

2020-2026年中国百货商场 行业分析与产业竞争格局报告

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年中国百货商场行业分析与产业竞争格局报告》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/202009/187315.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

1852年世界上第一家百货商场Bon marche（廉价商场）在巴黎诞生，至第二次世界大战，西方百货商场经历了从成长到成熟期的发展，百货商场的定位是综合化的。百货商场经营的商品几乎是无所不包，你不必到布店去买布，去日杂店去买扫帚，去服装店去买服装，去帽店去买帽子……走进一家百货商场你可以买全几乎所有的日常用品，甚至那时百货商场还卖食品、糕点、咸菜等等，它力求满足所有人的所有需要。实际上也可称之为求同时代，无差异化时代和无定位时代。

1990~2010年，消费者对一站式购物的需求带动了商超业态的蓬勃发展，百货、超市企业初步形成了市场化的流通供应链体系。2002-2010年间，传统杂货铺渠道占比从37%降低至15%，商超专业店等份额从62%提升至81%。百货零售业行业分析，自2003年淘宝成立以来，互联网契合了消费者对便利、便宜、长尾的购物需求，同时在供应链实现扁平化的提效，推动2001-2016年网购市场规模 CAGR +83%。而进入下一个十年，消费需求已进一步演进至“极致商品极致体验”，需求痛点的满足是本轮新零售创新的切入点，而科技则是提升流通效率的有效工具。

从行业整体来看，传统百货主要的两种经营方式是联营和自营，目前我国传统百货针对特定的商品品类和品牌开始涉及自营的方式，但大多还是采用以联营为主的经营模式。2017年5月中国百货商业协会发布的《中国百货行业发展报告（2016-2017）》提到，在保证行业典型代表性的基础上，根据其部分（85家）会员单位的销售数据统计得出，有76.6%的受访百货已经实行了自采自营模式，然而在具体的自采自营比例方面出现了分化，只有14.6%受访企业的自采自营比例超过了20%，近半数（45.8%）受访企业的自采自营比例都不足5%，这充分说明我国传统百货目前自采自营程度还相对较低。如下图自采自营形式方面，采取买断某一品牌或品类、区域代理或总代理和拥有自有品牌等三种自营方式的企业数量大致相当。自采自营品类方面，涉及企业采取自采自营方式的商品品类主要集中在服装鞋帽、化妆品和食品三类。百货店样本企业自采自营模式情况百货店样本企业自采自营形式

中企顾问网发布的《2020-2026年中国百货商场行业分析与产业竞争格局报告》共十三章。首先介绍了中国百货商场行业市场发展环境、百货商场整体运行态势等，接着分析了中国百货商场行业市场运行的现状，然后介绍了百货商场市场竞争格局。随后，报告对百货商场做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国百货商场行业发展趋势与投资预测。您若想对百货商场产业有个系统的了解或者想投资中国百货商场行业，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局数据，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：

第一章 2018年中国零售业运行态势预测

第一节 2018年中国零售业的进展预测

- 一、零售业进展潜力巨大
- 二、零售业成本上升促使公司关注内生增长
- 三、零售行业消费品市场进入新的进展时期
- 四、中国零售公司开展分等定级
- 五、社会消费品零售总额预测
- 六、零售百货行业预测

第二节 中国零售业转型进入关键期

- 一、品牌创造价值
- 二、服务创造价值
- 三、现代信用创造价值
- 四、公司社会责任创造价值
- 五、安全创造价值
- 六、商业模式创造价值
- 七、商业文化创造价值
- 八、人力资本创造价值

