2020-2026年中国日用百货
行业分析与市场需求预测报告

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

《2020-2026年中国日用百货行业分析与市场需求预测报告》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/202005/164785.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

改革开放后，中国摆脱了计划经济体制，工业消费品不再由商业部门统购包销，工业部门的自销权和商业部门的选购权得到扩大，百货企业开始探索商品的自采自销模式。到1990年，百货商店商品自营比例已达90%，业内也出现了代批代销、引厂进店、出租柜台等多种经营模式。但到了90年代中期，随着中国商业地产的兴起和发展，百货行业规模出现激增，从1991年到1995年，百货店数量增速达560%，但由于商业地产开发商并不擅长零售经营，只能依靠租赁或联营的形式引进百货业态，使得百货业的场地出租和联合经营得到强化。2000年之后，人们的商品需求逐渐由生活必需品转向中高档消费品，百货企业则更加致力于引进知名品牌来吸引客流，对商品自采自销的空间越来越少。因此，联营逐渐取代自营成为主要经营模式，高档百货店联营比例也从90年代中期的50%，逐渐发展至今天的90%左右。 中国百货经营模式的演变 年代 阶段 内容 1978年以前 计划经济 工业消费品基本上由商业部门统购包销。 1978-1980年 百货探索自营 商业部门改进工业消费品购销模式，取消工业品包销，扩大工业部门自销权和商业部门选购权，百货行业开始探索商品的自采自销模式 1980-1990年 自营迅速发展 商品购销形式不断变革，百货店开始派出采购人员到全国各地进行货品采购，主要实行商品买断。伴随着市场紧缺状况的缓解，以及零售市场供应的扩大，自营模式下百货快速发展，自营比例达90%左右。 1990年代以来 自营转联营 传统百货商店扩张过于迅猛，行业内鱼龙混杂，许多开发商不具备商业零售经验，自营百货经营压力大。同时，联营模式可以引进高端品牌，吸引客流，逐渐被百货商店所青睐。

事实上，联营模式的毛利率水平要低于经销、买断等经营模式，但大多数百货店仍愿意采用这样的模式，是有其他方面的考量。比如，买断商品需要百货店预先垫付账款，资金压力较大，而联营模式下商品由供应商提供，付款方式也是售后结算，百货店承担的风险更低；另外，自营模式下百货需要支出大量资金用于管理存货和支付员工薪酬，联营模式占用的资金相对较少。因此，联营模式的出现是当时市场经济发展的产物，其优势很好地契合了当时的百货行业环境。中国百货经营模式比较 模式 毛利率 收入占比 付款方式 存货管理 存货风险 人员工资 联营 15-20% 80-90% 售后结算 供应商 小 供应商 租赁 60-70% 5%-10% 预付款 供应商 小 供应商 经销 20-30% 10-15% 预付款 供/零售商 中 供/零售商 买断 30-40% 10-15% 预付款 零售商 大 零售商

中企顾问网发布的《2020-2026年中国日用百货行业分析与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了中国日用百货行业市场发展环境、日用百货整体运行态势等，接着分析了中国日用百货行业市场运行的现状，然后介绍了日用百货市场竞争格局。随后，报告对日用百货做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国日用百货行业发展趋势与投资预测。您若想对日

用百货产业有个系统的了解或者想投资中国日用百货行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第.一部分产业环境透视
第.一章 日用百货行业发展概述
第.一节 行业发展外部环境因素分析
一、行业政治环境因素分析
三、行业技术环境因素分析
四、行业经济环境因素分析
第二节 行业发展基本特征研究
一、行业沿革与生命周期
二、行业企业竞争格局
三、行业发展周期及波动性分析
四、行业关键成功要素分析
五、行业成熟度分析
第三节 行业经济指标分析
一、赢利性
二、成长速度
三、附加值的提升空间
四、进入壁垒／退出机制
五、风险性
六、行业周期
七、竞争激烈程度指标
八、行业及其主要子行业成熟度分析
第四节 日用百货行业产业链分析
一、日用百货行业上游供应市场分析
二、日用百货下游产品需求市场状况

第五节 2014-2019年行业发展现状分析
一、现状分析
二、存在问题分析
三、问题成因及对策

第二章 2014-2019年中国日用百货行业发展环境分析
第.一节 宏观经济环境分析
一、国际宏观经济运行分析
二、国内宏观经济运行分析
三、宏观经济对产业影响分析
四、2020-2026年宏观经济发展预测分析
第二节日用百货行业政策环境分析
一、日用百货行业的管理体制
1、行政主管部门
2、行政监管体制
二、日用百货行业主要政策内容
三、产业政策风险
四、政策环境对行业的影响分析
第三节 日用百货行业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、中国城镇化率
六、居民的各种消费观念和习惯
七、社会环境对行业的影响分析
1、广泛性
2、深刻性

