



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国零售百货业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2009-2010年中国零售百货业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/70219.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

2009-2010年中国零售百货业市场分析及发展趋势研究报告

目录

第一部分 国内外行业现状分析 1

第一章 全球零售业发展概述 1

第一节 国际零售业发展现状 1

一、全球新兴零售业市场分析 1

二、世界零售业巨头在越南开设网点拓展市场 8

三、亚洲零售商商铺需求强劲 10

四、外资零售业并购潮引起关注 12

五、全球零售业发展趋势 15

第二节 欧洲零售业 18

一、欧洲零售业走在细分市场大道 18

二、欧洲网上零售以传统商家为主 23

三、欧洲零售市场发展新趋势 23

第三节 日本零售业 26

一、日本大丸联手Matsuzakaya登日本零售百货业榜首 26

二、日本零售领军创新打多层次消费时尚牌 27

三、日本零售业的发展动态与趋势 35

第四节 美国零售业 42

一、美国零售商与沃尔玛过招 42

二、美国发布零售企业百强名单 45

三、美国零售业界2008年七大预测 46

第五节 罗马尼亚零售业 52

一、罗马尼亚零售业基本情况 52

二、零售业发展存在的主要问题 57

三、零售业发展趋势 58

第六节 波兰零售业 60

一、波兰零售业现状 60

二、波兰零售业特点 61

- 三、波兰零售业存在的问题 68
- 四、波兰零售业发展趋势 70
- 第七节 发达国家批发业零售支援策略分析 71
 - 一、美国批发业的零售支援策略 71
 - 二、日本批发业的零售支援策略 72
 - 三、美、日零售支援策略比较分析 74
 - 四、美、日零售支援策略的启示 76
- 第八节 零售业国际化经验及其启示 77
 - 一、零售业国际化的现状 77
 - 二、国外零售巨头国际化的经验借鉴 78
 - 三、对中国零售企业"走出去"的启示 82

第二章 零售业发展现状分析 85

- 第一节 中国零售业发展环境综述 85
 - 一、我国零售业发展环境 85
 - 二、零售行业仍处于景气周期 87
 - 三、中国将成全球第二大零售市场 88
 - 四、零售商争抢中国大市场 88
 - 五、中国是全球公认的最具诱惑力的零售市场 96
 - 六、商务部力推零售业节能降耗 98
 - 七、零售企业“节能降耗”大有可为 99
- 第二节 中国零售业的发展现状 102
 - 一、零售市场进一步整合不可避免 102
 - 二、传统零售业正在积极架设电子商务系统 103
 - 三、我国零售业将迎来新一轮的IT建设高潮 104
 - 四、自助服务引领零售技术应用新潮 105
 - 五、中国大型零售企业发展的五大特点 108
- 第三节 中国零售业转型进入关键期 111
 - 一、品牌创造价值 111
 - 二、服务创造价值 111
 - 三、现代信用创造价值 113
 - 四、企业社会责任创造价值 113

五、安全创造价值	114
六、商业模式创造价值	114
七、商业文化创造价值	115
八、人力资本创造价值	115
第四节 我国零售企业五大问题分析	116
一、连锁企业漠视品牌经营	116
二、统一采购仅停留于理论	117
三、末端优势难以体现	117
四、定价和促销流于形式	118
五、存货管理漏洞大	118
第五节 零售业连锁发展情况	119
一、2008年中国连锁100强分析	119
二、2008年中国零售企业百强名单	123
三、零售餐饮连锁业发展势头日益强劲	131
四、连锁零售的终极争霸战	133
五、连锁零售业未来发展趋势	134
第六节 我国中小城市零售业的发展现状与对策	137
一、中小城市零售业的发展优势	137
二、中小城市零售业发展过程中存在的问题	138
三、中小城市零售业的发展趋势	140
第二部分 行业市场分析	143
第三章 中国零售市场分析	143
第一节 零售市场现状分析	143
一、2008年零售业态热销排行	143
二、2008年12月重点零售企业销售情况	148
三、我国零售市场现状分析	150
四、数字解读中国零售业现状	152
第二节 当前零售市场的特征、问题与对策	154
一、当前零售市场的特征	154
二、当前零售市场存在的基本问题	156
三、对策建议	157

