



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国零售百货市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国零售百货市场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/46277.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

引言

2005年是中国零售业持续发展的一年。在中国经济继续保持平稳快速增长的带动下，2005年全国市场规模继续扩大，全国社会消费品零售总额达到67177亿元，同比增长12.9%。2006年1-2月份，数据显示零售业仍维持较高景气。我国实现社会消费品零售总额12644亿元，同比增长12.5%，扣除物价因素，实际增长12%。但1季度居民消费价格有所回落。分地域和行业来看，批发零售消费品总额增速仍高于社会消费品零售总额，显示出社会消费仍在延续去年下半年以来稳定的增长态势，我国城市消费仍然是社会消费构成的主导因素。

零售行业集中度有所提高。外资零售企业的进入和本地零售企业的迅速成长加剧了国内零售市场的竞争，而竞争促进行业集中度逐步提高。商务部公布的数据显示，2005年我国连锁百强零售额占消费品零售总额的比重首次超过10%，比04年提高约1个百分点。连锁百强零售企业共实现利润7076亿元，较2004年上涨了42%。

预计2006 - 2010年间，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。可以说，我国零售百货业存在着巨大的发展空间，投资机会较多。2005年是中国零售业全面开放的第一年，商务部批准设立的外资企业达1027家，这个数字是前12年批准设立的外资商业企业总数的3倍。截至2005年底，全球50家最大的零售企业中的80%已经进入中国。外资零售业的大举进入，虽然为国内零售业带来了先进的管理理念和营销方法，但也加剧了国内零售市场的竞争。2006年外资零售业会否继续2005年的发展势头？面对外资企业的强势入侵，中国零售百货业如何发挥固有优势？如何与外资企业同台竞争？

本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、国民经济景气监测中心、中华全国商业信息中心，全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国零售百货市场的供给与需求状况、竞争格局等进行了分析，并对国际零售百货市场、国际零售百货企业经验及加入WTO后中国零售百货市场变化等方面进行了深入探讨。是零售百货经营企业以及相关企业和单位、计划投资于零售百货的企业和个人等准确了解目前中国零售百货市场发展动态，把握零售百货行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品！

