

# 2020-2026年中国零售百货 行业分析与行业竞争对手分析报告

## 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

《2020-2026年中国零售百货行业分析与行业竞争对手分析报告》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/202005/164782.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
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年中国零售百货行业分析与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了中国零售百货行业市场发展环境、零售百货整体运行态势等，接着分析了中国零售百货行业市场运行的现状，然后介绍了零售百货市场竞争格局。随后，报告对零售百货做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国零售百货行业发展趋势与投资预测。您若想

对零售百货产业有个系统的了解或者想投资中国零售百货行业，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 零售百货行业相关基础概述及研究机构

### 1.1 零售百货的定义及分类

#### 1.1.1 零售百货的界定

#### 1.1.2 零售百货的分类

#### 1.1.3 零售百货的特性

### 1.2 零售百货行业特点分析

#### 1.2.1 市场特点分析

#### 1.2.2 行业经济特性

#### 1.2.3 行业发展周期分析

#### 1.2.4 行业进入风险

#### 1.2.5 行业成熟度分析

### 1.3 零售百货行业研究机构

#### 1.3.1 零售百货行业介绍

#### 1.3.2 零售百货行业研究优势

#### 1.3.3 零售百货行业研究范围

## 第二章 2014-2019年中国零售百货行业市场发展环境分析

### 2.1 中国零售百货行业经济环境分析

#### 2.1.1 中国经济运行情况

##### 1、国民经济运行情况GDP

##### 2、消费价格指数CPI、PPI

##### 3、全国居民收入情况

##### 4、恩格尔系数

##### 5、工业发展形势

## 6、固定资产投资情况

### 2.1.2 经济环境对行业的影响分析

## 2.2 中国零售百货行业政策环境分析

### 2.2.1 行业监管环境

#### 1、行业主管部门

#### 2、行业监管体制

### 2.2.2 行业政策分析

#### 1、主要法律法规

#### 2、相关发展规划

### 2.2.3 政策环境对行业的影响分析

## 2.3 中国零售百货行业社会环境分析

### 2.3.1 行业社会环境

#### 1、人口环境分析

#### 2、教育环境分析

#### 3、文化环境分析

#### 4、生态环境分析

#### 5、中国城镇化率

#### 6、居民的各种消费观念和习惯

### 2.3.2 社会环境对行业的影响分析

## 2.4 互联网对零售行业的冲击与挑战

### 2.4.1 互联网对零售行业的影响层面

#### 1、改变了消费者的消费习惯

#### 2、打破了信息的不对称性格局

#### 3、大数据推动资源利用最大化

### 2.4.2 互联网对零售行业带来的冲击

#### 1、对线下分流，线下客流下滑

#### 2、对实体店带来价格冲击

### 2.4.3 互联网对传统零售行业的颠覆与重构

#### 1、原有定价体系崩塌，新体系需重建

#### 2、零售行业供应链及价值链面临重构

#### 3、原有格局被打破，传统品牌需创新迎变

#### 4、由传统产品驱动向用户驱动转

## 第三章中国零售百货行业产业链分析

### 3.1 零售百货行业产业链简介

#### 3.1.1 零售百货产业链上游行业分布

#### 3.1.2 零售百货产业链中游行业分布

#### 3.1.3 零售百货产业链下游行业分布

### 3.2 零售百货产业链上游行业分析

#### 3.2.1 零售百货产业上游发展现状

#### 3.2.2 零售百货产业上游竞争格局

### 3.3 零售百货产业链中游行业分析

#### 3.3.1 零售百货行业中游经营效益

#### 3.3.2 零售百货行业中游竞争格局

#### 3.3.3 零售百货行业中游发展趋势

### 3.4 零售百货产业链下游行业分析

#### 3.4.1 