第三节 中国居民生活模式及消费结构描述 159

一、2008年零售业受益于消费增长 159

二、我国消费品零售总额高速增长 161

第四节 我国消费者行为分析与营销创新 164

一、当代我国消费者行为特点分析 164

二、基于消费者行为特点的零售营销创新 166

第四章 我国零售业业态主要细分市场分析 169

第一节 超市业发展分析 169

一、本土超市概况 169

二、洋超市经营优势 171

三、超市业态发展分析 173

四、超市消费者购买行为分析 174

五、大型超市是零售业最耗电的业态 176

六、连锁超市赢利模式的转变分析 176

第二节 便利店发展分析 182

一、便利店业态发展分析 182

二、便利店调查现状分析 184

三、零售业新航母便利店的发展 187

四、便利店业态经营策略 192

五、便利店消费者分析 194

第三节 购物中心发展分析 197

一、购物中心概况分析 197

二、购物中心发展分析 199

三、购物中心的市场发展调查 201

四、购物中心与中国商业发展 204

五、缺乏管理经验是购物中心的软肋 211

第四节 仓储式商场发展分析 214

一、仓储式商场溯源 214

二、仓储式商场的经营分析 215

三、仓储式商场的发展分析 216

第五节 百货业发展 219

- 一、百货业态发展分析 219
- 二、中国百货零售业存在的问题 221
- 三、2008年零售业的百货景气好 222
- 四、2008年百货零售业经营策略 228

第五章 零售业发展的地区比较 230

第一节 零售业地区发展概述 230

- 一、2008年中国大陆最佳商业城市揭榜 230
- 二、西部地区零售业竞争格局分析 237
- 三、长三角零售市场未来几年的五大发展趋势 244

第二节 上海市零售业发展 245

- 一、上海百货零售业分析 245
- 二、上海零售商业网点面积年内将突破4200万平米 246
- 三、上海将开展零售业节能行动 248

第三节 北京市零售业发展 249

- 一、个性化商场引领京城零售时尚 249
- 二、全国35城市总部经济能力排行北京列第一 251

第四节 广东省零售业发展 252

- 一、2008年广州商业零售增幅创十年新高 252
- 二、深圳零售业布局全国 253
- 三、深圳零售企业资本运作不断深化 254
- 四、深圳零售业10年快速发展四大原因 255
- 五、深圳零售企业致力于发展社区服务型超市 256

第五节 其他城市零售业发展 257

- 一、青岛十大零售企业高效运行 257
- 二、武汉商联确定目标3年后跻身国内零售业前列 258
- 三、河南家电零售商转战二级市场 258
- 四、江西零售业开展节能行动 259
- 五、湖南零售市场增长平稳消费结构升级显著 260

第三部分 竞争格局分析 262

第六章 中国零售业竞争分析 262

第一节 中国零售业分业态竞争格局分析 262

- 一、百货商店 262
- 二、连锁超级市场 262
- 三、仓储式商场 266
- 四、专业店 267
- 五、便利店 268
- 六、购物中心 272

第二节 中国零售企业竞争力分析 273

- 一、国内零售企业竞争力低下 273
- 二、零售业比拼亟须回到竞争力“原点” 276
- 三、会员管理是零售企业竞争的利剑 281
- 四、价值创新构筑零售企业核心竞争力 285

