

2014-2020年中国零售行业 监测与发展战略研究报告

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

《2014-2020年中国零售行业监测与发展战略研究报告》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/201404/103812.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

【 目录 】

第一部分 零售行业发展分析

第一章全球零售业发展分析 1

第一节 2011-2012年德国零售业的发展 1

一、德国零售业的主要方式 1

二、2011年德国零售业分析 2

三、2012年德国零售业分析 3

第二节 2011-2012年美国零售业发展 4

一、美国商业零售业的特点 4

二、2011年美国零售业销售状况分析 8

三、2011年美国电子商务零售市场交易额 8

四、2012年美国零售业销售状况分析 9

五、美国零售业发展对中国的启示 10

第三节 2011-2012年日本零售业发展 11

一、日本零售业业态的概述 11

二、日本零售业态结构分析 12

三、日本零售业消费持续走低 13

四、2012年日本零售业销售额分析 15

五、2012年日本大零售商加速在华扩张 15

第四节 2011-2012年其他国家零售业发展 16

一、2011-2012年意大利零售业销售情况 16

二、2011-2012年新西兰零售额增长情况 16

三、2011-2012年俄罗斯零售业销售情况 17

四、2011-2012年英国零售业销售额情况 17

五、2011-2012年韩国零售业销售额情况 19

六、2012年智利零售业销售额情况 19

第五节发达国家零售商业的发展趋势及特点 20

一、零售业态的多样化 20

二、经营国际化、连锁化 21

- 三、组织结构集中化、规模化 21
- 四、流通功能的主导化 22
- 五、城市商业网点布局的转移 22
- 六、商业经营管理的高技术化、现代化 23

第二章我国零售业发展分析 25

第一节 2011年零售业发展态势 25

- 一、2011年我国零售业发展态势 25
- 二、2011年中国零售业发展回顾 26
- 三、2011年零售业十大关键词 29

第二节 2012年零售业发展现状 34

- 一、中国零售业的现实问题与未来支撑 34
- 二、2012年中国零售业发展现状 40
- 三、2012年社会消费零售总额数据分析 41
- 四、2012年居民消费价格 42
- 五、2012年全国城市社会消费品零售总额排名 43
- 六、2012年中国商业零售市场投资吸引力排名 44

第三节 零售业信息化发展分析 45

- 一、中国零售信息化发展现状 45
- 二、零售业信息化重大转型分析 47
- 三、零售行业信息化三大驱动分析 51
- 四、零售业信息化的投资价值 53
- 五、2011年零售业信息化在平稳中深化 56
- 六、2012年中国零售业信息化投入预测 57
- 七、中国零售信息化发展趋势 59

第三章 2012年零售业发展态势分析 61

第一节 2012年中国零售业发展分析 61

- 一、2012年社会消费零售总额分析 61
- 二、2012年居民消费价格分析 62
- 三、2012年提收入扩消费政策利好零售业 63

第二节 2012年中国零售企业发展形势 64

- 一、2012年中国零售业重要并购事件 64
- 二、2012年度中国零售业融资事件 69
- 三、2012零售上市企业经营情况分析 72
- 四、2012年中国零售业上市及拟上市事件盘点 75
- 五、2012年中国重点零售企业零售额分析 82
- 第三节民营零售企业的成长瓶颈分析 83
 - 一、民营企业的转型之痛 83
 - 二、民营企业的转型思路 85
 - 三、民营企业的应对策略 85
- 第四节我国农村零售业的现状及发展对策 87
 - 一、农村零售业的新特点 87
 - 二、农村零售业存在的主要问题 88
 - 三、发展农村零售业的必要性 89
 - 四、发展农村零售业的策略 91
 - 五、我国零售商业农村市场的开拓 92

