



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2007年零售百货市场深度 市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006-2007年零售百货市场深度市场分析及发展趋势研究报告》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/46265.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

【 目录 】

第一部分 2006—2007年零售百货市场环境综述

第一章 2006—2007年中国宏观经济环境 1

一、2005年经济运行情况分析 1

二、2005年经济运行四大问题 4

三、2006年经济运行预测 7

四、2006年人民币汇率波动对经济的影响 13

第二章 中国零售百货行业政策环境 15

第一节 2005-2006年中国零售百货行业环境分析 15

一、零售百货行业市场环境 15

二、零售百货行业政策环境 18

第二节 最新政策变化影响分析 19

一、《零售商促销行为管理办法》 19

二、《公平交易管理办法》 20

第三节 人民币加息对零售百货行业影响分析 22

第四节 国外资本对中国零售百货市场影响 25

一、对零售市场格局的影响 25

二、对经营管理方式的影响 25

三、对供应商关系的影响 26

四、对宏观政策的影响 26

五、其他方面 27

六、外资发展的趋势及建议 27

第三章 我国零售业与WTO 29

第一节 入世后我国关于零售行业的开放政策 29

第二节 入世给国内零售百货的挑战和对策 30

一、外商对我国零售业的挑战 30

| | |
|---------------------------|----|
| 二、我国零售业的发展对策 | 32 |
| 第三节 入世后我国零售业发展分析 | 36 |
| 第四节 外资零售企业进入中国全程分析 | 37 |
| 一、进入速度和规模 | 37 |
| 二、经营效益 | 37 |
| 三、业态形式 | 37 |
| 四、区域分布 | 38 |
| 五、进入方式 | 38 |
| 六、外资零售业扩张趋势预测 | 39 |
| 七、国内零售业开放风险 | 40 |
| 第五节 WTO环境下国内零售企业的机会 | 41 |
| 一、商业发展的平台已经搭起 | 41 |
| 二、与外资企业竞争已积累了经验 | 42 |
| 三、扩展市场尚有很大空间 | 42 |
| | |
| 第二部分 2006-2007年零售百货行业运行分析 | |
| 第四章 国外零售百货业的发展现状及趋势 | 44 |
| 第一节 美国零售百货业现状 | 44 |
| 一、美国零售业整体发展现状 | 44 |
| 二、典型百货企业分析 | 44 |
| 三、2006年美国零售业的发展状况 | 46 |
| 第二节 日本零售百货业发展 | 48 |
| 一、日本零售业整体现状 | 48 |
| 二、主要零售业态发展现状 | 50 |
| 三、日本零售业的发展趋势 | 54 |
| 第三节 巴基斯坦零售百货业发展 | 55 |
| 一、零售业的总体情况和特点 | 55 |
| 二、零售业的发展趋势 | 56 |
| 三、零售业的政策执行情况 | 57 |
| 四、巴零售业目前存在的问题 | 57 |
| 第四节 发达国家零售商业的发展趋势及特点 | 58 |
| 一、零售业态的多样化 | 58 |

| | |
|-------------------|----|
| 二、经营国际化、连锁化 | 59 |
| 三、组织结构集中化、规模化 | 59 |
| 四、流通功能的主导化 | 60 |
| 五、城市商业网点布局的转移 | 60 |
| 六、商业经营管理的高技术化、现代化 | 61 |

