

2024-2030年中国广州零售 业市场深度分析与市场调查预测报告

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

《2024-2030年中国广州零售业市场深度分析与市场调查预测报告》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/202310/414830.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

零售业是指通过买卖形式将工农业生产者生产的产品直接售给居民作为生活消费用或售给社会集团供公共消费用的商品销售行业。零售业的主要业态有：百货商店、超级市场、大型综合超市、便利店、仓储式商场、专业店、专卖店、购物中心等。

改革开放的30年，中国零售业经历了从小到大、从封闭到开放、从单一到多元、从传统到现代的不断发

展过程。零售业是全国最先开始市场化、最先实现市场化的产业。近年来，广州通过打造都会级、区域级、社区级等不同规模的现代都市商业功能区，构建了“四线三圈，两轴一带”的现代都市商业格局。天河路商圈已成为广州零售商业的黄金大道，聚集了天河城广场、正佳广场、太古汇等数十家大型购物中心和百货商店，是华南第一大商圈。

2021年，广州市实现社会消费品零售总额（以下简称社零总额）10122.56亿元，同比增长9.8%；比2019年增长6.0%，两年平均增长2.9%。2022年，广州市实现社会消费品零售总额10298.15亿元，同比增长1.7%。限额以上批发和零售业通过互联网实现商品零售额2517.62亿元，同比增长13.4%。全市限额以上住宿和餐饮企业通过公共网络实现餐费收入85.15亿元，同比增长22.9%；2022年，全市汽车消费总体稳中有升，限额以上批发和零售业汽车类商品实现零售额1283.31亿元，同比增长4.4%。全市限额以上批发和零售业中西药品类商品实现零售额475.52亿元，同比增长15.4%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国广州零售业市场深度分析与市场调查预测报告》共九章。首先介绍了零售业的定义、产业特点、准入条件等，接着分析了中国零售业的发展状况、广州零售业面临的发展环境和各零售商圈的发展现状，然后具体介绍了广州百货店、购物中心、超市、便利店的发展。随后，报告对广州零售业做了行业竞争分析，最后分析了广州零售业重点企业的经营状况。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国百货商业协会、中国连锁经营协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对广州零售业有个系统深入的了解、或者想投资广州零售业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 零售业相关概念

1.1 零售业概述

- 1.1.1 零售业的定义
- 1.1.2 零售业的产业特点
- 1.1.3 零售百货业的定义
- 1.2 零售业的准入条件概述
 - 1.2.1 注册登记条件
 - 1.2.2 资金条件
 - 1.2.3 技术、设备条件
- 1.3 零售业的业态概述
 - 1.3.1 零售业态的划分标准及定义
 - 1.3.2 零售业的基本业态
 - 1.3.3 零售业态发展规律分析
 - 1.3.4 无店铺销售归入零售业态

第二章 2021-2023年中国零售业分析

- 2.1 中国零售业的发展概况
 - 2.1.1 中国零售业迈入新的历史发展时期
 - 2.1.2 中国零售业的发展变化
 - 2.1.3 中国零售业的发展亮点
 - 2.1.4 我国零售业发展步入并购时代
 - 2.1.5 我国零售业发展业态呈现多元化
 - 2.1.6 电子商务对零售业的发展影响巨大
- 2.2 2021-2023年国内零售业的发展
 - 2.2.1 2020年我国零售业发展分析
 - 2.2.2 2021年我国零售业发展分析
 - 2.2.3 2022年我国零售业发展分析
- 2.3 中国零售业存在问题分析
 - 2.3.1 中国零售业存在的问题及其原因
 - 2.3.2 中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴
 - 2.3.3 当前零售市场存在的基本问题
 - 2.3.4 中外零售业发展的差距
 - 2.3.5 我国零售业发展面临的人才危机
 - 2.3.6 中国零售企业发展面临的挑战

- 2.4 中国零售业发展对策解析
 - 2.4.1 中国零售业的未来发展策略
 - 2.4.2 中国商业零售业寻求突破
 - 2.4.3 国内零售市场的发展对策分析
 - 2.4.4 新形势下中国零售业发展战略
 - 2.4.5 中国零售业的竞争策略
 - 2.4.6 我国零售业的信息化建设策略
 - 2.4.7 解决零售企业人才危机的对策