零售百货行业下游需求分析

#### 3.4.2 零售百货行业下游运营现状

#### 3.4.3 零售百货行业下游发展前景

## 第四章国际零售百货行业市场发展分析

### 4.1 2014-2019年国际零售百货行业发展现状

#### 4.1.1 国际零售百货行业发展现状

#### 4.1.2 国际零售百货行业发展规模

#### 4.1.3 国际零售百货主要技术水平

### 4.2 2014-2019年国际零售百货市场总体分析

#### 4.2.1 国际零售百货市场特点

#### 4.2.2 国际零售百货市场结构

#### 4.2.3 国际零售百货市场规模

### 4.3 2014-2019年国际区域零售百货行业研究

#### 4.3.1 欧洲

#### 4.3.2 美国

#### 4.3.3 日韩

### 4.4 2020-2026年国际零售百货行业发展展望

- 4.4.1 国际零售百货行业发展趋势
- 4.4.2 国际零售百货行业规模预测
- 4.4.3 国际零售百货行业发展机会

## 第五章 2014-2019年中国零售百货行业发展概述

- 5.1 中国零售百货行业发展状况分析
  - 5.1.1 中国零售百货行业发展阶段
  - 5.1.2 中国零售百货行业发展总体概况
  - 5.1.3 中国零售百货行业发展特点分析
- 5.2 2014-2019年零售百货行业发展现状
  - 5.2.1 2014-2019年中国零售百货行业发展热点
  - 5.2.2 2014-2019年中国零售百货行业发展现状
  - 5.2.3 2014-2019年中国零售百货企业发展分析
- 5.3 中国零售百货行业细分市场概况
  - 5.3.1 市场细分充分程度
  - 5.3.2 细分市场结构分析
  - 5.3.3 百货商场市场
  - 5.3.4 便利店市场
  - 5.3.5 超市市场
  - 5.3.6 专业店市场
  - 5.3.7 互联网零售市场
- 5.4 中国零售百货行业发展问题及对策建议
  - 5.4.1 中国零售百货行业发展制约因素
  - 5.4.2 中国零售百货行业存在问题分析
  - 5.4.3 中国零售百货行业发展对策建议

## 第六章 中国零售百货所属行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国零售百货所属行业企业数量分析
  - 6.1.1 2014-2019年中国零售百货所属行业企业数量情况
  - 6.1.2 2014-2019年中国零售百货所属行业企业竞争结构
- 6.2 2014-2019年中国零售百货所属行业财务指标总体分析
  - 6.2.1 所属行业盈利能力分析

- 6.2.2 所属行业偿债能力分析
- 6.2.3 所属行业营运能力分析
- 6.2.4 所属行业发展能力分析
- 6.3 中国零售百货所属行业市场规模分析及预测
  - 6.3.1 2014-2019年中国零售百货所属行业市场规模分析
  - 6.3.2 2020-2026年中国零售百货所属行业市场规模预测
- 6.4 中国零售百货所属行业市场供需分析及预测
  - 6.4.1 中国零售百货所属行业市场供给分析
    - 1、2014-2019年中国零售百货所属行业供给规模分析
    - 2、2020-2026年中国零售百货所属行业供给规模预测
  - 6.4.2 中国零售百货所属行业市场需求分析
    - 1、2014-2019年中国零售百货所属行业需求规模分析
    - 2、2020-2026年中国零售百货所属行业需求规模预测

## 第七章中国互联网+零售百货行业发展现状及前景

- 7.1 互联网给零售百货行业带来的冲击和变革分析
  - 7.1.1 互联网时代零售百货行业大环境变化分析
  - 7.1.2 互联网给零售百货行业带来的突破机遇分析
  - 7.1.3 互联网给零售百货行业带来的挑战分析
  - 7.1.4 互联网+零售百货行业融合创新机会分析
- 7.2 中国互联网+零售百货行业市场发展现状分析
  - 7.2.1 中国互联网+零售百货行业投资布局分析
    - 1、中国互联网+零售百货行业投资切入方式
    - 2、中国互联网+零售百货行业投资规模分析
    - 3、中国互联网+零售百货行业投资业务布局
  - 7.2.2 零售百货行业目标客户互联网渗透率分析
  - 7.2.3 中国互联网+零售百货行业市场规模分析
  - 7.2.4 中国互联网+零售百货行业竞争格局分析
    - 1、中国互联网+零售百货行业参与者结构
    - 2、中国互联网+零售百货行业竞争者类型
    - 3、中国互联网+零售百货行业市场占有率
- 7.3 中国互联网+零售百货行业市场发展前景分析