第五章 国内零售百货产业运行现状与预测 63

第一节 中国零售百货行业发展环境及现状 63

一、中国零售百货行业的发展环境 63

二、零售百货业竞争环境 64

三、2005年中国零售百货行业的发展特点 66

四、存在的问题分析 67

五、2006年发展状况及建议 68

第二节 百货行业的发展变化趋势和特点 70

一、近年来百货业的发展变化和趋势 70

二、“特色化、主题化、品牌化”是百货店竞争的显著特点 71

三、“连锁化、产业化、集约化”是百货店改造的主要内容 73

四、“品牌化、信用化、知识化”是百货店发展的主要内容 74

第三节 2006年中国零售百货行业发展问题 76

一、规模增长与效益增长脱节 76

二、定位趋同现象仍较普遍 76

三、促销方式有待规范创新 76

四、人才短缺矛盾依然突出 77

第四节 2001-2005年中国零售业连锁发展情况 78

一、五年“连锁百强”中国连锁运行分析 78

二、2005年连锁百强企业基本情况及特点 80

三、2005年度特许连锁发展总体状况 81

第五节 现代零售业的重要发展趋势 83

第六章 零售行业产业特点及投资特性分析 86

第一节 零售业的基本业态界定 86

一、零售业的基本业态 86

| | |
|-------------------------------|-----|
| 二、各零售业态的不同之处 | 86 |
| 第二节 中国零售业的投资发展规律 | 87 |
| 一、零售份额向民营企业集中 | 88 |
| 二、百货向新兴连锁零售业态集中 | 88 |
| 三、连锁家电卖场成长性最高 | 88 |
| 第三节 民营投资零售百货业特性分析 | 90 |
| 一、高度保护的零售业拒绝认同度低的民营企业 | 90 |
| 二、行业进入壁垒 | 90 |
| 三、民营资本如何切入 | 91 |
| | |
| 第七章 我国零售百货业融资状况 | 92 |
| 第一节 2006年百货业经营状况 | 92 |
| 一、行业持续稳步增长 | 92 |
| 二、主营增速显著下滑 | 92 |
| 三、百货业在创新中发展 | 92 |
| 四、坚持关注品牌企业 | 93 |
| 第二节 零售业上市公司发展动向 | 93 |
| 一、2005年中期财务和营业状况 | 93 |
| 二、零售类上市公司的财务和营业状况 | 96 |
| | |
| 第三部分 2006—2007年零售百货细分产业及其市场研究 | |
| 第八章 百货商场业态分析 | 97 |
| 第一节 我国百货商场的兴衰变化及原因分析 | 97 |
| 一、大型百货店发展中的问题 | 97 |
| 二、百货店骤然兴衰的原因 | 98 |
| 第二节 我国百货商场的经营效益分析 | 101 |
| 第三节 百货商店业态发展不同阶段的竞争战略 | 104 |
| 一、百货商场成长期竞争战略 | 104 |
| 二、百货商场成熟期竞争战略 | 105 |
| 三、百货商场进入衰退期应采取的战略 | 106 |
| 第四节 中国百货商店的前景和对策 | 107 |
| 一、中国百货商店尚未进入衰退期，而只是处于成熟期 | 107 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 二、中国百货业面临的困境和弊端 | 108 |
| 三、中国百货商店发展的应对措施 | 110 |
| | |
| 第九章 大型超市业态分析 | 112 |
| 第一节 大卖场模式特征及在中国的发展前景 | 112 |
| 一、大卖场的特征 | 112 |
| 二、大卖场在中国迅速发展原因分析 | 113 |
| 三、大卖场的主要弱点分析 | 113 |
| 四、大卖场所遇到的其他业态发展的竞争 | 114 |
| 第二节 仓储式商场 | 116 |
| 一、仓储式商场的特征 | 116 |
| 二、仓储式商场的弱点 | 117 |
| 三、仓储式商场在中国成功的条件 | 117 |
| 第三节 大型综合超市 | 118 |
| 一、大型综合超市的特点 | 118 |
| 二、大型综合超市的弱点 | 118 |
| 三、大型综合超市前景广阔——万佳模式的推广 | 119 |
| | |
| 第十章 专营店业态分析 | 121 |
| 一、专营店的特点及其在零售业中的地位 | 121 |
| 二、我国专营店发展趋势 | 121 |
| 三、我国专营店在发展中存在的问题及对策 | 123 |
| | |
| 第十一章 其他业态分析 | 125 |
| 第一节 便利店 | 125 |
| 一、国外便利店的经营特点 | 125 |
| 二、我国便利店发展现状 | 127 |
| 三、我国便利店的发展策略 | 127 |
| 第二节 购物中心 (SHOPPING MALL) | 129 |
| 一、Shopping Mall在中国的发展阶段 | 130 |
| 二、Shopping Mall在中国的发展潜力 | 131 |
| 第三节 电子零售业 | 133 |

- 一、我国电子商务的发展简要回顾 133
- 二、我国电子商务发展现状 135
- 三、行业电子商务发展分析 136

第四部分 区域市场分析

第十二章 重点区域市场分析 139

第一节 北京市零售业分析 139

- 一、北京连锁超市、便利店的发展背景 139
- 二、连锁超市、便利店发展现状 139
- 三、连锁超市、便利店发展中的亮点 141
- 四、主要问题及对策建议 142