第三章 2021-2023年广州零售业产业发展环境分析

- 3.1 零售业的政策环境分析
 - 3.1.1 政府对零售企业的扶持政策描述
 - 3.1.2 政府促进零售业发展的政策措施
 - 3.1.3 影响国内零售业发展的宏观政策
 - 3.1.4 中国零售业的政策解析
 - 3.1.5 我国出台新政促进零售业发展
- 3.2 零售业的社會环境分析
 - 3.2.1 零售商与银行之间费率的争议
 - 3.2.2 零售业和商业地产
 - 3.2.3 零售业和物流信息化
 - 3.2.4 零售业和逆向物流
- 3.3 广州现代零售业成长环境
 - 3.3.1 社会经济环境
 - 3.3.2 行业竞争环境
 - 3.3.3 商业文化环境
 - 3.3.4 基础设施环境
 - 3.3.5 信息技术环境
 - 3.3.6 融资环境

第四章 2021-2023年广州零售业发展分析

- 4.1 2021-2023年广州零售业发展概况
 - 4.1.1 2020年广州社会消费品零售回顾

- 4.1.2 2021年广州社会消费品零售概述
- 4.1.3 2022年广州社会消费品零售分析
- 4.1.4 广州零售主题定位区域发展
- 4.2 广州零售业发展存在的问题
 - 4.2.1 广州零售业发展存在的问题
 - 4.2.2 广州传统零售企业发展面临的挑战
 - 4.2.3 广州市零售业缺乏核心竞争力
 - 4.2.4 广州零售区域发展不平衡
- 4.3 广州零售业发展对策与前景
 - 4.3.1 广州零售均衡发展策略
 - 4.3.2 广州零售业发展的战略措施
 - 4.3.3 广州零售业政策建议
 - 4.3.4 广州现代零售业的发展对策
 - 4.3.5 对2023-2027年广州零售业预测分析
- 4.4 “十三五”时期促进零售业发展的指导意见
 - 4.4.1 发展目标
 - 4.4.2 主要任务
 - 4.4.3 保障措施

第五章 2021-2023年广州零售商圈发展分析

- 5.1 天河商圈
 - 5.1.1 天河商圈概述
 - 5.1.2 天河商圈运营现状
 - 5.1.3 天河商圈二次扩容举措剖析
 - 5.1.4 天河商圈发展面临的风险
 - 5.1.5 天河商圈发展前景
- 5.2 江南西商圈
 - 5.2.1 江南西商圈综述
 - 5.2.2 广州江南西“四维”购物空间成型
 - 5.2.3 江南西商圈租金变动情况
 - 5.2.4 江南西商圈人气提升战略
- 5.3 北京路商圈

- 5.3.1 北京路商圈发展历程
- 5.3.2 北京路商圈的主体商家及其竞争格局
- 5.3.3 北京路商圈开创“旅游+休闲”经营模式
- 5.3.4 北京路商圈发展定位探究
- 5.3.5 北京路商圈发展存在的主要问题及原因
- 5.3.6 地产规划助力北京路商圈发展
- 5.4 番禺商圈
 - 5.4.1 番禺商圈的崛起
 - 5.4.2 番禺新城“超级商圈”新势力
 - 5.4.3 广州南站建设助力番禺商圈发展
 - 5.4.4 番禺商圈高端化发展受限
 - 5.4.5 大型城市综合体成番禺新商圈的生力军
- 5.5 上下九商圈
 - 5.5.1 上下九商圈概述
 - 5.5.2 广州上下九商圈租金上涨
 - 5.5.3 上下九商圈着力打造文明购物街

第六章 2021-2023年广州零售业态之：百货店分析

- 6.1 2021-2023年广州百货发展概况
 - 6.1.1 广州百货业竞争形势回顾
 - 6.1.2 广州百货业涉足电子商务
 - 6.1.3 广州百货业穿着类商品细分化发展
 - 6.1.4 广州百货业加速省外扩张势头
 - 6.1.5 2021-2023年广州百货业销售情况
 - 6.1.6 广州百货业市场发展形势解析
- 6.2 2021-2023年广州百货业发展面临的挑战及对策
 - 6.2.1 广州传统百货业发展遇到瓶颈
 - 6.2.2 广州百货业陷入同质化僵局
 - 6.2.3 广州百货企业发展存在的问题
- 6.3 广州百货发展展望
 - 6.3.1 广州百货业发展应寻找新增长点
 - 6.3.2 广州百货业要走差异化发展道路