第三节 2018年中国零售公司五大问题预测

- 一、连锁公司漠视品牌经营
- 二、统一采购仅停留于理论
- 三、末端优点难以体现
- 四、定价和促销流于形式
- 五、存货管理漏洞大

第二章 2020-2026年全球百货店产业运行趋势预测

第一节 2020-2026年全球百货店产业运行综述

- 一、全球百货店设计创意预测

二、国外百货店营销奢侈品的经验学习

三、全球百货店的标杆

第二节 2020-2026年全球百货店产业主要国家运行预测

一、日本

二、美国

三、日本与美国对比预测

第三节 2020-2026年全球百货店产业进展状况预测

第三章 2014-2018年全球知名百货店进展情况透析

第一节 美国：Bloomingdale百货企业

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第二节 美国：Bergdorf Goodman百货企业

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第三节 日本：西武百货

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第四节 英国：哈洛德百货企业 Harrods

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第五节 意大利：LARINASCENTE百货企业

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第六节 法国：Galeries Lafayette百货企业

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第七节 印度尼西亚：乐宾百货

一、企业基本情况

二、企业经营及市场销售预测

三、企业竞争优势预测

四、前景国际化进展策略

第四章 2020-2026年中国百货店产业运行环境条件预测

第一节 2020-2026年中国宏观经济环境条件预测

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业进展形势

六、固定资产投资情况

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 2020-2026年中国百货店产业政策环境条件预测

一、百货店价格调整战略

二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费

三、百货店相关政策影响预测

第三节 2020-2026年中国百货店产业社会环境条件预测

一、人口环境条件预测

二、教育环境条件预测

三、文化环境条件预测

四、生态环境条件预测

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第五章 2020-2026年中国百货店所属产业运行形势预测