第三章 2019年日用百货行业市场供求分析
第.一节 2019年日用百货行业产品供给分析
一、产品产量

二、区域分布
三、供给影响因素分析
第二节 2019年日用百货行业产品需求分析
一、产品市场需求量
二、区域市场分布
三、下游需求构成分析
第三节 日用百货行业供需格局影响因素分析
一、在建及拟建产能情况
二、价格走势及影响因素分析
三、替代品对供需格局影响分析

第四章 2019年日用百货行业市场竞争格局分析
第.一节 企业构成及区域分布分析
一、企业数量分析
二、企业所有制形式分析
三、企业区域分布构成分析
第二节 日用百货行业发展状况分析
一、日用百货行业发展阶段
二、日用百货行业发展总体概况
三、日用百货行业发展特点分析
第三节 日用百货行业发展现状
一、日用百货行业市场规模
二、日用百货行业发展分析
三、日用百货企业发展分析
第四节 日用百货服务市场分析
一、日用百货服务特色
二、日用百货服务市场规模及增速
三、日用百货服务市场前景预测
第五节 日用百货营销渠道分析
一、批发渠道
1、渠道结构与特征
2、渠道发展应用现状

3、渠道销售规模与占有率
二、零售（直营）渠道
1、渠道结构与特征
2、渠道发展应用现状
3、渠道销售规模与占有率
三、电商渠道
1、渠道结构与特征
2、渠道发展应用现状
3、渠道销售规模与占有率
四、渠道问题与选择建议
1、渠道问题及选择对策
2、渠道结构发展趋势

第二部分行业深度分析
第四章我国日用百货所属行业运行现状分析
第.一节 2014-2019年日用百货所属行业发展现状
一、2014-2019年我国日用百货所属行业市场规模
1、我国日用百货所属行业产值规模分析
2、我国日用百货所属行业营收规模分析
3、我国日用百货所属行业投资规模分析
二、2014-2019年我国日用百货所属行业发展分析
三、2014-2019年中国日用百货企业发展分析
第二节 2014-2019年日用百货市场情况分析
一、市场发展概况
二、发展热点回顾
三、市场存在的问题及策略分析
第三节 2014-2019年日用百货所属行业消费市场分析
一、消费特征分析
二、消费需求趋势
三、品牌市场消费结构
第四节 2020-2026年日用百货所属行业市场发展趋势

第五章中国日用百货所属行业区域市场分析

第.一节 华北地区日用百货行业分析

一、2014-2019年日用百货所属行业发展现状分析

二、2014-2019年日用百货所属行业市场规模分析

三、2014-2019年日用百货所属行业需求情况分析

四、2014-2019年日用百货所属行业发展前景预测

五、2020-2026年日用百货所属行业投资风险预测

第二节 东北地区日用百货所属行业分析

一、2014-2019年日用百货所属行业发展现状分析

二、2014-2019年日用百货所属行业市场规模分析

三、2014-2019年日用百货所属行业需求情况分析

四、2014-2019年日用百货所属行业发展前景预测

五、2020-2026年日用百货所属行业投资风险预测

第三节 华东地区日用百货所属行业分析

一、2014-2019年日用百货所属行业发展现状分析

二、2014-2019年日用百货所属行业市场规模分析

三、2014-2019年日用百货所属行业需求情况分析

四、2014-2019年日用百货所属行业发展前景预测

五、2020-2026年日用百货所属行业投资风险预测

第四节 华南地区日用百货所属行业分析

一、2014-2019年日用百货所属行业发展现状分析

二、2014-2019年日用百货所属行业市场规模分析

三、2014-2019年日用百货所属行业需求情况分析

四、2014-2019年日用百货所属行业发展前景预测

五、2020-2026年日用百货所属行业投资风险预测

第五节 华中地区日用百货所属行业分析

一、2014-2019年日用百货所属行业发展现状分析

二、2014-2019年日用百货所属行业市场规模分析

三、2014-2019年日用百货所属行业需求情况分析

四、2014-2019年日用百货所属行业发展前景预测

五、2020-2026年日用百货行所属业投资风险预测

第六节 西南地区日用百货所属行业分析

一、2014-2019年日用百货所属行业发展现状分析
二、2014-2019年日用百货所属行业市场规模分析
三、2014-2019年日用百货所属行业需求情况分析
四、2014-2019年日用百货所属行业发展前景预测
五、2020-2026年日用百货所属行业投资风险预测
第七节 西北地区日用百货所属行业分析
一、2014-2019年日用百货所属行业发展现状分析
二、2014-2019年日用百货所属行业市场规模分析
三、2014-2019年日用百货所属行业需求情况分析
四、2014-2019年日用百货所属行业发展前景预测
五、2020-2026年日用百货所属行业投资风险预测