第三节 中国零售企业规模格局分析 290

- 一、我国零售企业规模竞争格局分析 290
- 二、百强零售企业规模快速扩大 295

第四节 零售业中外资企业竞争力的对比分析 298

- 一、外资零售企业进入我国的总体状况 298
- 二、中外资零售企业竞争力的比较分析 299
- 三、提高中资零售企业竞争力的对策 304

第五节 中国零售业如何与国外零售企业竞争 308

- 一、中外流通零售业企业的比较 308
- 二、国内商业企业应采取的对策 310

第七章 外资重点企业分析 314

第一节 沃尔玛 314

- 一、沃尔玛概况 314
- 二、沃尔玛的品牌战略分析 323
- 三、公司动态 330

第二节 家乐福 331

- 一、家乐福概况 331
- 二、家乐福的经营理念 and 经营战略分析 332
- 三、公司动态 336

第三节 麦德龙 338

一、麦德龙概况 338

二、麦德龙的中国行销策略 339

三、公司动态 343

第四节 7-Eleven 346

一、7-Eleven概况 346

二、7-Eleven便利店的网络营销战略 348

第八章 我国重点企业分析 356

第一节 上海百联集团股份有限公司 356

一、公司概况 356

二、2008年公司财务经营情况 358

三、公司动态 361

第二节 大商集团股份有限公司 362

一、公司概况 362

二、2008年公司财务经营情况 366

三、公司动态 369

第三节 北京王府井百货集团股份有限公司 371

一、公司概况 371

二、2008年公司财务经营情况 373

三、公司动态 376

第四节 上海友谊集团股份有限公司 378

一、公司概况 378

二、2008年公司财务经营情况 380

三、公司动态 383

第五节 北京国美电器有限公司 385

一、公司概况 385

二、家电连锁的发展 397

三、公司动态 398

第六节 苏宁电器股份有限公司 399

一、公司概况 399

二、2008年公司财务经营情况 402

三、公司动态 406

第七节 苏果超市 407

一、公司概况 407

二、苏果超市的经营方针与特色 408

三、公司动态 410

第八节 北京华联综合超市股份有限公司 411

一、公司概况 411

二、2008年公司财务经营情况 413

三、公司动态 416

第九节 武汉中百集团股份有限公司 417

一、公司概况 417

二、2008年公司财务经营情况 419

三、公司动态 422

第十节 重庆百货大楼股份有限公司 423

一、公司概况 423

二、2008年公司财务经营情况 425

三、公司动态 428

第四部分 发展趋势与投资分析及市场发展趋势研究报告 430

第九章 中国零售业当前发展环境分析 430

第一节 经济运行环境 430

一、2008年中国经济发展预测 430

二、零售业面临的战略环境机遇 435

第二节 政策及法律环境分析 438

一、《零售商供应商公平交易管理办法》 438

二、解读《农村市场体系建设“十一五”规划》 444

三、《规范》即将于2008年12月1日起实施 451

第三节 零售业相关产业的发展 452

一、“十一五”信息技术的发展 452

二、中国商业地产的发展 454

第十章 零售业的发展战略分析 456

第一节 我国农村零售市场的发展 456

- 一、我国农村商品流通市场现状 456
- 二、新农村建设中的商品流通体系现代化 464
- 三、乡村超市前景分析 467
- 四、全国供销社消费品零售额逾千亿 468

第二节 从新型零售业态发展看百货店创新 469

- 一、中国零售业新商业模式探究——以山东银座为例 469
- 二、从战略高度重新定位零售业 475

第三节 对我国零售商开发自有品牌的思考 480

- 一、自有品牌发展历程 480
- 二、自有品牌在我国现状及存在问题 480
- 三、开发自有品牌的条件 482

第四节 我国零售企业跨区域发展对策研究 486

- 一、我国零售企业跨区域发展的必然性 486
- 二、我国零售企业跨区域发展面临的主要问题 487
- 三、我国零售企业跨区域发展的对策 489

第五节 本土零售业的战略发展 492

- 一、外资的优势 492
- 二、内资的应对 493
- 三、本土零售业面临的战略发展方向 495

第六节 我国同业态零售商业企业的竞合策略 499

- 一、价格竞争是零售商业企业实力较量的主要手段 499
- 二、差别化经营是零售业非价格竞争的主要策略 501
- 三、差别化经营是同业态零售企业的竞争合作策略 505

第十一章 零售业发展趋势与投资分析及市场发展趋势研究报告 509

第一节 中国零售业发展趋势分析 509

- 一、零售信息化进入挖掘价值时代 509
- 二、中国零售业走到战略的十字路口 513
- 三、零售业信息化发展与高端市场开拓 518
- 四、零售业未来发展动力充足 523
- 五、2008年是商业零售奥运年 526

第二节 2008年消费品零售额预计	531
一、全年消费将创1997年以来最快增速	531
二、政策调控必须保护消费者利益	533
三、收入快速增长消费需求猛增	536
第三节 零售业市场规模预测	541
一、2011年中国零售业IT市场规模预测	541
二、未来5年中国零售市场将达1.3万亿美元	541
第四节 商业零售：制度性变革是持续发展利好	542
一、2006-2008年零售行业经营业绩持续稳定增长	542
二、2008年商业零售行业发展动力充足	543
三、零售行业发展百货子行业发展前景更为看好	548
四、2008年投资策略	551
第五节 2008年零售业投资分析及市场发展趋势研究报告	553
一、中国成为全球最具吸引力的零售投资新兴市场之一	553
二、2008年零售行业投资热点	554
三、次级城市零售业潜力巨大	556
四、商业零售投资机会凸现	557
五、2008年百货零售业投机机会分析	560
第六节 零售业投资风险分析	566
一、零售业跨区域扩张的资本风险	566
二、投资新兴市场商业零售的风险	573

图表目录：

罗马尼亚零售店分布情况	53
罗马尼亚零售店品牌情况（截至2008年1月）	54
罗马尼亚零售店分形式统计	56
罗马尼亚消费趋势图（以2002年的消费额为基数100）	58
食品和非食品消费趋势（以2002年为基数）	59
波兰主要大型购物中心分布情况	65
2004年波兰零售市场结构图	68
2005年波兰10大零售企业市场比重情况	69
2008年中国零售企业百强名单	123