第二节 上海市零售业发展状况分析 144

- 一、上海市零售业的外部环境分析 144
- 二、上海市零售业发展状况分析 145
- 三、上海大卖场业态的现状与发展趋势 148

第三节 广州市零售业发展状况分析 151

- 一、广州零售业的整体竞争环境 151
- 二、广州零售业核心竞争力状况分析 152
- 三、广州零售业核心竞争力的构建及战略应对 154

第四节 深圳市零售业发展状况分析 156

- 一、深圳零售业发展的现状 156
- 二、深圳本土零售业发展中存在的问题 158
- 三、深圳本土零售业的对策 163

第五节 武汉市零售业发展状况分析 169

- 一、内外资零售业现状比较 169
- 二、内外资零售业发展速度比较 169
- 三、内外资零售企业偿债能力比较 170
- 四、内外资零售企业的获利能力比较 170
- 五、内外资零售企业的社会贡献率比较 170
- 六、内外资零售企业重点调查比较 171

第五部分 2006-2007年零售百货行业竞争实况解析

| | |
|------------------------|-----|
| 第十三章 中国零售百货业竞争格局分析 | 172 |
| 第一节 中外零售企业竞争分析 | 172 |
| 第二节 我国零售市场业态与规模竞争格局分析 | 176 |
| 一、零售业态的竞争格局现状 | 176 |
| 二、零售企业规模格局 | 178 |
| 三、我国零售市场业态与规模格局的政策选择 | 178 |
| 第三节 当前国内连锁企业面临的竞争及突破方法 | 180 |
| 一、当前国内连锁商业企业面临的竞争态势分析 | 180 |
| 二、零售企业突破困境的关键因素抉择 | 181 |
| 第四节 提高我国零售企业竞争力的方法 | 183 |
| 一、国内外零售企业的差距 | 183 |
| 二、国本土零售企业应对挑战的基本思路 | 184 |
| 第十四章 优势企业分析 | 187 |
| 第一节 主要上市商业零售企业分析 | 187 |
| 一、百联股份 | 187 |
| 二、大商股份 | 189 |
| 三、北京西单商场股份有限公司 | 194 |
| 四、广州友谊股份有限公司 | 197 |
| 五、重庆百货大楼股份有限公司 | 199 |
| 第二节 国内零售百货代表企业分析 | 202 |
| 一、苏宁电器 | 202 |
| 二、国美电器 | 204 |
| 三、苏果超市 | 205 |
| 四、物美集团 | 206 |
| 第三节 主要外资零售企业分析 | 209 |
| 一、沃尔玛 | 209 |
| 二、家乐福 | 209 |
| 三、麦德龙 | 210 |
| 第六部分 中国零售百货营销与盈利模式分析 | |
| 第十五章 零售百货营销与盈利模式分析 | 212 |
| 第一节 百货持续竞争的营销思路分析 | 212 |

| | |
|------------------------|-----|
| 一、百货营销的现状及其问题 | 212 |
| 二、百货营销的内核探究 | 213 |
| 第二节 连锁零售企业面对国际化竞争的营销战略 | 216 |
| 一、重视标准化连锁经营的营销战略 | 216 |
| 二、重视建立工商协同战略联盟的营销战略 | 216 |
| 三、重视苦练内功打造企业品牌的营销战略 | 217 |
| 四、重视全面信息化建设的营销战略 | 217 |
| 五、重视物流体系建设优先的营销战略 | 218 |
| 第三节 连锁超市赢利模式调研分析 | 219 |
| 一、超市通道费用赢利模式存在的市场基础 | 219 |
| 二、通道费用赢利模式的弊端 | 221 |
| 三、加强供应链管理转换超市赢利模式 | 221 |
| 第四节 零售百货赢利模式——PB产品开发 | 224 |
| 一、零售企业PB产品的含义 | 224 |
| 二、PB产品在中外零售企业的发展 | 224 |
| 三、我国零售企业PB产品发展的行业背景 | 226 |
| 四、我国零售企业发展PB产品的优势分析 | 227 |
| 五、我国零售企业PB产品的发展策略 | 228 |

