.4 我国大卖场经营策略 | 271 |
| 8.2 仓储式商场 | 273 |
| 8.2.1 仓储式商场发展历史 | 273 |
| 8.2.2 仓储式商场经营分析 | 275 |
| 8.2.3 仓储式商场发展分析 | 276 |
| 8.2.4 仓储式商场发展中的问题及制约因素 | 277 |
| 8.2.5 中国仓储式商场的发展对策及建议 | 279 |
| 8.3 专业店 | 281 |
| 8.3.1 专业店的变迁过程 | 281 |
| 8.3.2 专业店的发展及经营特色 | 283 |
| 8.3.3 专业店的发展特点 | 285 |
| 8.3.4 外资专业店在华发展之路解析 | 286 |
| 8.4 专卖店 | 287 |
| 8.4.1 专卖店概述 | 287 |
| 8.4.2 对专卖店营销的思考 | 288 |
| 8.4.3 针对加强专卖店建设的建议 | 290 |
| 第九章 2013-2014年主要商品零售市场分析 | 292 |
| 9.1 服装市场 | 292 |
| 9.1.1 我国服装零售市场规模及增速 | 292 |
| 9.1.2 我国服装市场的特征 | 293 |
| 9.1.3 我国服装市场消费特点 | 294 |
| 9.1.4 我国服装零售状况浅析 | 295 |
| 9.1.5 我国服装产业集群深度解析 | 300 |
| 9.1.6 我国服装零售行业相关政策盘点 | 305 |
| 9.1.7 未来我国服装市场消费分析 | 307 |
| 9.1.8 "十三五"期间我国服装业的发展趋势 | 308 |
| 9.2 家电市场 | 309 |
| 9.2.1 我国家电市场产品供给状况 | 309 |
| 9.2.2 我国家电产业取得的成就 | 313 |
| 9.2.3 我国家电市场发展现状分析 | 314 |
| 9.2.4 加快我国家电自主品牌建设的建议及政策措施 | 315 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 9.2.5 "十三五"我国家电市场面临的机遇和挑战 | 319 |
| 9.2.6 "十三五"我国家电行业发展规划探析 | 321 |
| 9.2.7 我国家电网上零售市场分析预测 | 322 |
| 9.3 汽车市场 | 324 |
| 9.3.1 我国汽车行业总况 | 324 |
| 9.3.2 我国汽车消费市场持续快速发展 | 325 |
| 9.3.3 中国汽车市场特点分析 | 326 |
| 9.3.4 2013-2014年汽车市场格局 | 327 |
| 9.3.5 我国汽车市场价格解析 | 328 |
| 9.3.6 我国汽车行业政策盘点分析 | 329 |
| 9.3.7 我国汽车产业发展的建议 | 332 |
| 9.3.8 我国汽车市场发展前景展望 | 332 |
| 9.3.9 未来我国汽车产业发展面临的形势 | 333 |
| 9.4 食品市场 | 337 |
| 9.4.1 我国食品市场零售总额及增速解析 | 337 |
| 9.4.2 我国食品行业运行特点 | 339 |
| 9.4.3 2013-2014年我国食品业运行状况 | 340 |
| 9.4.4 我国食品市场价格走势 | 346 |
| 9.4.5 制约我国食品业发展的瓶颈 | 347 |
| 9.4.6 食品行业发展的政策措施 | 348 |
| 9.4.7 中国食品市场消费趋势剖析 | 349 |
| 9.4.8 "十三五"我国食品行业发展展望 | 350 |
| 9.5 化妆品市场 | 351 |
| 9.5.1 我国化妆品产业高速发展 | 351 |
| 9.5.2 中国化妆品市场产品供给分析 | 352 |
| 9.5.3 我国化妆品市场零售规模及增速 | 354 |
| 9.5.4 我国化妆品市场消费特点 | 355 |
| 9.5.5 我国化妆品市场存在的问题 | 356 |
| 9.5.6 我国化妆品市场发展建议 | 357 |
| 9.5.7 "十二五"我国化妆品零售业前瞻 | 358 |
| 9.5.8 我国化妆品行业发展趋势分析 | 358 |