6.3.3 广州百货业发展趋势

第七章 2021-2023年广州其它零售业态分析

7.1 购物中心

7.1.1 广州购物中心发展历程

7.1.2 广州购物中心竞争白热化

7.1.3 广州购物中心发展存在的三大问题

7.1.4 广州购物中心运营情况解析

7.1.5 广州购物中心扩张步伐迅猛

7.1.6 广州购物中心发展方向

7.1.7 广州大型购物中心运营展望

7.2 超市

7.2.1 广州超市发展概况

7.2.2 广州中小型超市的发展概况

7.2.3 广州高端超市的发展综述

7.2.4 广州中高端超市SWOT分析与发展战略选择

7.2.5 广州超市顾客满意度分析

7.2.6 广州超市发展存在的主要问题

7.2.7 广州超市发展的趋势

7.2.8 广州高端超市发展前景乐观

7.3 便利店

7.3.1 广州便利店发展历程

7.3.2 广州便利店的发展现状

7.3.3 广州快递业有意拓展便利店新业务

7.3.4 广州便利店经营存在的问题

7.3.5 广州便利店发展的对策建议

7.3.6 广州便利店的发展趋势

第八章 2021-2023年广州零售业的竞争分析

8.1 零售业的竞争结构分析

8.1.1 零售业的高度竞争性

8.1.2 规模化的趋势和不同规模之间的竞争

- 8.1.3 中国零售业竞争激烈人才流动频繁
- 8.1.4 零售业的进入威胁和进入壁垒
- 8.1.5 替代威胁及“业态”的多样化
- 8.2 广州零售业竞争状况分析
 - 8.2.1 广州零售业竞争格局
 - 8.2.2 广州零售业核心竞争力状况解析
 - 8.2.3 广州零售业竞争激烈
 - 8.2.4 广州两大商圈竞争升级
- 8.3 构建广州零售业竞争力的策略
 - 8.3.1 广州零售业竞争战略取向
 - 8.3.2 提升广州零售业核心竞争力对策
 - 8.3.3 广州零售企业获得竞争优势的方式

第九章 2020-2023年广州零售业重点企业介绍

- 9.1 广州友谊集团股份有限公司
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 经营效益分析
 - 9.1.3 业务经营分析
 - 9.1.4 财务状况分析
 - 9.1.5 未来前景展望
- 9.2 广州市广百股份有限公司
 - 9.2.1 企业发展概况
 - 9.2.2 经营效益分析
 - 9.2.3 业务经营分析
 - 9.2.4 财务状况分析
 - 9.2.5 未来前景展望
- 9.4 广州天河城集团
 - 9.3.1 企业发展概况
 - 9.3.2 天河城集团发展创新思路
 - 9.3.3 天河城集团经营特色
 - 9.3.4 天河城首次进入深圳市场
 - 9.3.5 天河城扩张步伐加快

9.5 广州正佳广场

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 正佳经营策略

9.4.3 正佳对商业的影响分析

9.4.4 正佳广场微博营销态势向好

9.4.5 正佳发展前景

附录

附录一：广州市商业网点管理条例

图表目录

图表 人均GNP与业态的关系

图表 无店铺零售业的基本特点

图表 有店铺零售业态的基本特点

图表 2018年我国社会消费品零售额

图表 2018年我国社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2018年我国社会消费品零售总额环比增速

图表 广州市社会消费品零售总额及其增长速度

图表 对2023-2027年广州市社会消费品零售总额预测

图表 番禺新城六大组团分布图

图表 2019-2022年广州友谊总资产及净资产规模

图表 2019-2022年广州友谊营业收入及增速

图表 2019-2022年广州友谊净利润及增速

图表 2021年广州友谊主营业务分行业、产品、地区

图表 2019-2022年广州友谊营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年广州友谊净资产收益率

图表 2019-2022年广州友谊短期偿债能力指标

图表 2019-2022年广州友谊资产负债率水平

图表 2019-2022年广州友谊运营能力指标

图表 2019-2022年广百股份总资产及净资产规模

图表 2019-2022年广百股份营业收入及增速

图表 2019-2022年广百股份净利润及增速

图表 2021年广百股份主营业务分行业、产品、地区

图表 2019-2022年广百股份营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年广百股份净资产收益率

图表 2019-2022年广百股份短期偿债能力指标

图表 2019-2022年广百股份资产负债率水平

图表 2019-2022年广百股份运营能力指标

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414830.html>