第一章 2005-2006年我国零售百货业发展环境分析

第一节 2005-2006年我国宏观经济环境分析

一、2005年宏观经济发展状况分析

二、2006年宏观经济发展趋势预测

第二节 2005-2006年我国零售百货业政策环境分析

第三节 人民币加息对零售百货行业影响分析

第四节 国外资本对中国零售百货业的冲击

第二章 世界零售百货业的发展分析

第一节 世界零售百货业的发展现状分析

一、美国零售业分析

二、日本零售业分析

三、欧洲零售业分析

第二节 世界零售百货业的发展变化与趋势

一、百货公司尝试变革以加固市场地位

二、零售企业的规模进一步两极分化

三、零售业正快速向网络化经营迈进

第三章 我国零售百货业投资特性及发展现状分析

第一节 我国零售业的产业特点及投资特性分析

一、零售业的产业特点

二、零售业的投资特性分析

第二节 我国主要零售业态发展状况分析

一、百货商场发展状况分析

二、大型超市发展状况分析

三、便利店发展状况分析

四、专业店发展状况分析

第四章 2005-2006年我国零售百货行业运行分析

第一节 2005年中国百货行业发展概况

一、发展规模分析

二、发展方式分析

第二节 2005年中国百货行业发展特点

一、调整转型取得阶段性成果

二、兼并收购加快发展

三、外资企业发展快于内资

第三节 2005年中国百货行业发展问题

一、规模增长与效益增长脱节

二、定位趋同现象仍较普遍

三、促销方式有待规范创新

四、人才短缺矛盾依然突出

第四节 2005年零售业连锁发展情况

一、从"连锁百强"看中国连锁经营发展

二、2005年连锁百强企业基本情况及特点

三、2005年度特许连锁发展总体状况

第五节 2006年中我国零售百货行业发展趋势分析

第五章 2005-2006年重点城市零售业发展状况分析

第一节 2005-2006年北京市零售业发展状况分析

一、北京零售业的投资环境分析

二、北京市零售业发展状况分析

三、北京零售业存在的问题分析

（一）市场集中度低

（二）管理手段落后

（三）缺乏核心竞争力

第二节 2005-2006年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、上海零售业发展动态分析

第三节 2005-2006年广州市零售业发展状况分析

一、广州零售业发展状况分析

二、广州零售业发展存在的问题

三、广州零售业的变革

第四节 2005-2006年深圳市零售业发展状况分析

一、深圳零售业发展面临的经济环境

二、深圳零售业发展现状

三、入世后深圳零售业发展变化

四、深圳零售业发展存在的问题

五、深圳零售业进一步发展的出路

第五节 2005-2006年重庆市零售业发展状况分析

一、重庆市零售业投资环境分析

二、重庆市零售业发展水平

三、重庆零售市场动向

第六节 2005-2006年年武汉市零售业发展状况分析

一、武汉市零售业外部发展环境分析

二、武汉零售业的发展状况

第六章 2005-2006年我国消费品市场分析

第一节 2005-2006年中国消费品市场销售状况分析

第二节 2005-2006年中国消费品市场需求状况分析

一、居民收入水平

二、居民消费倾向

三、居民消费信心

四、居民消费结构

第三节 2005-2006年中国消费品市场供给状况分析

一、商品供给

二、商品渠道

第七章 零售百货业营销与赢利模式分析

第一节 零售业的营销分析

一、EDLP策略的利与弊

二、零售企业的品牌定位与建设

三、顾客营销与商业营销

第二节 零售业赢利模式分析

- 一、零售企业赢利构成状况
- 二、通路利润的利用与控制
- 三、商业资本利用与PB商品的开发

第八章 2005-2006年我国零售百货业市场竞争格局分析

第一节 零售市场的资本构成分析

- 一、零售市场的资本来源
- 二、零售市场不同资本的比较

第二节 零售市场竞争格局

- 一、不同资本市场占有分析
- 二、我国零售业的业态构成
- 三、我国零售行业的地区分布

第三节 2005-2006年竞争格局分析

第四节 零售市场格局发展预测

- 一、影响竞争格局的因素
- 二、重建零售市场竞争格局

第九章 2005-2006年国内主要上市商业零售企业分析

第一节 2005年上市公司整体经营状况分析

第二节 主要上市商业零售企业分析

- 一、百联股份
- 二、大商股份
- 三、北京西单商场股份有限公司
- 四、广州友谊股份有限公司
- 五、重庆百货大楼股份有限公司

第十章 2005-2006年零售百货业内代表企业分析

第一节 国内零售百货代表企业分析

- 一、苏宁电器
- 二、国美电器
- 三、苏果超市

四、物美集团

五、其他代表

第二节 主要外资零售企业分析

一、沃尔玛

二、家乐福

三、麦德龙

四、其他主要外资零售企业

第十一章 我国零售业与WTO

第一节 入世后我国关于零售行业的开放政策

第二节 入世给国内零售百货的机遇和挑战

一、入世对国内零售业的机遇

二、入世对我国零售业的挑战

第三节 入世三年来零售业发展分析

第四节 外资零售企业进入的策略分析

一、以占领市场为首要目标

二、进入方式多样化

三、在中国建立采购中心

第五节 WTO环境下国内零售企业的机会

一、商业发展的平台已经搭起

二、与外资企业竞争已积累了经验

三、扩展市场尚有很大空间

四、国内企业在竞争中的对策

第十二章 零售百货业的发展趋势分析

第一节 零售业业态构成发展趋势

一、超市成为零售百货业的主要业态

二、多业态经营

三、购物中心逐渐兴起

四、折扣店成为具有良好前景的新态

第二节 零售业经营形式发展趋势

一、连锁经营

二、跨地区经营

第三节 零售业与物流系统

一、物流系统的含义

二、物流系统与零售业

三、建立零售业的物流战略

四、借鉴：日本零售业物流发展

第四节 零售业与电子商务

一、电子商务的含义及发展

二、B TO C电子商务对传统零售业的影响

三、电子商务与传统零售业的结合

第十三章 我国零售百货企业发展的策略分析

第一节 大型超市发展战略分析

一、良好的网点规划

二、提高企业竞争力

三、大力进行营销模式创新

四、实施差异化经营与供应链整合

