

# 2016-2022年中国内蒙古零 售百货市场监测及发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国内蒙古零售百货市场监测及发展趋势预测报告》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/201512/128143.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

报告目录：

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第一章 内蒙古零售百货行业概述               | 1   |
| 第一节 内蒙古零售百货行业定义               | 1   |
| 第二节 内蒙古零售百货行业发展历程             | 6   |
| 第三节 内蒙古零售百货行业分类情况             | 7   |
| 第四节 内蒙古零售百货产业链分析              | 8   |
| 第二章 2012-2015年内蒙古零售百货行业发展环境分析 | 12  |
| 第一节 2012-2015年经济环境分析          | 12  |
| 一、宏观经济运行                      | 12  |
| 二、固定资产投资                      | 47  |
| 第二节 2012-2015年内蒙古零售百货行业政策环境分析 | 56  |
| 一、行业政策影响分析                    | 56  |
| 二、相关行业标准分析                    | 59  |
| 第三节 2012-2015年内蒙古零售百货行业社会环境分析 | 102 |
| 一、居民消费水平分析                    | 102 |
| 二、工业发展形势分析                    | 106 |
| 第三章 2012-2015年内蒙古零售百货行业总体发展状况 | 110 |
| 第一节 内蒙古零售百货行业规模情况分析           | 110 |
| 一、行业人员规模状况分析                  | 110 |
| 二、行业市场规模状况分析                  | 111 |
| 三、零售超市规模比较                    | 111 |
| 第二节 内蒙古零售百货行业财务能力分析           | 115 |
| 一、行业盈利能力分析                    | 115 |
| 二、行业偿债能力分析                    | 117 |
| 三、行业营运能力分析                    | 117 |
| 四、行业发展能力分析                    | 118 |
| 第四章 内蒙古零售百货行业发展现状分析           | 119 |
| 第一节 全国内蒙古零售百货行业发展分析           | 119 |
| 一、全国零售百货行业发展形势分析              | 119 |
| 二、全国内蒙古零售百货行业发展现状             | 119 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 三、全国内蒙古零售百货行业发展预测           | 121 |
| 第二节 内蒙古零售百货行业发展分析           | 122 |
| 一、2012-2015年内蒙古零售百货行业发展态势分析 | 122 |
| 二、2012-2015年内蒙古零售百货行业发展特点分析 | 123 |
| 三、2012-2015年内蒙古零售百货行业市场供需分析 | 123 |
| 第三节 内蒙古零售百货产业特征与行业重要性       | 125 |
| 第四节 内蒙古零售百货行业特性及模式分析        | 126 |
| 一、服务概念创新                    | 127 |
| 二、顾客界面创新                    | 129 |
| 三、服务传递系统创新                  | 130 |
| 四、零供关系创新                    | 131 |
| 五、技术创新                      | 132 |
| 第五章 我国零售业整体营销分析             | 133 |
| 第一节 零售企业的多渠道营销分析            | 133 |
| 第二节 零售业的营销分析                | 134 |
| 一、以文化特色促零售业营销               | 134 |
| 二、中国零售业的交互式营销               | 136 |
| 三、中国零售业营销的趋势特点              | 139 |
| 四、零售企业的体验营销策略               | 141 |
| 第三节 零售业的数字化营销力              | 146 |
| 一、零售商眼中的制造商                 | 146 |
| 二、制造商眼中的零售商                 | 146 |
| 第四节 我国零售企业营销模式创新策略分析        | 147 |
| 一、企业营销模式的内涵                 | 147 |
| 二、我国零售企业营销模式中存在的问题          | 148 |
| 三、我国零售企业营销模式的创新策略           | 149 |
| 第五节 我国超市营销策略中存在的问题及对策       | 153 |
| 一、我国多数超市营销策略中存在的问题          | 153 |
| 二、我国超市加强营销策略的建议             | 155 |
| 三、乐购超市营销策略的借鉴意义             | 157 |
| 第六节 中小连锁零售企业品牌营销的策略         | 158 |
| 一、中小连锁零售企业品牌营销中出现的主要问题      | 158 |