第七部分 零售百货业发展趋势与投资前景

第十六章 我国零售业发展的趋势 232

第一节 我国零售业发展的整体趋势 232

- 一、我国商业零售业的发展趋势 232
- 二、我国商业零售业未来发展中存在的问题 236
- 三、我国商业零售业未来发展的对策 236

第二节 新兴零售模式 239

- 一、仓储俱乐部 239
- 二、网络零售 243
- 三、折扣店 245

第三节 零售业经营形式发展趋势 248

第十七章 零售百货业投资前景及建议 251

第一节 零售业行业经济效益和资本性分析 251

一、行业经济效益分析 251

二、行业增长现状分析 252

三、行业资本性分析 254

第二节 投资建议 256

一、尽快抢占市场空白点，储存网点资源 256

二、充分使用并购重组策略，加大资本运作力度 256

三、投资超市项目要以规模化发展取胜 256

四、谨慎进入百货业 257

第三节 零售业跨区域扩张的资本风险 257

一、零售业的跨区域扩张 257

二、零售业跨区域扩张的资本风险 258

三、降低资本风险的对策建议 261

图表目录

图表1-1 2000-2004年中国GDP按季度增长情况 1

图表1-2 2005年前三季度中国实际利用外资统计 2

图表1-3 2005年前三季度国内生产总值/同比增长统计 2

图表1-4 2005年前三季度国内第一/第二/第三产业/生产总值统计 2

图表1-5 2005年前三季度国内人均收入 3

图表1-6 2005年工资市场和物价(亿元)(1-10月) 3

图表1-7 2005年对外贸易与利用外资(亿美元)(1-10月) 3

图表1-8 2005年化妆品、制造业累计应收帐款净额 6

图表1-9 三大区域主要经济指标占全国指标比重 8

图表1-10 三大区域三大需求人均值比较 8

图表2-1 2000—2005年全国消费品零售总额增长与GDP增长比较 15

图表2-2 2000—2005年城镇居民家庭人均可支配收入 16

图表2-3 2004年全国各地区经济指标比较 16

图表2-4 1994~2004年全国城镇居民消费支出构成素(%) 17

图表5-1 各主要地区限额以上连锁零售业配送中心数(按业态分)(2005年) 64

图表5-2 9月份零售业态热销排行 68

图表5-3 8月份零售业态热销排行 69

| | |
|--|-----|
| 图表5-4 2001-2005年百强企业销售占社会消费品零售总额比例 | 78 |
| 图表5-5 2001-2005百强企业平均规模 | 78 |
| 图表5-6 2002-2005年百强企业中所有制结构 | 79 |
| 图表5-7 2001-2005年百强企业销售总额的增幅 | 79 |
| 图表5-8 2001-2005连锁百强企业同比销售和店铺增幅 | 80 |
| 图表5-9 2005年开展特许经营的企业中增长对比 | 82 |
| 图表5-10 2005年特许企业开展多品牌经营状况 | 82 |
| 图表7-1 商品零售类公司主营收入和净利润增长情况 | 94 |
| 图表7-2 05年中期主营业务收入增长最快的前10家零售类公司 | 95 |
| 图表13-1 中国零售业内外资企业对比 | 175 |
| 图表13-2 2001-2004年全国200家大中型百货零售企业盈利状况统计 | 175 |
| 图表14-1 2006年百联股份经营业绩分析 | 188 |
| 图表14-2 2006年百联股份财务指标分析 | 189 |
| 图表14-3 2006年百联股份资产及负债分析 | 189 |
| 图表14-4 2006年大商股份重要财务指标分析 | 193 |
| 图表14-5 2006西单商场重要财务指标分析 | 196 |
| 图表14-6 2006广州友谊百货重要财务指标分析 | 197 |
| 图表14-7 2006重庆百货重要财务指标分析 | 201 |
| 图表14-8 2006苏宁电器重要财务指标分析 | 203 |
| 图表15-1 部分国家PB商品在百货类商店中的占有率(%) | 224 |
| 图表15-2 英国大零售商PB商品占总销售额比例(%) | 224 |
| 图表15-3 上海联华PB产品及其在上海市场分额(%) | 225 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46265.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。