第二节 传统百货商场发展战略

第三节 便利店发展战略分析

一、便利店的店铺设立

二、大力推行特许经营便利店

三、提高信息系统效率

第四节 专业店发展战略分析

一、战略定位要独特

二、打造企业品牌

第五节 连锁经营发展对策分析

第六节 中国零售企业“走出去”战略分析

一、零售商业企业“走出去”战略内涵

二、零售商业企业“走出去”的紧迫性

三、零售商业企业“走出去”的可能性分析

四、零售企业“走出去”战略选择

附录

附录一 2005年中国百家连锁企业基本情况

附录二 2005年零售企业销售总额、零售总额统计表

部分图表目录

图表：2005-2006一季度各月批发零售贸易业零售总额及增长率

图表：2004-2006年居民消费价格指数

图表：2002-2006年零售总额增长率

图表：2005年社会消费品零售总额按行政级别区分增长率

图表：2001-2005连锁百强企业销售额和店铺增长率

图表：2002-2005年销售额增长率

图表：2002-2005年零售百货市场集中度

图表：2000-2005年家电连锁业态的市场份额

图表：2000-2005年主要家电零售市场份额变化趋势

图表：2000-2005年零售业上市公司主营收入及利润变动状况

图表：2000-2005年零售业上市公司毛利率及利润率变动状况

图表：2000-2005年零售业上市公司资产收益率和净利率变动状况

图表：2000-2005年零售业上市公司资产管理状况

图表：2003-2005年各种渠道完成的快速消费品销售额比例（全国范围）

图表：2004-2005年各种超市业态完成的快速消费品销售额比例（全国范围）

图表：2004-2005年各种超市业态完成的快速消费品销售额比例（省会及直辖市）

图表：2004-2005年各种超市业态完成的快速消费品销售额比例（非省会城市及乡镇）

图表：2005年百强企业销售额占社会消费品零售总额比例

图表：2005年重点零售上市公司主要经营指标

图表：1998/2005年日本百货业营业额比较

图表：2004-2005年连锁百强中各业态公司营业额和店铺数比较

图表：1991/2005年日本百货店各部门销售对比

图表：2005年连锁30强销售额业态结构

图表：2005年连锁30强分业态收入与门店数量增长率

图表：2005年连锁30强统计

图表：2005年主要外资连锁零售企业基本情况

图表：2005年中国连锁百强企业名单

图表：2005年德国麦德龙集团在华门店最新分布统计

图表：2005年法国家乐福超市在华内地门店最新分布统计

图表：2005年沃尔玛在华内地门店最新分布统计

图表：2005年部分外资零售企业在华开店情况一览

图表：2005年全国商业企业百强排名

图表：2005年中国零售企业前100家销售总额、零售总额统计

图表：2005年部分省、自治区连锁经营发展情况

图表：2004-2005年社会消费品零售总额增长状况比较

图表：2004-2005年社会消费品零售总额与国内生产总值增长对比

图表：2005年城乡社会消费品零售总额涨幅对比

图表：2004-2005年农村居民人均现金收入增长情况

图表：2004-2005年城镇居民人均收入增长情况

图表：2005年我国六大区域城乡居民收入对比情况

图表：2001-2005年中国最终产品流向构成演进趋势

图表：2005年中国与其他各类国家最终消费率比较

图表：2002-2005年消费者信心指数变动趋势

图表：2005年城镇居民消费结构与其动态特征

图表：2005年农村居民消费结构与其动态特征

图表：2003-2005年我国商品供求态势演进情况

图表：2004-2005年中国连锁商业30强增长情况

图表：2005年我国批发零售企业景气指数与企业家信心指数

图表：1998 - 2005年国内生产总值季度累计同比增长率图

图表：1999 - 2005年工业增加值月度同比增长率图

图表：1999 - 2005年社会消费品零售总额月度同比增长率图

图表：1999 - 2005年固定资产投资月度累计同比增长率图

图表：1999 - 2005年出口总值月度同比增长率与进口总值月度同比增长率图

图表：1999 - 2005年居民消费价格指数图

图表：1999 - 2005年货币供应量月度同比增长率

图表：2000-2005年北京市GDP增长变化图

图表：2000-2005年北京社会消费品零售总额增长

图表：2000-2005年北京居民收入、支出及人口变化

图表：2000-2005年上海市GDP增长变化图

图表：2000-2005年上海社会消费品零售总额增长

图表：2000-2005年上海城镇居民可支配收入增长

图表：2005年上海零售额超亿元百货商店（单体）排名

图表：2000-2005年广州市GDP增长图

图表：2000-2005年广州市社会消费品零售总额增长

图表：2000-2005年广州市城镇居民可支配收入增长

图表：2000-2005年深圳市GDP增长变化图

图表：2000-2005年深圳市社会消费品零售总额增长

图表：2000-2005年深圳市城镇居民可支配收入增长

图表：2000-2005年重庆市GDP增长变化图

图表：2000-2005年重庆市社会消费品零售总额增长

图表：2000-2005年重庆市城镇居民可支配收入增长

图表：2000-2005年武汉市GDP增长变化图

图表：2000-2005年武汉市社会消费品零售总额增长

图表：2000-2005年武汉市城镇居民可支配收入增长

图表：2002-2005年各月社会消费品零售总额及增长情况表

图表：2005年社会消费品零售总额走势图

图表：2004-2006年西单商场基本财务指标变化图

图表：2000-2005年北京西单商场股份有限公司主要业绩指标

图表：2004-2006年广州友谊的主要经营指标

图表：2004-2006年广州友谊财务指标变动图
图表：2004-2006年重庆百货大楼股份有限公司主要财务指标

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46277.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。