第一节 2020-2026年中国百货店业进展概况

一、我国百货业进展本土优点预测

二、白领百货店的经营创新

三、百货店业态销售同比增长速度

第二节 2020-2026年中国大型百货运行预测

一、现代大型百货市场定位模式探析

二、大型百货零售业市场的内部准入条件

三、大型百货零售公司服务质量的要素构成

四、大型百货店陷入困境的理由 预测

五、大型百货店市场制胜的进展战略

第三节 2020-2026年中国百货店产业进展存在的问题预测

第六章 2020-2026年中国百货业市场管理及运营手段预测

第一节 2020-2026年中国百货业供应商关系管理探析

一、百货业供应商关系管理简述

二、百货业供应商关系管理的用处

三、中国百货业供应商关系管理中的问题

四、百货业供应商管理的进展状况

第二节 2020-2026年中国百货业的运营预测

一、百货店间常用的促销手段

二、百货店运营策划的三个主要因素

三、百货业运营中应避免的误区

四、百货店的促销意见

第七章 2020-2026年中国百货店业市场竞争格局预测

第一节 2020-2026年中国百货店竞争现状透析

一、大型、综合百货店的市场竞争优点

二、百货店建立长远竞争优点浅析

三、百货店核心竞争力打造

四、我国百货店新的竞争模式

第二节 2020-2026年中国百货店重点省市运行预测

一、北京百货店30年进展

二、上海百货店零售额排行

三、深圳百货店回顾与预测

第三节 2020-2026年中国百货店产业提升竞争力战略预测

第八章 2020-2026年中国百货店相关竞争产业营销预测——购物中心

第一节 2020-2026年中国购物中心进展概况

一、中国购物中心进展的历史阶段剖析

二、中国购物中心进展基本情况简述

三、中国购物中心进展的特征 解析

四、中国Shopping Mall进展态势剖析

五、外资抢滩中国购物中心市场

第二节 2020-2026年中国购物中心进展存在的问题预测

一、我国大型购物中心进展的阻碍

二、我国购物中心进展面临的挑战

三、大型购物中心在我国遭遇诸多困扰

四、我国购物中心开发存在的误区透析

第三节 2020-2026年中国购物中心进展的对策预测

一、促进我国购物中心快速进展的意见

二、大型购物中心建设的要点探讨

三、我国购物中心开发的三大要素

四、大型购物中心可持续进展的对策

第九章 2020-2026年中国百货店相关竞争产业营销预测——超市业

第一节 2020-2026年中国超市的进展形势预测

一、中国超市零售业的现状

二、中国超市的供应链与资金链

三、中国超市业进展的范围化道路

四、中国超市零售业的信息化之路

五、中国超市零售业的进展策略

第二节 2014-2018年中国超市的经营管理预测

一、连锁超市经营管理中五个不等预测

二、超市管理的关键点预测

三、超市人力资源管理的误区预测

第三节 2018年中国大型超市的经营预测

一、大型综合超市的含义特征预测

二、中国大型综合超市建立的可行性

三、中国大型超市的进展现状透析

四、大型综合超市新的运营战略

五、大中型超市社区运营能力提高的思考

第四节 2020-2026年中国超市的进展状况预测

一、连锁经营成为超市进展的新趋向

二、前景中国超市进展基本状况

三、世界化下中国超市进展的十个状况

四、21世纪零售业态超市的进展态势

第十章 2014-2018年中国百货店经营主力公司关键性财务数据预测

第一节 武汉中商集团股份有限企业

一、公司概况

二、公司主要经济指标预测

三、公司盈利能力预测

四、公司偿债能力预测

五、公司营销能力预测

六、公司成长能力预测

六、进展策略预测

第二节 银川新华百货商店股份有限企业

一、公司概况

二、公司主要经济指标预测

三、公司盈利能力预测

四、公司偿债能力预测

五、公司营销能力预测

六、公司成长能力预测

六、进展策略预测

第三节 合肥百货大楼集团股份有限企业

一、公司概况

二、公司主要经济指标预测

三、公司盈利能力预测

四、公司偿债能力预测

五、公司营销能力预测

六、公司成长能力预测

六、进展策略预测

第四节 百大集团股份有限企业

第五节 昆明百货大楼（集团）股份有限企业

第六节 重庆百货

第七节 广州友谊

第八节 合肥百货

第九节 开元控股

第十节 南京新百

第十一章 2018年中国百货运行数据与网络购物替代性状况研究

第一节 不同零售业态月度销售额统计与对比

一、百货店销售额统计

二、超市销售额统计

三、专业店销售额统计

第二节 2018年零售百货行业其它指标趋势

一、中国18家百货公司经营面积与盈利水平对比图

二、零售百货行业前18家公司自有物业及租赁门店平均年龄

三、零售百货行业前18家公司储备面积占比当前总面积

第三节 分公司进展走势

一、2018年以来银座股份资本开支压力减轻

二、2018年以来友好集团资本开支明显加大

三、2018年以来新华百货资本开支压力明显加大

四、零售行业重点企业治理机制预测

第四节 网络服装零售对百货商场的替代性预测

- 一、中国网络购物行业进展趋势
- 二、2018年以来中国网络购物不同产品成交范围统计
 - 1、出版物（亿元人民币）
 - 2、3C（亿元人民币）
 - 3、服装服饰（亿元人民币）
 - 4、其它
- 三、2018年网络购物对百货行业的影响程度预测

第十二章关于中国百货店产业进展状况分析预测

第一节 2020-2026年中国百货店服务状况预测

- 一、服务趋向策略化
- 二、服务趋向超前性
- 三、服务趋向情感化
- 四、服务趋向多样化
- 五、服务趋向个性化
- 六、服务趋向信息化

第二节 2020-2026年中国百货店产业市场分析预测

- 一、百货店产业动态分析预测
- 二、百货店盈利水平分析预测
- 三、百货店市场竞争格局分析预测

第十三章 2020-2026年中国百货店产业投资机会与风险剖析

第一节 2020-2026年中国百货店产业投资环境条件预测

第二节 2020-2026年中国百货店产业投资机会预测

- 一、资产注入、并购整合、股权激励等带来的投资机会
- 二、地区优点预测
- 三、网络零售不会完全替代传统渠道
- 四、商贸零售行业关于降低银行卡刷卡费率政策预测