- 7.3.1 中国互联网+零售百货行业市场增长动力分析
- 7.3.2 中国互联网+零售百货行业市场发展瓶颈剖析
- 7.3.3 中国互联网+零售百货行业市场发展趋势分析

## 第八章中国零售百货行业消费市场调查

### 8.1 食品类零售市场分析

#### 8.1.1 食品零售总额及增速

#### 8.1.2 食品消费价格分析

#### 8.1.3 食品零售市场发展趋势

### 8.2 服装类零售市场分析

#### 8.2.1 服装零售总额及增速

#### 8.2.2 服装消费结构分析

#### 8.2.3 服装消费价格分析

#### 8.2.4 服装零售经营模式

##### 1、传统模式

##### 2、SPA模式

##### 3、虚拟经营模式

##### 4、电子商务模式

#### 8.2.5 服装零售市场特点

#### 8.2.6 服装零售市场发展趋势

### 8.3 日用品类零售市场分析

#### 8.3.1 日用品零售总额及增速

#### 8.3.2 日用品销售方式分析

#### 8.3.3 日用品零售特点分析

#### 8.3.4 日用品零售市场发展趋势

### 8.4 化妆品类零售市场分析

#### 8.4.1 化妆品零售总额及增速

#### 8.4.2 化妆品消费结构分析

#### 8.4.3 化妆品销售方式分析

#### 8.4.4 化妆品零售市场特点

#### 8.4.5 化妆品零售市场发展趋势

### 8.5 家电类零售市场分析

## 8.5.1 家电市场产销情况

- 1、空调行业产销
- 2、电冰箱行业产销
- 3、洗衣机行业产销
- 4、LCD电视行业产销

## 8.5.2 家电零售规模及增速

## 8.5.3 家电销售方式分析

## 8.5.4 家电零售市场特点

## 8.5.5 家电零售市场发展趋势

- 1、企业兼并整合成将持续上演
- 2、渠道下沉三四线城市成必然
- 3、改善供应商关系着眼合作共赢
- 4、卖场泛家电化产品线创新
- 5、家电流通战场蔓延至网络
- 6、多种商业模式结合发展

