

2008年中国零售业市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国零售业市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200807/4981.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2007-2008年中国零售业发展环境分析 1

一、2007-2008年中国经济发展环境分析 1

(一) 2008年中国宏观经济运行情况 1

(二) 2009年经济增长趋势预测 6

(三) 其他宏观因素影响分析 12

二、2007-2008年我国零售业政策环境发展分析 37

(一) 政府对零售企业的扶持政策 37

(二) 公平政策带动民族零售业发展 41

(三) 其他相关政策分析 43

三、“十一五”我国零售业社会环境发展分析 45

第二章 全球零售业发展形势分析 49

一、全球零售业发展分析 49

(一) 世界零售业巨头看好越南 49

(二) 促进世界零售业发展因素分析 50

(三) 零售业品牌竞争分析 51

二、2008-2009年世界主要国家零售业动态分析 54

(一) 美国 54

(二) 日本 57

(三) 越南 57

三、世界零售业全球化发展分析 58

四、2008-2010年世界零售业发展趋势分析 58

第三章 我国零售业营运格局分析 62

一、2007-2008年我国零售业发展概况分析 62

(一) 零售业在我国国民经济中的地位分析 62

(二) 2007年国内零售业长期稳定持续增长 62

(三) 我国零售业进入转型关键时期 68

(四) 外资对我国零售业冲击力分析 73

二、2007-2008年我国零售业的现状特点分析 75

- (一) 零售业规模不断扩大 75
 - (二) 企业现代化程度不断提高 76
 - (三) 零售业态进一步细化 76
 - (四) 连锁经营地位日益突出 80
- 三、我国零售业发展存在的问题与对策分析 80

第四章 我国零售业的信息化及电子商务发展分析 83

- 一、2007-2008年我国零售业的信息化发展分析 83
- (一) 零售企业的信息化的商业模式 83
 - (二) 大型零售企业信息系统内外部功能的提高 87
 - (三) 零售业信息化对高端产品的需求 91
 - (四) 我国零售业信息化应用水平低 93
- 二、2007-2008年我国零售业信息化建设的方式分析 98
- (一) 与IT结合进行创新 98
 - (二) 制订有效的IT规划 99
 - (三) 建立完美的供应链 100
 - (四) 注重信息化价值分析 100
- 三、2007-2008年我国零售业电子商务存在的问题和对策分析 101
- (一) 我国零售业电子商务发展中存在的主要问题 101
 - (二) 我国零售类电子商务发展思路 102
 - (三) 我国零售业电子商务发展内部信息化策略 105
 - (四) 我国零售业电子商务发展的外部策略 111

第五章 我国零售业细分市场运行现状分析 125

- 一、超市 125
- (一) 我国超市业发展的规模化道路 125
 - (二) 我国大型综合超市建立的可行性 128
 - (三) 连锁经营成为超市发展的新趋向 129
- 二、便利店 130
- (一) 美国是便利店的发源之地 130
 - (二) 我国发展便利店的必要与优势 134
 - (三) 我国发展便利店的前景广阔 136

三、百货店 138

- (一) 消费者牵动的百货业品牌竞争 138
- (二) 百货业亟待“个性化”创新 140
- (三) 百货商场营销策划的三个主要因素 143
- (四) 大型百货店市场制胜的发展策略 145

四、购物中心 149

- (一) 商务部将出台规范分级控制购物中心的建设 149
- (二) 城郊区域性购物中心规划与设计 150
- (三) 我国购物中心发展中的潜在风险 157
- (四) 国内发展大型郊区购物中心需谨慎 160

五、大卖场 162

- (一) 大卖场业态概述 162
- (二) 大卖场的供应商组合和管理 166
- (三) 大卖场的防损耗管理的内外策略 169

第六章 我国零售业的竞争格局分析 173

一、2007-2008年我国零售业的竞争结构分析 173

- (一) 零售业的高度竞争性 173
- (二) 规模化的趋势和不同规模之间的竞争 174
- (三) 零售业的进入威胁和进入壁垒 178

二、2007-2008年我国零售业的竞争战略分析 179

- (一) 我国零售企业的经营竞争战略定位分析 179
- (二) 我国零售业竞争战略模式的探析 184
- (三) 我国零售业竞争的信息战略 188
- (四) 我国零售企业的“规模”和“强大”辨析 196
- (五) 提高我国零售企业国际竞争力的对策建议 200

三、2008-2010年我国零售业竞争趋势分析 204

第七章 中国零售业区域分析 208

一、北京零售业 208

- (一) 2007年11月北京消费品零售额分析 208
- (二) 北京零售业现状简析 208

- (三) 北京零售业竞争力水平稳步上升 211
- (四) 北京大型零售企业的机遇与挑战 220
- (五) 北京零售业态发展分析 222
- 二、上海零售业 224
 - (一) 上海零售业业态分析 224
 - (二) 上海零售业态的发展特点 226
 - (三) 上海零售业从传统转向现代 227
 - (四) 上海开展零售业节能降耗举动 228
- 三、重庆零售业 229
 - (一) 重庆零售业从容应对外资的竞争 229
 - (二) 重庆零售业的竞争升级 230
 - (三) 重庆零售业五大商圈分析 231
- 四、广东零售业 232
 - (一) 2007年1-11月广东消费品零售额分析 232
 - (二) 广东省零售业市场分析 233
 - (三) 广东省各种商业零售业态的发展 234
- 五、长三角零售业 238
 - (一) 长三角零售业的 market 格局 238
 - (二) 长三角零售业发展中的现象分析 240
 - (三) 长三角零售业瞄准连锁经营 241
 - (四) 长三角零售业的发展趋势 242
 - (五) 长三角地区零售市场的发展趋势 243