第十章 2013-2014年中国重点城市零售行业发展状况 366

10.1 北京 366

10.1.1 北京零售市场总体运行情况 366

10.1.2 北京消费品零售市场结构特点 367

10.1.3 北京消费品零售市场热点剖析 368

10.1.4 北京市社会消费品零售状况 369

10.1.5 引进国外品牌助推北京市零售业发展 371

10.1.6 北京市积极促进网上零售业发展 372

10.1.7 北京市零售行业未来发展前景展望 373

10.2 上海 373

10.2.1 上海零售业业态发展分析 373

10.2.2 零售业成为上海经济增长重要推动力 375

10.2.3 上海消费品零售市场的特点 375

10.2.4 上海居民消费价格水平分析 377

10.2.5 上海居民收入及消费水平较快增长 379

10.2.6 上海零售业发展的趋势 379

10.2.7 "十三五"上海零售业发展规划 380

10.3 广州 381

10.3.1 广州消费品零售市场总体分析 381

10.3.2 广州城市居民消费结构变化状况 382

10.3.3 广州零售业掀起扩张风潮 382

10.3.4 后亚运时代广州零售市场格局分析 383

10.3.5 广州市零售业态的渠道创新 384

10.3.6 广州传统百货业发力电子商务领域 384

10.3.7 广州零售业发展存在的主要问题 386

10.3.8 2015年广州社会消费品零售规划 387

10.4 深圳 388

10.4.1 深圳零售业发展综述 388

10.4.2 深圳零售业发展成就 388

10.4.3 深圳零售行业扩张加速 389

10.4.4 深圳社会消费品零售额快速增长 390

10.4.5 深圳零售业快速成长的原因探析 390

| | |
|--------------------------------|---------|
| 10.4.6 深圳零售业发展中的问题 | 392 |
| 10.4.7 深圳零售业发展的对策建议 | 393 |
| 10.4.8 未来深圳零售业的发展趋势解析 | 395 |
| 10.5 成都 | 396 |
| 10.5.1 成都零售业发展概况 | 396 |
| 10.5.2 成都零售业发展现状 | 396 |
| 10.5.3 成都市零售业布局情况解析 | 398 |
| 10.5.4 成都市零售行业呈现高端化态势 | 399 |
| 10.5.5 成都零售业发展面临的问题 | 399 |
| 10.5.6 成都市零售行业未来发展趋势 | 400 |
| 第十一章 2014-2015年中国主要零售商业圈分析 | 402 |
| 11.1 北京主要零售商业圈 | 402 |
| 11.1.1 王府井商圈 | 402 |
| 11.1.2 西单商圈 | 403 |
| 11.1.3 燕莎商圈 | 403 |
| 11.1.4 中关村商圈 | 405 |
| 11.1.5 公主坟商圈 | 405 |
| 11.1.6 阜成门商圈 | 406 |
| 11.1.7 崇文门商圈 | 406 |
| 11.1.8 CBD商圈 | 407 |
| 11.2 上海主要零售商业圈 | 408 |
| 11.2.1 南京西路商圈 | 408 |
| 11.2.2 徐家汇商圈 | 409 |
| 11.2.3 淮海路商圈 | 409 |
| 11.2.4 陆家嘴商圈 | 410 |
| 11.2.5 南京东路商圈 | 411 |
| 11.2.6 虹桥商圈 | 412 |
| 11.2.7 五角场商圈 | 412 |
| 11.2.8 中山公园商圈 | 413 |
| 11.2.9 四川北路商圈 | 414 |
| 11.3 广州主要零售商业圈 | 415 |

| | |
|----------------|-----|
| 11.3.1 天河商圈 | 415 |
| 11.3.2 中华广场商圈 | 416 |
| 11.3.3 东山商圈 | 416 |
| 11.3.4 珠江新城商圈 | 417 |
| 11.3.5 北京路商圈 | 417 |
| 11.3.6 白云新城商圈 | 418 |
| 11.3.7 环市东商圈 | 419 |
| 11.4 深圳主要零售商业圈 | 420 |
| 11.4.1 东门商圈 | 420 |
| 11.4.2 华强北商圈 | 420 |
| 11.4.3 深圳湾商业圈 | 421 |
| 11.4.4 人民南商圈 | 422 |
| 11.4.5 南山商圈 | 423 |
| 11.4.6 华侨城商圈 | 424 |
| 11.4.7 宝安商圈 | 425 |
| 11.4.8 龙岗商圈 | 426 |
| 11.5 武汉主要零售商业圈 | 426 |
| 11.5.1 徐东商圈 | 426 |
| 11.5.2 中南商圈 | 427 |
| 11.5.3 光谷商圈 | 428 |
| 11.5.4 街道口商圈 | 429 |
| 11.5.5 武广商圈 | 429 |
| 11.5.6 江汉路商圈 | 430 |
| 11.5.7 钟家村商圈 | 431 |

第十二章 2014-2015年中国零售业电子商务的发展 432

| | |
|---------------------------|-----|
| 12.1 中国电子商务全面分析 | 432 |
| 12.1.1 我国电子商务发展现状 | 432 |
| 12.1.2 我国电子商务发展中存在的主要问题 | 439 |
| 12.1.3 我国电子商务发展的保障措施 | 443 |
| 12.1.4 我国电子商务发展的指导思想和主要目标 | 444 |
| 12.1.5 我国电子商务发展的工作任务和重点工程 | 444 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 12.2 传统零售业与电子商务 | 449 |
| 12.2.1 电子商务对传统零售业的影响 | 449 |
| 12.2.2 传统零售业融合电子商务具有积极意义 | 451 |
| 12.2.3 我国传统零售业发展电子商务存在的问题 | 452 |
| 12.2.4 我国发展零售业电子商务的对策 | 453 |
| 12.2.5 电子商务环境下传统零售业的发展趋势 | 454 |
| 12.3 2014-2015年中国网络零售市场规模分析 | 457 |
| 12.3.1 2014年我国网络零售市场交易规模分析 | 457 |
| 12.3.2 2015年上半年我国网络零售市场交易规模分析 | 457 |
| 12.3.3 2015年我国网络零售市场分析 | 458 |