- 二、中小连锁零售企业品牌营销策略 159
- 三、中小连锁零售企业品牌营销应注意控制的环节 161
- 四、中小连锁零售企业实施品牌营销的意义 162
- 第七节 零售商品品牌资产营销管理策略体系构建 163
  - 一、零售商品品牌营销管理：优化零售商品品牌资产创建的直接手段 163
  - 二、顾客情绪管理：激发零售商品品牌资产创建的情感动力 164
  - 三、顾客体验管理：构建零售商品品牌资产创建的体验平台 166
  - 四、顾客关系营销管理：强化零售商品品牌资产创建的关系质量 168
  - 五、顾客忠诚管理：夯实零售商品品牌资产创建的基础保障 170
- 第六章 内蒙古零售百货行业竞争力优势分析 173
  - 第一节 行业在全国的地位 173
    - 一、行业地位分析 173
    - 二、零售百货行业经济指标分析 174
  - 第二节 行业整体竞争力评价及策略 186
  - 第三节 行业竞争力评价结果分析 191
  - 第四节 竞争优势评价及构建建议 193
- 第七章 内蒙古零售百货行业市场竞争策略分析 197
  - 第一节 行业竞争结构分析 197
    - 一、现有企业间竞争 197
    - 二、潜在进入者分析 198
    - 三、替代品威胁分析 207
    - 四、供应商议价能力 211
    - 五、客户议价能力 212
  - 第二节 行业国际竞争力比较 213
    - 一、生产要素 213
    - 二、需求条件 214
    - 三、相关和支持性产业（物流） 215
      - 1、厂商配送模式 215
      - 2、自营配送模式 216
      - 3、第三方配送模式 218
    - 四、企业战略、结构与竞争状态 219
  - 第三节 内蒙古零售百货企业竞争策略分析 220

- 一、提高内蒙古零售百货企业核心竞争力的对策 220
- 二、影响内蒙古零售百货企业核心竞争力的因素及提升途径 222
- 三、提高企业竞争力的点评 224
- 第八章 外资零售企业在华发展状况分析 226
- 第一节 沃尔玛在华发展动态 226
- 一、零售企业综合排名沃尔玛居首 226
- 二、沃尔玛为占据竞争制高点布局 227
- 三、沃尔玛在供应链冲突解决中的作法 230
- 四、沃尔玛增加中国电子商务投资 236
- 五、沃尔玛在华电子商务发展战略 237
- 六、沃尔玛面临的挑战 242
- 七、沃尔玛需要变革 243
- 八、沃尔玛将在中国二三线城市大展拳脚 246
- 第二节 家乐福在华发展动态 247
- 一、家乐福单店业绩超沃尔玛近四成 247
- 二、家乐福现利润下滑 248
- 三、家乐福连开7店加快二三线城市进驻步伐 249
- 四、家乐福合肥又开新店 250
- 五、家乐福中国区计划新开30家门店 250
- 六、家乐福销模式与能力的考量 251
- 第三节 麦德龙在华发展动态 257
- 一、麦德龙加速在华扩张 257
- 二、麦德龙数亿元进军电商 259
- 三、麦德龙计划在华新开至少10家店 260
- 第九章 内蒙古零售百货行业重点企业竞争分析 262
- 第一节 内蒙古维多利集团 262
- 一、企业概况 262
- 二、企业业务分类 262
- 三、企业战略规划 266
- 第二节 呼和浩特万达百货有限公司 266
- 一、企业概况 266
- 二、企业战略规划 267

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 第三节 神华亿佰蓝天购物中心（神华集团）                | 267 |
| 第四节 内蒙古民族控股集团有限责任公司                 | 267 |
| 一、企业概况                              | 267 |
| 二、企业荣誉                              | 268 |
| 三、企业发展历程                            | 268 |
| 第五节 包头王府井青山店                        | 270 |
| 第六节 呼和浩特王府井百货                       | 271 |
| 第七节 包头王府井昆区店                        | 272 |
| 第八节 内蒙古包头百货大楼股份有限公司                 | 272 |
| 第九节 内蒙古天元商贸股份有限公司                   | 273 |
| 第十节 沃尔玛(内蒙古)百货有限公司                  | 273 |
| 第十章 内蒙古零售百货行业投资与发展前景分析              | 275 |
| 第一节 内蒙古零售百货行业投资机会分析                 | 275 |
| 一、内蒙古零售百货投资项目分析                     | 275 |
| 二、可以投资的内蒙古零售百货模式                    | 277 |
| 三、2015年内蒙古零售百货投资机会                  | 278 |
| 第二节 2016-2022年内蒙古零售百货行业发展预测分析       | 278 |
| 一、未来内蒙古零售百货发展分析                     | 278 |
| 二、未来内蒙古零售百货行业技术开发方向                 | 281 |
| 三、总体行业“十三五”整体规划及预测                  | 282 |
| 第三节 未来市场发展趋势                        | 287 |
| 一、产业集中度趋势分析                         | 287 |
| 二、“十三五”行业发展趋势                       | 289 |
| 第十一章 2016-2022年内蒙古零售百货行业发展趋势及投资风险分析 | 293 |
| 第一节 当前内蒙古零售百货存在的问题                  | 293 |
| 第二节 内蒙古零售百货未来发展预测分析                 | 297 |
| 一、内蒙古零售百货发展方向分析                     | 297 |
| 二、2016-2022年内蒙古零售百货行业发展规模预测         | 299 |
| 三、2016-2022年内蒙古零售百货行业发展趋势预测         | 304 |
| 第三节 2016-2022年内蒙古零售百货行业投资风险分析       | 305 |
| 一、竞争风险分析                            | 305 |
| 二、市场风险分析                            | 307 |