- 第四章 2011-2012年零售连锁市场发展 97
 - 第一节零售业连锁发展情况 97
 - 一、2011年中国连锁百强特点分析 97
 - 二、2011年度中国连锁百强排行名单 99
 - 三、2012年电子商务时代的零售连锁企业发展分析 106
 - 四、连锁企业未来发展趋势 110
 - 第二节中国大型连锁零售企业成长路径 111
 - 一、中国大型连锁零售企业成长的特征 111
 - 二、中国大型连锁零售企业成长的条件 113
 - 三、中国大型连锁零售企业成长的制约因素 114
 - 四、中国大型连锁零售企业成长的路径 115
 - 第三节我国零售消费者行为分析 117
 - 一、我国零售消费者行为特点分析 117
 - 二、针对消费者行为特点的零售营销创新 118
 - 三、零售卖场设计与消费心理 119

第二部分 零售细分市场分析

第五章我国零售业主要细分市场分析 122

第一节超市业发展分析 122

- 一、2011年超市业态发展态势 122
- 二、超市消费者购买行为分析 125
- 三、外资超市在华扩张策略 127
- 四、中国超市业将进入“战国时代” 130
- 五、2012年超市业投资策略分析 130

第二节便利店发展分析 131

- 一、便利店的特征分析 131
- 二、便利店的创新与延伸 132
- 三、便利店的经营策略 132
- 四、便利店应对金融危机的策略 134
- 五、我国便利店发展存在的问题及建议 135

第三节购物中心发展分析 138

- 一、2010-2012中国购物中心发展报告 138
- 二、购物中心发展突破点分析 144
- 三、购物中心将向二三线城市转移 150
- 四、购物中心的未来发展趋势 152
- 五、区域购物中心会成为未来购物中心发展的主流 154

第四节仓储式商场发展分析 156

- 一、仓储式商场的营销特点 156
- 二、我国仓储式商场发展中存在的问题 157
- 三、我国发展仓储式商场的对策建议 158
- 四、2010-2011年仓储式商场销售情况 159

第五节百货业发展分析 160

- 一、中国百货业面临新挑战 160
- 二、中国百货业将向二三线城市拓展 161
- 三、2011年中国百货业发展分析 162
- 四、2011-2012百货业上市公司业绩分析 168

第六章专业店发展分析 170

第一节 网上零售 170

- 一、2012年中国网络零售市场行业特征 170
- 二、2012年中国网络零售市场交易规模及预测 171
- 三、2012年中国网络零售企业规模及预测 172
- 四、2012年中国网络零售企业市场占有率及预测 173
- 五、2012年中国网络零售用户规模及预测 175
- 六、2012年中国个人网店数量规模及预测 175

第二节 家居零售 176

- 一、2012年家具零售营销战或将升级 176
- 二、2012年家居行业发起新兴消费攻略 178
- 三、目前家居行业的商业模式不成熟 179
- 四、家居业向开拓网络销售模式 180

第三节 医药零售 182

- 一、零售药店转向连锁经营 182
- 二、网上药店给医药零售业带来生机 183
- 三、医药零售业进入洗牌期 184
- 四、2012年药品零售连锁行业发展分析 186

第四节 家电零售 188

- 一、2011年家电零售业市场情况 188
- 二、2012年家电市场零售情况分析 191
- 三、2012年家电市场零售额将依然保持高增速 191

第五节 其他零售行业 192

- 一、中国食品零售业发展分析 192
- 二、网络零售业试点保健食品准入 193
- 三、服装零售行业的服务新趋势分析 193

第七章 主要地区零售业发展分析 195

第一节 上海市零售业发展 195

- 一、2011年上海社会消费品零售总额 195
- 二、2011年上海快消品零售额增长近两成 195
- 三、2012年上海社会消费品零售总额 197
- 四、“十二五”上海社会消费品零售额计划 198