第十三章 2015年重点零售企业分析 463

| | |
|------------------------|-----|
| 13.1 苏宁云商集团股份有限公司 | 463 |
| 13.1.1 企业发展概况 | 463 |
| 13.1.2 经营效益分析 | 464 |
| 13.1.3 业务经营分析 | 468 |
| 13.1.4 财务状况分析 | 468 |
| 13.1.5 未来前景展望 | 469 |
| 13.2 上海新世界股份有限公司 | 469 |
| 13.2.1 企业发展概况 | 469 |
| 13.2.2 经营效益分析 | 470 |
| 13.2.3 业务经营分析 | 474 |
| 13.2.4 财务状况分析 | 475 |
| 13.2.5 未来前景展望 | 475 |
| 13.3 北京王府井百货(集团)股份有限公司 | 476 |
| 13.3.1 企业发展概况 | 476 |
| 13.3.2 经营效益分析 | 477 |
| 13.3.3 业务经营分析 | 481 |
| 13.3.4 财务状况分析 | 482 |
| 13.3.5 未来前景展望 | 482 |
| 13.4 广州市广百股份有限公司 | 483 |
| 13.4.1 企业发展概况 | 483 |

| | |
|------------------------------------|---------|
| 13.4.2 经营效益分析 | 484 |
| 13.4.3 业务经营分析 | 488 |
| 13.4.4 财务状况分析 | 489 |
| 13.4.5 未来前景展望 | 489 |
| 13.5 重庆百货大楼股份有限公司 | 490 |
| 13.5.1 企业发展概况 | 490 |
| 13.5.2 经营效益分析 | 491 |
| 13.5.3 业务经营分析 | 495 |
| 13.5.4 财务状况分析 | 495 |
| 13.5.5 未来前景展望 | 496 |
| 第十四章 2013-2014年中国零售业面临的挑战及发展建议 | 497 |
| 14.1 中零售业发展与国外的差距 | 497 |
| 14.1.1 经营规模的差距 | 497 |
| 14.1.2 业态选择的差距 | 497 |
| 14.1.3 信息化水平的差距 | 498 |
| 14.1.4 经营效率的差距 | 498 |
| 14.2 中国零售业存在的问题 | 498 |
| 14.2.1 过度竞争 | 498 |
| 14.2.2 业态结构不合理 | 498 |
| 14.2.3 区域结构失衡 | 499 |
| 14.2.4 技术含量偏低 | 500 |
| 14.2.5 人才紧缺 | 500 |
| 14.3 国内农村零售业存在的主要问题 | 500 |
| 14.3.1 农村收入水平和消费水平低 | 500 |
| 14.3.2 农村商业网点布局散乱 | 501 |
| 14.3.3 农村基础设施落后 | 501 |
| 14.3.4 农村零售业规模小档次低 | 502 |
| 14.3.5 农村零售业服务水平低 | 502 |
| 14.4 中国零售业的发展战略 | 502 |
| 14.4.1 扩大国内零售企业的规模 | 502 |
| 14.4.2 采取灵活多样的零售业态 | 503 |

14.4.3 提升管理水平增加科技含量 503

14.4.4 完善零售供应链 503

14.4.5 加强人才培养 504

14.5 我国农村零售业发展的策略 504

14.5.1 提高认识 504

14.5.2 增加收入 504

14.5.3 制定规划 505

14.5.4 业态创新 505

14.5.5 整肃市场 506

第十五章 零售业政策方向及规划建议 507

15.1 中国零售行业政策解析 507

15.1.1 2015年我国零售业政策盘点 507

15.1.2 2015年中国零售业的政策解析 507

15.1.3 我国零售业相关政策解读 508

15.2 我国促进零售业发展的政策措施 509

15.2.1 建立健全商业法律体系 509

15.2.2 促进城乡市场协调发展 509

15.2.3 全面开展零售企业分等定级工作 510

15.2.4 推进商业城新体系建设 510

15.2.5 加快零售企业的改革步伐 511

15.3 未来我国零售业政策导向 511

15.3.1 扩大消费政策将继续深化 511

15.3.2 推进农村市场体系建设 511

15.3.3 加快流通领域电子商务发展 512

15.3.4 制定政策扶持引导零售业节能 512

15.4 中国零售业发展规划探析 512

15.4.1 "十三五"期间零售业将发挥基础性作用 512

15.4.2 "十三五"中国零售业面临的机遇和挑战 514

15.4.3 "十三五"中国零售业要切实转变发展方式 515

15.4.4 "十三五"我国基本形成消费主导的经济增长新格局 516

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283019.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提供专业投资咨询报告、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。