- 三、管理风险分析 308
- 四、投资风险分析 309
- 第十二章 内蒙古零售百货发展建议与策略 311
  - 第一节 零售企业商品品牌打造策略 311
    - 一、充分理解商品特征以打造个性化品牌 311
    - 二、加大宣传力度且重视广告投放 311
    - 三、适时扩大规模 312
    - 四、充分利用政府的支持政策 313
  - 第二节 零售企业客户关怀管理的策略与提升 314
    - 一、零售业客户关怀管理现状 314
    - 二、客户关怀管理的价值 314
    - 三、客户购买决策过程与关怀管理的渗透 315
  - 第三节 零售企业有效扩张策略 317
  - 第四节 中国零售业创新策略 319
    - 一、零售业创新的必要性 319
    - 二、零售业创新的途径 320
    - 三、中国零售业创新的策略 321
  - 第五节 中国零售业商业模式创新策略 322
    - 一、网络渠道不可回避 322
    - 二、创新须看需求模式 323
    - 三、关注消费新趋势 324
  - 第六节 中国零售业盈利模式解析与经营发展对策 325
- 第十三章 业内专家观点与结论 329
  - 第一节 内蒙古零售百货行业营销策略分析及建议 329
    - 一、内蒙古零售百货行业营销模式 329
    - 二、内蒙古零售百货行业营销策略 331
  - 第二节 行业应对策略 331
    - 一、把握国家投资的契机 331
    - 二、竞争性战略联盟的实施 333
    - 三、企业自身应对策略 336
  - 第三节 市场的重点客户战略实施 342
    - 一、实施重点客户战略的必要性 342