第二节北京市零售业发展 199

一、2011年北京社会消费品零售额分析 199

二、2012年北京社会消费品零售额分析 199

三、2015年北京社会消费品零售额预计 200

第三节广东省零售业发展 203

一、2011年广东社会消费品零售额增长情况 203

二、2012年广州外资将掀起零售集体开业元年 204

三、“十二五”规划下广东将迈入消费黄金十年 206

第四节其他城市零售业发展 206

一、内蒙古零售业态发展状况分析 206

二、2011-2012年天津百货零售业发展情况 207

三、2011-2012年香港零售业发展情况 207

四、2011年成都零售业发展分析 209

五、2011-2012年武汉零售业发展情况 216

第三部分 零售行业竞争格局分析

第八章零售业竞争格局分析 218

第一节中国零售业竞争现状分析 218

一、2011年我国零售百强分析 218

二、2011年零售业竞争消费格局 231

三、2012年零售业并购加速 232

第二节 2011-2012年我国与外资零售业态的竞争 233

一、2011年主要外资超市在华门店对比 233

二、2012年外资零售企业单一业态开始升级多元化 235

三、2012年扩大内需政策推动中外零售巨头加速在华扩张 238

四、2012年外资零售巨头布局中国零售业：线上线下并重 240

第三节中国零售业在零售国际化大潮中的战略选择 242

一、国内外零售业市场背景介绍 242

二、零售业国际化的必然性 242

三、零售业国际化在中国 243

四、零售国际化对中国本土零售企业的影响 243

五、中国零售业应对零售国际化的对策 245

第四节零售型中小企业的竞争策略 246

一、区域联盟策略 246

二、蓝海战略 246

三、差异化策略 247

四、品牌经营策略 247

五、物流配送策略 248

第五节提升企业核心竞争力策略之零售企业IT管理 248

一、企业级的IT规划 248

二、选择IT建设模式和合作伙伴 249

三、IT项目的整体规划、分步实施 250

四、息系统与企业管理的匹配以及持续优化 250

五、建立企业数据中心 251

六、综合利用资源，避免企业IT投资黑洞 251

七、软件、硬件、网络系统运行保障 252

第九章外资重点企业分析 253

第一节沃尔玛公司 253

一、公司概况 253

二、2011-2012年沃尔玛销售情况 254

三、2011年沃尔玛在华门店分布盘点统计 255

四、2012年公司在华发展动态 257

五、2012年沃尔玛将加快新开中型连锁店步伐 257

六、企业文化及对中国零售企业的启示 258

第二节家乐福集团 263

一、公司概况 263

二、家乐福的经营定律 266

三、2011年家乐福经营状况 269

四、2011年家乐福在华门店分布盘点统计 270

五、2012年家乐福在华发展分析 272

第三节麦德龙集团 273

一、公司概况 273

二、2011年公司经营情况 280

- 三、2011年麦德龙在华门店统计 281
- 四、麦德龙在中国最终目标 284
- 第四节特易购 284
 - 一、公司概况 284
 - 二、特易购的经营方式 286
 - 三、2011年TESCO乐购在华内地门店盘点 291
- 第五节 Seven-Eleven便利商店集团 294
 - 一、集团概况 294
 - 二、集团的网络营销战略 294
- 第六节宜家集团 300

第十章我国重点企业分析 303

第一节百联集团有限公司 303

- 一、公司概况 303
- 二、2011-2012年公司经营情况 303
- 三、2011-2012年公司财务数据分析 304
- 四、2013年公司发展展望及策略 309

第二节华润集团有限公司 311

- 一、公司概况 311
- 二、2011年华润万家发展情况分析 312
- 三、华润万家规划全国拓展门店及新业态 313
- 四、华润万家拟5年内门店总数翻番 314

第三节北京王府井百货（集团）股份有限公司 315

- 一、公司概况 315
- 二、2011-2012年公司经营情况 316
- 三、2011-2012年公司财务数据分析 317
- 四、2013年公司发展展望及策略 322