第八章 全球零售业优势企业分析 244

一、沃尔玛 244

- (一) 企业发展历程分析 244
- (二) 沃尔玛成本控制策略 248
- (三) 企业竞争战略分析 251

二、家乐福 252

- (一) 企业发展历程分析 252
- (二) 家乐福的经营特点 257
- (三) 家乐福发展规划 259

三、德国麦德龙 259

- (一) 企业发展历程分析 259
- (二) 企业经营特点分析 260
- (三) 企业自有品牌战略分析 261

四、易初莲花 262

- (一) 企业简介 262
- (二) 企业竞争战略分析 262
- (三) 易初莲花计划开新店分析 268

五、华润万家 269

- (一) 企业简介 269
- (二) 企业竞争战略分析 270
- (三) 企业发展规划分析 270

六、世纪联华 271

- (一) 企业发展历程分析 271
- (二) 企业经营模式分析 271
- (三) 企业发展战略及规划分析 274

第九章 我国零售业上市公司数据统计及竞争力分析 277

一、新世界 277

- (一) 企业基本概况分析 277
- (二) 企业经营状况分析 278
- (三) 企业发展动态分析 281

二、重庆百货 282

- (一) 企业基本概况分析 282
- (二) 企业经营状况分析 282
- (三) 企业发展动态分析 286

三、王府井 289

- (一) 企业基本概况分析 289
- (二) 企业经营状况分析 289
- (三) 企业发展动态分析 293

四、苏宁电器 293

- (一) 企业基本概况分析 293

(二) 企业经营状况分析 295

(三) 企业发展动态分析 300

五、广州友谊 300

(一) 企业基本概况分析 300

(二) 企业经营状况分析 301

(三) 企业发展动态分析 304

第十章 我国零售业的品牌与营销状况分析 306

一、2007-2008年我国零售业的品牌分析 306

(一) 零售企业品牌体系的建立 306

(二) 零售企业自有品牌的渠道整合功能 310

(三) 大型品牌零售企业及其社会责任 317

(四) 零售企业品牌管理中应处理好的关系 323

(五) 我国大型零售企业自有品牌战略的实施 326

二、2007-2008年我国零售业的营销状况分析 329

(一) 零售企业体验营销战略的实施 329

(二) 以文化特色促零售业营销 333

(三) 我国零售业营销的趋势特点 336

(四) 未来零售市场以营销创新决胜负 337

三、2007-2008年我国零售业营销策略创新分析 341

(一) 商品采购策略 341

(二) 国际化战略 341

(三) 市场细分策略 342

(四) 连锁化策略 343

(五) 新业态策略 343

第十一章 我国零售业的连锁经营策略分析 344

一、2007-2008年我国零售业的连锁经营概述 344

(一) 零售业连锁发展内涵和价值观 344

(二) 现代连锁店对我国零售业模式的影响 346

(三) 连锁零售企业的财务管理分析 348

二、2007-2008年我国连锁零售企业打开农村市场的策略研究 351

- (一) 内部能力分析 351
- (二) 微观环境分析 352
- (三) 进军农村市场SWOT分析模型 353
- 三、未来我国连锁零售业的发展前景分析 354
 - (一) 我国连锁零售业发展的速度加快 354
 - (二) 我国连锁零售业的发展趋势 355
 - (三) 连锁成为21世纪零售业的发展方向 356

第十二章 我国零售业的发展前景 359

- 一、国际零售业的发展趋势 359
 - (一) 全球百货零售业的发展趋势 359
 - (二) 国际零售业的主要发展趋势 361
 - (三) 世界零售业发展趋势 363
 - (四) 国际零售业的变化趋势 365
 - (五) 亚太地区零售业的发展趋势 369
- 二、中国零售业的趋势分析 373
 - (一) 零售行业整体持续向好 373
 - (二) 新的连锁业零售业态将高速增长 374
 - (三) 零售行业内部整合的步伐加快 374
 - (四) 零售企业的“国退民进”新趋势 375
- 三、中国零售业的主要发展方向 376
 - (一) 零售业业态的多元化 376
 - (二) 经营方式特色化 378
 - (三) 企业发展规模化 379
 - (四) 市场定位科学化 380
 - (五) 企业经营国际化 380
 - (六) 管理手段的现代化 382
 - (七) 自助购物普及化 382

第十三章 我国零售业投资分析 383

- 一、投资机会 383
 - (一) 中国便利店的发展商机无限 383

(二) 购物中心成为商业业态的新形式 384

(三) 中国折扣店的发展前景看好 386

(四) 专业店的内地市场前景光明 386

二、投资风险分析 389

(一) 国内的政策风险 389

(二) 外资不断涌入的产业风险 390

(三) 投机型模式造成的零售业风险 390

(四) 零售业扩张中的无效规模陷阱 391

三、投资建议 391

(一) 加快抢占市场空白点 391

(二) 充分运用并购重组策略 391

(三) 投资超市项目以规模化取胜 392

(四) 谨慎进入百货业 392

(五) 仔细了解零售店铺审批程序 392

附录 393

附录一：《全国商品市场体系建设纲要》 393

附录二：新《商品条码管理办法》 400

附录三：新《零售商品称重计量监督管理办法》 405

附录四：流通业改革发展纲要 407

附录五：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》 412

附录六：2005年中国零售企业前100家销售总额、零售总额统计 416

详细图表见正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/4981.html>