二、合理确立重点客户 345

三、对重点客户的营销策略 345

四、强化重点客户的管理 349

图表目录：

图表：2008-2015年国内生产总值及其增长速度 15

图表：2008-2015年农村居民人均收入及其增长速度 16

图表：2008-2015年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 16

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度 17

图表：2015年居民消费价格同比涨跌幅度 17

图表：2015年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 18

图表：2015年1-6月全国居民消费价格指数 19

图表：2015年6月份居民消费价格分类同比增长 20

图表：2015年6月份居民消费价格分类别环比增长 21

图表：2015年1-7月我国居民消费价格增长 21

图表：2008-2015年城镇新增就业人数 23

图表：2008-2014年年末国家外汇储备及其增长速度 24

图表：2008-2015年公共财政收入及其增长速度 24

图表：2008-2015年粮食产量及其增长速度 25

图表：2008-2015年全部工业增加值及其增长速度 26

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度 27

图表：2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 28

图表：2008-2015年建筑业增加值及其增长速度 29

图表：2008-2015年全社会固定资产投资及其增长速度 30

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 30

图表：2015年固定资产投资新增主要生产能力 32

图表：2015年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 33

图表：2008-2015年社会消费品零售总额及其增长速度 34

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度 35

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度 36

图表：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度 37

图表：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 37

图表：2008-2015年货物进出口总额 38

图表：2015年非金融领域外商直接投资及其增长速度 38

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 39

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 40

图表：2008-2014年年末电话用户数 41

图表：2014年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 42

图表：2008-2015年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 43

图表：2014年年末人口数及其构成 45

图表：2008-2015年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 46

图表：2008-2015年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 47

图表：2015年固定资产投资主要情况 49

图表：2015年各地区固定资产投资（不含农户）情况 51

图表：2015年固定资产投资（不含农户）增速 53

图表：2015年固定资产投资资金来源增速 53

图表：2015年东、中、西部地区固定资产投资增速 54

图表：2014年7月-2015年7月社会消费品零售总额分月同比增长速度 103

图表：2015年6月份社会消费品零售总额主要数据 104

图表：2008-2015年社会消费品零售总额及增长 104

图表：2011-2015年城镇社会消费品零售总额及增长 105

图表：2011-2015年乡村社会消费品零售总额及增长 105

图表：2011-2015年商品零售社会消费品零售总额及增长 105

图表：2011-2015年限额以上企业(单位)社会消费品零售总额及增长 106

图表：2011-2015年限额以上企业(单位)商品零售及增长 106

图表：2015年6月份规模以上工业生产主要数据 108

图表：2010-2015年全国规模以上工业增加值增速 109

图表：2010-2015年全国东、中、西部规模以上工业增加值增速 109

图表：2012-2015年内蒙古零售百货行业从业人员数及增长趋势图 110

图表：2012-2015年内蒙古零售百货市场规模 111

图表：2008-2015年零售业（超市）连锁零售企业连锁总店数 111

图表：2008-2015年零售业（超市）连锁零售企业门店数 112

图表：2008-2015年零售业（超市）连锁零售企业从业人员数 112

图表：2008-2015年零售业（超市）连锁零售企业营业面积 113

图表：2008-2015年零售业（大型超市）连锁零售企业连锁总店数 113

图表：2008-2015年零售业（大型超市）连锁零售企业门店数 114

图表：2008-2015年零售业（大型超市）连锁零售企业从业人员数 114

图表：2008-2015年零售业（大型超市）连锁零售企业营业面积 115

图表：2012-2015年内蒙古零售百货行业销售利润率 115

图表：2012-2015年内蒙古零售百货行业成本费用利润率 116

图表：2012-2015年内蒙古零售百货行业制造亏损面 116

图表：2012-2015年内蒙古零售百货行业利息保障倍数 117

图表：2012-2015年内蒙古零售百货行业总资产周转率 117

图表：2012-2015年内蒙古零售百货行业应收账款周转率 118

图表：2005-2015年百家重点大型零售企业零售额名义与实际增速 118

图表：部分重点国家和地区零售百货业市场份额分布图 120

图表：零售服务创新五维度模型 126

图表：零售商品品牌定位的系统结构 163

图表：顾客情绪管理过程 165

图表：零售业顾客体验管理运作框架 167

图表：零售业顾客关系营销管理过程 169

图表：顾客忠诚管理的运作架构 171

图表：2011和2015年百家大型零售企业各月零售额增速对比 173

图表：2015年全国百家重点大型零售企业家电市场月度零售额增速 174

图表：2015年6月份整体零售市场及家电市场月度增速与上半年累计增速对比 175

图表：2015年全国百家重点大型零售企业各月食品类零售额同比增速 175

图表：2015年全国百家重点大型零售企业各月食品类零售额累计增速 176

图表：2015年7月全国百家重点大型零售企业各食品类别零售额同比增速 176

图表：2015年1-6月份全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额分月同比增速 177

图表：2015年1-6月份全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额累计增速 177

图表：2015年1-6月份全国百家重点大型零售企业服装类商品零售量分月同比增速 178

图表：2015年1-6月份全国百家重点大型零售企业服装类商品零售量累计增速 178

图表：2015年6月份全国百家重点大型零售企业各类服装零售量同比增速 179

图表：2008-2015年商品零售价格指数 179

图表：2008-2015年食品零售价格指数 180

图表：2008-2015年饮料、烟酒零售价格指数 180

图表：2008-2015年服装、鞋帽零售价格指数 181

图表：2008-2015年纺织品零售价格指数增长 181

图表：2008-2015年家用电器及音像器材零售价格指数 181

图表：2008-2015年文化办公用品零售价格指数 182

图表：2008-2015年日用品零售价格指数 182

图表：2008-2015年体育娱乐用品零售价格指数 183

图表：2008-2015年家具零售价格指数 183

图表：2008-2015年化妆品零售价格指数 183

图表：2008-2015年金银珠宝零售价格指数 184

图表：2008-2015年中西药品及医疗保健用品零售价格指数 184

图表：2008-2015年书报杂志及电子出版物零售价格指数 185

图表：2008-2015年燃料零售价格指数 185

图表：2008-2015年建筑材料及五金电料零售价格指数 186

图表：2015年国内连锁经营销售8强 248

图表：外资百货入京的策略与困惑 297

图表：2016-2022年内蒙古零售百货市场规模预测 300

图表：2008-2015年零售业连锁零售企业连锁总店数（百货店） 301

图表：2008-2015年零售业连锁零售企业门店数（百货店） 301

图表：2008-2015年零售业连锁零售企业从业人员数（百货店） 302

图表：2008-2015年零售业连锁零售企业营业面积（百货店） 302

图表：未来零售企业的SPOSC五大核心竞争力 325

图表：零售业营运体系九大核心 326

图表：不同发展阶段零售企业组织结构演变 327

图表：零售业采购重心的划分及特点 328

图表：零售业利润优化示意图 328

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201512/128143.html>