## 8.6 药品类零售市场分析

### 8.6.1 药品零售规模及增长

- 1、药品零售总额
- 2、限额以上中西药品零售总额
- 3、七大类商品销售额

### 8.6.2 药品销售结构分析

### 8.6.3 药品销售方式分析

- 1、按销售对象分：批发、纯销平分天下
- 2、药品配送方式
- 3、药品销售区域结构

### 8.6.4 药品零售市场发展特点

### 8.6.5 药品零售市场发展趋势

## 8.7 黄金珠宝类零售市场分析

### 8.7.1 黄金珠宝零售总额及增速

### 8.7.2 黄金珠宝消费结构分析

### 8.7.3 黄金珠宝销售方式分析

### 8.7.4 黄金珠宝零售市场特点

## 8.7.5 黄金珠宝零售市场发展趋势

## 第九章中国零售百货行业市场竞争格局分析

### 9.1 中国零售百货行业竞争格局分析

#### 9.1.1 零售百货行业区域分布格局

#### 9.1.2 零售百货行业企业规模格局

#### 9.1.3 零售百货行业企业性质格局

### 9.2 中国零售百货行业竞争五力分析

#### 9.2.1 零售百货行业上游议价能力

#### 9.2.2 零售百货行业下游议价能力

#### 9.2.3 零售百货行业新进入者威胁

#### 9.2.4 零售百货行业替代产品威胁

#### 9.2.5 零售百货行业现有企业竞争

### 9.3 中国零售百货行业竞争SWOT分析

#### 9.3.1 零售百货行业优势分析（S）

#### 9.3.2 零售百货行业劣势分析（W）

#### 9.3.3 零售百货行业机会分析（O）

#### 9.3.4 零售百货行业威胁分析（T）

### 9.4 中国零售百货行业投资兼并重组整合分析

#### 9.4.1 投资兼并重组现状

#### 9.4.2 投资兼并重组案例

### 9.5 中国零售百货行业竞争策略建议

## 第十章中国零售百货行业领先企业竞争力分析

### 10.1 大商股份有限公司竞争力分析

#### 10.1.1 企业发展基本情况

#### 10.1.2 企业主营业务分析

#### 10.1.3 企业竞争优势分析

#### 10.1.4 企业经营状况分析

#### 10.1.5 企业最新发展动态

#### 10.1.6 企业发展战略分析

### 10.2 广州友谊集团股份有限公司竞争力分析

- 10.2.1 企业发展基本情况
- 10.2.2 企业主营业务分析
- 10.2.3 企业竞争优势分析
- 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 广州市广百股份有限公司竞争力分析
  - 10.3.1 企业发展基本情况
  - 10.3.2 企业主营业务分析
  - 10.3.3 企业竞争优势分析
  - 10.3.4 企业经营状况分析
  - 10.3.5 企业最新发展动态
  - 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 联华超市股份有限公司竞争力分析
  - 10.4.1 企业发展基本情况
  - 10.4.2 企业主营业务分析
  - 10.4.3 企业竞争优势分析
  - 10.4.4 企业经营状况分析
  - 10.4.5 企业最新发展动态
  - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 苏宁云商集团股份有限公司竞争力分析
  - 10.5.1 企业发展基本情况
  - 10.5.2 企业主营业务分析
  - 10.5.3 企业竞争优势分析
  - 10.5.4 企业经营状况分析
  - 10.5.5 企业最新发展动态
  - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 华润万家有限公司竞争力分析
  - 10.6.1 企业发展基本情况
  - 10.6.2 企业主营业务分析
  - 10.6.3 企业竞争优势分析
  - 10.6.4 企业经营状况分析

- 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 人人乐连锁商业集团股份有限公司竞争力分析
  - 10.7.1 企业发展基本情况
  - 10.7.2 企业主营业务分析
  - 10.7.3 企业竞争优势分析
  - 10.7.4 企业经营状况分析
  - 10.7.5 企业最新发展动态
  - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 步步高商业连锁股份有限公司竞争力分析
  - 10.8.1 企业发展基本情况
  - 10.8.2 企业主营业务分析
  - 10.8.3 企业竞争优势分析
  - 10.8.4 企业经营状况分析
  - 10.8.5 企业最新发展动态
  - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 国美电器控股有限公司竞争力分析
  - 10.9.1 企业发展基本情况
  - 10.9.2 企业主营业务分析
  - 10.9.3 企业竞争优势分析
  - 10.9.4 企业经营状况分析
  - 10.9.5 企业最新发展动态
  - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 老凤祥股份有限公司竞争力分析
  - 10.10.1 企业发展基本情况
  - 10.10.2 企业主营业务分析
  - 10.10.3 企业竞争优势分析
  - 10.10.4 企业经营状况分析
  - 10.10.5 企业最新发展动态
  - 10.10.6 企业发展战略分析