2008年3月份零售业态热销排行 143

2008年4月份零售业态热销排行 144

2008年5月份零售业态热销排行 144

2008年6月份零售业态热销排行 145

2008年7月份零售业态热销排行 145

2008年8月份零售业态热销排行 146

2008年9月份零售业态热销排行 146

2008年10月份零售业态热销排行 147

2008年11月份零售业态热销排行 148

各业态店铺耗电量 176

光临便利店的频率 194

光临便利店的原因 195

光临便利店购买的物品 196

购物中心情况 205

沪购物中心租金 205

1996-2008年我国GDP及增速 206

1995-2008年我国城乡居民收入增长率 206

2001-2008年按支出法GDP构成 208

2008年100最佳商业城市名单 232

零售企业30强规模增长情况 293

零售业百强主要业态市场份额及增长情况 294

主要外资零售企业在中国的分布 298

上海百联集团与沃尔玛、家乐福规模比较 302

沃尔玛购物广场在中国的分布 316

沃尔玛山姆会员店在中国的分布 322

沃尔玛社区店在中国分布 323

沃尔玛成本控制优势 324

2008年上海百联集团股份有限公司主要股东 357

2008年上海百联集团股份有限公司经营状况 358

2008年上海百联集团股份有限公司偿债能力分析 359

2008年上海百联集团股份有限公司经营效率分析 359

2008年上海百联集团股份有限公司盈利能力分析 360

2008年上海百联集团股份有限公司成长能力分析 361

2008年大商集团股份有限公司主要股东 365

2008年大商集团股份有限公司经营状况 366

2008年大商集团股份有限公司偿债能力分析 367

2008年大商集团股份有限公司经营效率分析 367

2008年大商集团股份有限公司盈利能力分析 368

2008年大商集团股份有限公司成长能力分析 369

2008年北京王府井百货集团股份有限公司主要股东 372

2008年北京王府井百货集团股份有限公司经营状况 373

2008年北京王府井百货集团股份有限公司偿债能力分析 374

2008年北京王府井百货集团股份有限公司经营效率分析 374

2008年北京王府井百货集团股份有限公司盈利能力分析 375

2008年北京王府井百货集团股份有限公司成长能力分析 376

2008年上海友谊集团股份有限公司主要股东 379

2008年上海友谊集团股份有限公司经营状况 380

2008年上海友谊集团股份有限公司偿债能力分析 381

2008年上海友谊集团股份有限公司经营效率分析 381

2008年上海友谊集团股份有限公司盈利能力分析 382

2008年上海友谊集团股份有限公司成长能力分析 383

2008年苏宁电器股份有限公司主要股东 401

2008年苏宁电器股份有限公司经营状况 402

2008年苏宁电器股份有限公司偿债能力分析 403

2008年苏宁电器股份有限公司偿债能力分析 404

2008年苏宁电器股份有限公司盈利能力分析 404

2008年苏宁电器股份有限公司成长能力分析 405

2008年北京华联集团投资控股有限公司主要股东 412

2008年北京华联集团投资控股有限公司经营状况 413

2008年北京华联集团投资控股有限公司偿债能力分析 414

2008年北京华联集团投资控股有限公司经营效率分析 414

2008年北京华联集团投资控股有限公司盈利能力分析 415

2008年北京华联集团投资控股有限公司成长能力分析 416

2008年武汉中百集团股份有限公司主要股东 418

2008年武汉中百集团股份有限公司经营状况 419

2008年武汉中百集团股份有限公司偿债能力分析 420

2008年武汉中百集团股份有限公司经营效率分析 420

2008年武汉中百集团股份有限公司盈利能力分析 421

2008年武汉中百集团股份有限公司成长能力分析 422

2008年重庆百货大楼股份有限公司主要股东 424

2008年重庆百货大楼股份有限公司经营状况 425

2008年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力分析 426

2008年重庆百货大楼股份有限公司经营效率分析 426

2008年重庆百货大楼股份有限公司盈利能力分析 427

2008年重庆百货大楼股份有限公司成长能力分析 428

CPI增长与PPI的两波增长比较 430

GDP缩减指数和CPI年度增长率变化趋势 431

GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系 431

银座商业模式图 470

用户消费需求模型发展 471

整合商业模式的业态整合图 472

整合商业模式的网店分布整合 472

整合商业模式的错位定位整合 473

整合商业模式的经营范围整合 473

1990-2008年经济增长率和物价涨幅比较 536

1992-1997消费者信心指数与消费景气指数走势 538

2008年全球零售发展指数排名前十 554

2000-2010年我国百货市场销售额增长及预测 518 560

2001-2008年我国非食品消费增长情况 561

2008年我国服装、鞋类销售渠道分布 561

2003-2008年我国百货上市公司盈利能力 524 562

2004-2008年4年间收入、利润、ROE年平均增长 562

全国品牌连锁百货零售商网点规模 563

全国品牌连锁百货零售商赢利水平 563

2008年我国部分销售规模靠前的区域百货市场零售商赢利数据 564

2008年我国部分销售规模靠前的区域百货市场零售商网点数量 528 565

百货公司结构分布和资金配置建议 565

部分新兴市场经济及零售商业发展比较列表 576

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70219.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。