第三节 2020-2026年中国百货店产业投资风险剖析

- 一、市场竞争风险剖析
- 二、财务风险剖析

三、进入退出风险剖析

四、一线城市百货店逐渐饱和

图表目录：

图表 无店铺零售业的基本特征

图表 有店铺零售业态的基本特征

图表 国际主要零售商的并购

图表 零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式

图表 跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表 世界零售商最常被盗的商品

图表 武汉中商集团股份有限企业主要经济指标动态图

图表 武汉中商集团股份有限企业经营收入动态图

图表 武汉中商集团股份有限企业盈利指标动态图

图表 武汉中商集团股份有限企业负债情况图

图表 武汉中商集团股份有限企业负债指标动态图

图表 武汉中商集团股份有限企业营销能力指标动态图

图表 武汉中商集团股份有限企业成长能力指标动态图

图表 银川新华百货商店股份有限企业主要经济指标动态图

图表 银川新华百货商店股份有限企业经营收入动态图

图表 银川新华百货商店股份有限企业盈利指标动态图

图表 银川新华百货商店股份有限企业负债情况图

图表 银川新华百货商店股份有限企业负债指标动态图

图表 银川新华百货商店股份有限企业营销能力指标动态图

图表 银川新华百货商店股份有限企业成长能力指标动态图

图表 合肥百货大楼集团股份有限企业主要经济指标动态图

图表 合肥百货大楼集团股份有限企业经营收入动态图

图表 合肥百货大楼集团股份有限企业盈利指标动态图

图表 合肥百货大楼集团股份有限企业负债情况图

图表 合肥百货大楼集团股份有限企业负债指标动态图

图表 合肥百货大楼集团股份有限企业营销能力指标动态图

图表 合肥百货大楼集团股份有限企业成长能力指标动态图

图表 百大集团股份有限企业主要经济指标动态图

图表 百大集团股份有限企业经营收入动态图

图表 百大集团股份有限企业盈利指标动态图

图表 百大集团股份有限企业负债情况图

图表 百大集团股份有限企业负债指标动态图

图表 百大集团股份有限企业营销能力指标动态图

图表 百大集团股份有限企业成长能力指标动态图

图表 昆明百货大楼（集团）股份有限企业主要经济指标动态图

图表 昆明百货大楼（集团）股份有限企业经营收入动态图

图表 昆明百货大楼（集团）股份有限企业盈利指标动态图

图表 昆明百货大楼（集团）股份有限企业负债情况图

图表 昆明百货大楼（集团）股份有限企业负债指标动态图

图表 昆明百货大楼（集团）股份有限企业营销能力指标动态图

图表 昆明百货大楼（集团）股份有限企业成长能力指标动态图

图表 百货门店渗透率（2011年）

图表 人均百货营业面积（2011年）

图表 网络零售总额（十亿人民币）

图表 网络零售额占社会零售总额比例（%）

图表 中国网络购物用户范围（亿人）

图表 网络购物按商品分类区分（2011年）

图表 2018年以来银座股份资本开支压力减轻

图表 2018年以来友好集团资本开支明显加大

图表 2018年以来新华百货资本开支压力明显加大

图表 2018年零售行业重点企业治理机制预测

图表 2018年中国经济增长和居民消费贡献度

图表 2018年中国消费率横向相比仍处于较低水平

图表 2014-2018年中国百货行业及同比增速（%）

图表 2014-2018年中国超市连锁业及同比增速（%）

图表 2014-2018年中国百货业年度毛利率（%）动态图

图表 2014-2018年中国百货商场营业面积年均复合增长率

图表 2020-2026年中国六大百货商场联营扣点率状况及分析

图表 2020-2026年中国六大百货商场息税前利润率

图表 2020-2026年中国百货店门店数量动态分析图

图表 2020-2026年中国百货店盈利水平分析预测

图表 2020-2026年中国百货店市场竞争格局分析预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/187315.html>