## 11.1 2020-2026年中国零售百货行业市场发展潜力分析

### 11.1.1 中国零售百货行业市场空间分析

### 11.1.2 中国零售百货行业竞争格局变化

### 11.1.3 中国零售百货行业互联网+前景

## 11.2 2020-2026年中国零售百货行业发展趋势分析

### 11.2.1 中国零售百货行业品牌格局趋势

### 11.2.2 中国零售百货行业渠道分布趋势

### 11.2.3 中国零售百货行业市场趋势分析

## 11.3 2020-2026年中国零售百货行业投资机会与建议

### 11.3.1 中国零售百货行业投资前景展望

### 11.3.2 中国零售百货行业投资机会分析

### 11.3.3 中国零售百货行业投资建议

## 第十二章 2020-2026年中国零售百货行业投资分析与风险规避

### 12.1 中国零售百货行业关键成功要素分析

### 12.2 中国零售百货行业投资壁垒分析

### 12.3 中国零售百货行业投资风险与规避

#### 12.3.1 宏观经济风险与规避

#### 12.3.2 行业政策风险与规避

#### 12.3.3 上游市场风险与规避

#### 12.3.4 市场竞争风险与规避

#### 12.3.5 技术风险分析与规避

#### 12.3.6 下游需求风险与规避

### 12.4 中国零售百货行业融资渠道与策略

#### 12.4.1 零售百货行业融资渠道分析

##### 1、银行抵押或信用贷款

##### 2、股权融资

##### 3、融资租赁

##### 4、政府补助

##### 5、民间借贷

#### 12.4.2 零售百货行业融资策略分析

## 第十三章 2020-2026年中国零售百货行业盈利模式与投资战略规划分析

### 13.1 国外零售百货行业投资现状及经营模式分析

#### 13.1.1 境外零售百货行业成长情况调查

#### 13.1.2 经营模式借鉴

#### 13.1.3 国外投资新趋势动向

### 13.2 中国零售百货行业商业模式探讨

#### 13.2.1 行业主要商业模式

#### 13.2.2 自营模式

#### 13.2.3 连锁模式

#### 13.2.4 电子商务零售模式

#### 13.2.5 直销模式

### 13.3 中国零售百货行业投资发展战略规划

#### 13.3.1 战略优势分析

#### 13.3.2 战略机遇分析

#### 13.3.3 战略规划目标

#### 13.3.4 战略措施分析

### 13.4 最优投资路径设计

#### 13.4.1 投资对象

#### 13.4.2 投资模式

#### 13.4.3 预期财务状况分析

#### 13.4.4 风险资本退出方式

## 第十四章 研究结论及建议

### 14.1 研究结论

### 14.2 建议

#### 14.2.1 行业发展策略建议

#### 14.2.2 行业投资方向建议

#### 14.2.3 行业投资方式建议

### 图表目录：

图表：零售百货行业特点

图表：零售百货行业生命周期

图表：零售百货行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2014-2019年中国社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2019年中国社会消费品零售总额分地域情况

图表：2014-2019年中国零售百强销售总额及其增长情况

图表：2014-2019年零售行业销售过百亿企业数量统计

图表：2014-2019年零售行业百强企业入围门槛

图表：2014-2019年零售行业百强销售额在社会消费品零售总额中的占比变化

图表：2014-2019年零售百强销售规模占比分布

图表：2014-2019年商业地产投资完成额情况

图表：2014-2019年商业地产销售面积情况

图表：2014-2019年全国推出土地建设用地面积情况

图表：2014-2019年全国推出商办土地建设用地面积情况

图表：2014-2019年全国成交土地建设用地面积情况

图表：2014-2019年全国成交商办土地建设用地面积情况

图表：2014-2019年全国土地成交均价及商办土地成交均价

图表：2014-2019年全国成交楼面均价及商办用地成交楼面均价

图表：2014-2019年中国社会物流总额变动情况

图表：2014-2019年中国部分百货企业兼并收购交易

图表：2014-2019年百货公司单店经营业绩

图表：2014-2019年中国连锁百货企业线上销售额及增长率

图表：2014-2019年中国连锁百货企业线上销售额渗透率

图表：2014-2019年主要便利店企业门店数量情况

图表：2014-2019年零售百货行业市场规模分析

图表：2020-2026年零售百货行业市场规模预测

图表：2014-2019年中国零售百货行业供给规模分析

图表：2020-2026年中国零售百货行业供给规模预测

图表：2014-2019年中国零售百货行业需求规模分析



图表：2020-2026年中国零售百货行业需求规模预测

图表：2014-2019年中国零售百货行业企业数量情况

图表：2014-2019年中国零售百货行业企业竞争结构

图表：中国零售百货行业盈利能力分析

图表：中国零售百货行业运营能力分析

图表：中国零售百货行业偿债能力分析

图表：中国零售百货行业发展能力分析

图表：中国零售百货行业经营效益分析

图表：2014-2019年零售百货行业重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国零售百货行业竞争力分析

图表：2020-2026年中国零售百货行业发展趋势预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164782.html>