第四节国美电器有限公司 326

- 一、公司概况 326
- 二、2011-2012年公司经营情况 327
- 三、2013年公司战略规划解析 329

第五节苏宁电器股份有限公司 330

- 一、公司概况 330
- 二、2011-2012年公司经营情况 331
- 三、2011-2012年公司财务数据分析 331
- 四、2013年公司发展展望及策略 337
- 第六节大商股份有限公司 342
 - 一、公司概况 342
 - 二、2011-2012年公司经营情况 344
 - 三、2011-2012年公司财务数据分析 345
 - 四、2013年公司发展展望及策略 350
- 第七节苏果超市有限公司 352
 - 一、公司概况 352
 - 二、2011年公司经营情况 352
 - 三、苏果“十二五”规划 353
- 第八节合肥百货大楼集团股份有限公司 354
 - 一、公司概况 354
 - 二、2011-2012年公司经营情况 354
 - 三、2011-2012年公司财务数据分析 355
 - 四、2013年公司发展展望及策略 360
- 第九节重庆百货大楼股份有限公司 362
 - 一、公司概况 362
 - 二、2011-2012年公司经营情况 363
 - 三、2011-2012年公司财务数据分析 363
 - 四、2013年公司发展展望及策略 368
- 第十节北京华联综合超市股份有限公司 369
 - 一、公司概况 369
 - 二、2011-2012年公司经营情况 369
 - 三、2011-2012年公司财务数据分析 370
 - 四、2013年公司发展展望及策略 375

第四部分 零售行业发展趋势及战略

第十一章 2014-2020年零售业发展趋势分析 379

第一节 2014-2020年国际零售业发展趋势 379

- 一、2013年全球奢侈品零售趋势分析 379
- 二、2013年全球零售业发展趋势分析 379
- 三、2014-2020年全球零售业发展趋势 380
- 第二节 2014-2020年零售业业态的发展趋势 383
 - 一、业态多元化 383
 - 二、经营规模化 384
 - 三、市场定位差别化 384
 - 四、自有品牌系列化 384
 - 五、兼并与上市势在必行 384
 - 六、投资主体多元化 385
 - 七、配送中心快速发展 385
- 第三节 2013-2020年中国零售业发展趋势分析 385
 - 一、2013年零售百货行业发展趋势预测 385
 - 二、2013年零售行业发展趋势分析 386
 - 三、2013年社会消费品零售额增速预测 395
 - 四、未来中国零售业展望 397
 - 五、2015年中国老年人零售消费能力预测 398
 - 六、2020年中国消费市场的发展方向与特征 400

- 第十二章 2014-2020年零售业发展战略探讨 402
 - 第一节 我国同业态零售商业企业的竞合策略 402
 - 一、零售商业企业实力较量的主要手段 402
 - 二、零售业非价格竞争的主要策略 403
 - 三、同业态零售企业的竞争合作策略 405
 - 第二节 中国零售业应对金融危机的策略 408
 - 一、人才策略 408
 - 二、客户服务策略 408
 - 三、管理策略 409
 - 四、执行策略 410
 - 五、蓝海策略 410
 - 六、拦截攻略 411
 - 第三节 零售渠道与终端布局的选择策略 412

- 一、终端陷阱 412
- 二、发展契机 412
- 三、突破之路 414
- 第四节零售业提高品牌忠诚度策略 415
 - 一、打造强大的核心能力 415
 - 二、提供优质服务 416
 - 三、培养忠诚的员工 417
- 第五节我国零售企业提高顾客忠诚度的策略选择 417
 - 一、我国零售企业面对国外跨国零售业大鳄的竞争挑战 417
 - 二、我国零售企业在竞争中的弱势 419
 - 三、我国零售企业提高顾客忠诚度的策略 420
- 第六节网络时代的零售企业危机公关 423
 - 一、企业危机公关难点分析 423
 - 二、提高了企业的危机管理成本策略 424
 - 三、提高危机管理的水平降低企业风险 425
- 第七节零售终端的供应商联盟战略 426
 - 一、零售终端与供应商关系分析 426
 - 二、创造合作的文化氛围 427
 - 三、建立与战略联盟相适应的组织结构 427
 - 四、在竞争合作中增强学习能力 428

- 第十三章 2014-2020年零售业投资发展策略分析 429
 - 第一节内资零售企业向农村市场进军的SWOT分析 429
 - 一、优势 429
 - 二、劣势 430
 - 三、机遇 431
 - 四、威胁 432
 - 第二节 2014-2020年零售业投资分析 433
 - 一、存在的问题与挑战 433
 - 二、2012年发展趋势预测与对策分析 435
 - 三、消费行为变化及对零售百货业的影响 436
 - 四、综述 440

五、投资对策 440

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103812.html>