第五章我国日用百货行业产业结构分析
第.一节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
一、产业价值链条的构成
二、产业链条的竞争优势与劣势分析
第二节 产业结构发展预测
一、产业结构调整指导政策分析
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
三、中国日用百货行业参与国际竞争的战略市场定位
四、产业结构调整方向分析
第三节 日用百货行业产业链分析
一、产业链结构分析
二、主要环节的增值空间
三、与上下游行业之间的关联性
第四节 日用百货上游行业分析
一、日用百货产品成本构成
二、上游行业发展现状
三、2020-2026年上游行业发展趋势
四、上游供给对日用百货行业的影响
第五节 日用百货下游分析
一、日用百货下游分布

二、下游重点区域分析
三、2020-2026年下游发展趋势
四、下游需求对日用百货行业的影响

第三部分市场全景调研
第六章日用百货所属行业进出口结构及面临的机遇与挑战
第.一节 日用百货所属行业进出口市场分析
一、日用百货所属行业进出口综述
1、中国日用百货进出口的特点分析
2、中国日用百货进出口地区分布状况
3、中国日用百货进出口的贸易方式及经营企业分析
二、日用百货所属行业出口市场分析
1、行业出口整体情况
2、行业出口规模分析
3、行业出口需求分析
4、行业出口产品结构
三、日用百货所属行业进口市场分析
1、行业进口整体情况
2、行业进口规模分析
3、行业进口需求分析
4、行业进口产品结构
第二节 中国日用百货出口面临的挑战及对策
一、中国日用百货出口面临的挑战
二、中国日用百货行业未来出口展望
三、中国日用百货产品出口对策
第三节 2014-2019年日用百货行业发展影响因素
一、政策因素
二、技术因素
三、日用百货行业变革驱动因素
四、企业竞争因素
五、价格因素

第四部分竞争格局分析
第七章 2020-2026年日用百货所属行业竞争形势及策略
第.一节 日用百货的竞争结构分析
一、日用百货的进入威胁和进入壁垒
二、替代威胁及“业态”的多样化
第二节 行业总体市场竞争状况分析
一、日用百货行业竞争结构分析
1、现有企业间竞争
2、潜在进入者分析
3、替代品威胁分析
4、供应商议价能力
5、客户议价能力
6、竞争结构特点总结
二、日用百货行业企业间竞争格局分析
三、日用百货行业集中度分析
四、日用百货行业SWOT分析
第三节 中国日用百货行业竞争格局综述
一、日用百货行业竞争概况
二、中国日用百货行业竞争力分析
三、中国日用百货竞争力优势分析
四、日用百货行业主要企业竞争力分析
第四节 日用百货行业竞争格局分析
一、国内外日用百货竞争分析
二、我国日用百货场竞争分析
三、我国日用百货市场集中度分析
四、国内主要日用百货企业动向
第五节 日用百货市场竞争格局总结
一、日用百货具有较强竞争力
二、日用百货竞争战略模式的探析
三、日用百货实行差异化竞争
四、提高日用百货企业竞争力的有力措施
六、提高日用百货企业竞争力的几点建议

七、日用百货提高核心竞争力的建议
第六节 日用百货市场竞争策略分析
一、2019年日用百货行业增长潜力分析
二、2019年日用百货行业主要潜力品种分析
三、现有日用百货产品竞争策略分析
四、潜力日用百货品种竞争策略选择
五、典型企业产品竞争策略分析

第八章日用百货行业相关企业经营形势分析
第.一节 上海新世界股份有限公司（日用百货零售）
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、财务状况分析
五、未来前景展望
第二节 深康佳（日用电子器具制造）
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、财务状况分析
五、未来前景展望
第三节 TCL集团（日用电子器具制造）
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、财务状况分析
五、未来前景展望
第四节 民生投资（日用百货零售）
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、财务状况分析

五、未来前景展望

第五节 合肥投资（日用百货零售）

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第六节 小天鹅A（日用电器制造）

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第七节 广州浪奇（日用化学品制造业）

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第八节 昆百大（日用百货零售）

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第九节 索芙（日用化学品制造）

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第十节 中百集团（日用百货零售）

一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、财务状况分析
五、未来前景展望

第五部分发展前景展望
第九章 2020-2026年日用百货行业前景及趋势预测
第.一节 2020-2026年日用百货市场发展前景
一、2020-2026年日用百货市场发展潜力
二、2020-2026年日用百货市场发展前景展望
三、2020-2026年日用百货细分行业发展前景分析
第二节 2020-2026年日用百货行业主要指标定量预测
四、进口市场预测
五、出口市场预测
第二节 2020-2026年日用百货市场发展趋势预测
一、2020-2026年日用百货行业发展趋势
二、2020-2026年日用百货售市场规模预测
三、2020-2026年日用百货行业需求规模预测
四、2020-2026年细分市场发展趋势预测
第三节 2020-2026年中国日用百货行业供需预测
一、2020-2026年供给预测
二、2020-2026年下游需求预测
三、2020-2026年整体供需格局预测
四、2020-2026年中国日用百货投资规模预测
五、2020-2026年中国日用百货行业供需平衡预测
第四节 影响企业生产与经营的关键趋势
一、市场整合成长趋势
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
三、企业区域市场拓展的趋势
四、科研开发趋势及替代技术进展
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、影响企业融资渠道的关键因素

第十章 2020-2026年日用百货行业投资机会与风险防范
第.一节 日用百货行业投融资情况
一、行业资金渠道分析
二、固定资产投资分析
三、兼并重组情况分析
四、日用百货行业投资现状分析
第二节 2020-2026年日用百货行业投资机会
一、产业链投资机会
二、细分市场投资机会
三、重点区域投资机会
四、日用百货行业投资机遇
第三节 2020-2026年日用百货行业投资风险及防范
一、政策风险及防范
二、技术风险及防范
三、供求风险及防范
四、宏观经济波动风险及防范
五、关联产业风险及防范
六、产品结构风险及防范
七、其他风险及防范
第四节 中国日用百货行业投资建议
一、日用百货行业未来发展方向
二、日用百货行业主要投资建议
三、中国日用百货企业融资分析

第十一章 2020-2026年日用百货行业面临的困境及对策
第.一节 2019年日用百货行业面临的困境
第二节 日用百货企业面临的困境及对策
一、重点日用百货企业面临的困境及对策
二、中小日用百货发展困境及机遇分析
第三节 中国日用百货行业存在的问题及对策

一、中国日用百货行业发展存在的问题
二、日用百货行业发展的建议对策
三、市场的重点客户战略实施
1、实施重点客户战略的必要性
2、合理确立重点客户
3、重点客户战略管理
4、重点客户管理功能
第四节 中国日用百货市场发展面临的挑战与对策
一、中国日用百货市场发展面临的挑战
二、中国日用百货市场发展对策分析

第六部分发展战略研究
第十二章日用百货行业发展战略研究
第.一节 日用百货行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对我国日用百货品牌的战略思考
一、日用百货品牌的重要性
二、日用百货实施品牌战略的意义
三、日用百货企业品牌的现状分析
四、我国日用百货企业的品牌战略
五、日用百货品牌战略管理的策略
第三节 日用百货经营策略分析
一、日用百货市场细分策略
二、日用百货市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、日用百货新产品差异化战略

第四节 日用百货行业投资战略研究
一、2020-2026年日用百货行业投资战略
二、2020-2026年日用百货行业投资战略
三、2020-2026年细分行业投资战略

第十三章研究结论及发展建议
第.一节 日用百货行业研究结论及建议
第二节 日用百货子行业研究结论及建议
第三节日用百货行业发展建议
一、行业发展策略建议
二、行业投资方向建议
三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2014-2019年中国日用百货行业市场规模
图表：2014-2019年日用百货行业重要数据指标比较
图表：2014-2019年中国日用百货市场占全球份额比较
图表：2014-2019年中国日用百货区域分布
图表：2014-2019年我国日用百货行业投资规模分析
图表：2014-2019年我国日用百货行业进口规模分析
图表：2014-2019年我国日用百货行业出口规模分析
图表：2014-2019年我国日用百货行业进口结构分析
图表：2014-2019年我国日用百货行业出口结构分析
图表：2014-2019年我国日用百货行业进口需求分析
图表：2014-2019年我国日用百货行业出口需求分析
图表：2014-2019年我国日用百货行业进口需求结构分析

详细请访问：http://www.cction.com/report/202005/164785.html