

2024-2030年中国百货零售 市场评估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

《2024-2030年中国百货零售市场评估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/202311/421316.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国百货零售市场评估与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 零售百货行业综述 第一节 零售百货行业综述 一、百货行业的概念与定义 二、零售百货行业的特征 三、百货行业产业史 四、百货行业的主要壁垒 第二章 中国百货行业发展状况分析 第一节 美国百货行业 一、美国百货行业整体简况 二、美国百货行业经营特点 三、美国百货行业的发展趋势 第二节 日本百货行业 一、日本百货行业经营特点 二、日本传统百货店陷入绝境 三、日本百货行业发展趋势 第三章 中国百货行业发展环境分析 第一节 经济环境 一、国际经济环境分析 二、中国GDP增长情况分析 三、中国全社会固定资产投资分析 四、中国社会消费品零售总额分析 五、中国城乡居民收入与消费分析 六、中国对外经济发展形势分析 第二节 政策环境 一、行业管理体制 二、主要行业法规政策 三、扩大消费政策措施力度继续加大 四、商务部支持流通企业兼并重组 第三节 社会环境 一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场 二、消费结构升级促进百货行业发展 三、中国扩大消费政策取得成效 四、新农村建设孕育巨大消费潜力 五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长 六、基础设施信息物流技术升级提升百货运营效率 第四章 中国百货行业运行状况分析 第一节 中国化背景下外资百货在华发展概况 一、亚洲百货企业在华发展情况 二、美国百货企业在华发展情况 三、欧洲百货企业在华发展情况 第二节 中国百货行业发展综述 一、中国百货行业整体发展情况 二、中国百货行业发展特点 三、中国零售百货行业的瓶颈 四、制约零售百货行业发展的因素 第三节 中国百货行业发展现状分析 一、中国百货行业的经营模式分析 二、中国百货行业跨界商发展分析 三、百货行业二三线城市发展布局 四、零售业投资增加促百货行业发展 第四节 中国百货行业发展规模分析 一、连锁百货门店规模统计 二、连锁百货销售规模统计 三、连锁百货企业排名情况 第五节 中国百货行业网络销售发展情况 一、网络时代零售商遭遇挑战 二、中国百货企业纷纷“触网” 三、王府井网上商城的经营情况 第五章 中国零售百货市场竞争分析 第一节 中国零售行业竞争现状分析 一、中国零售业竞争总体概况 二、中国零售业竞争消费格局 三、中国零售业竞争格局变化 四、中国零售业价格竞争分析 五、中国零售业竞争问题解析 六、外资零售商在华竞争情况 第二节 内资百货与外资百货在华竞争格局分析 一、外资百货企业在华发展分析 二、本地百货行业与外资竞争分析 三、本地百货企业区域优势明显 四、内资百货企业区域扩张分析 第三节 中国百货行业竞争状况分析 一、一线城市百货供给情况分析 二、二三线城市百货行业发展分析 三、百货企业上市融资应对

竞争 四、中国百货行业并购重组概况 第六章 中国零售百货竞争行业发展状况分析 第一节 中国连锁超市发展状况 一、中国连锁超市发展概述 二、中国超市业态发展规模 三、中国连锁超市企业排名 四、外资超市在华发展情况 五、本土超市营销战略分析 六、中国本土仓储式超市动态 七、中国连锁超市业并购情况 八、超市消费者购买行为分析 第二节 中国便利店发展状况 一、中国便利店总店数量统计 二、中国便利店门店规模统计 三、中国便利店销售规模统计 四、中国便利店经营特点分析 五、中国便利店产品策略分析 六、中国便利店分销策略分析 七、中国便利店发展SWOT分析 第三节 中国购物中心发展状况 一、世界购物中心分类情况分析 二、中国购物中心发展历程分析 三、中国购物中心类型形态界定 四、中国购物中心发展规模分析 五、中国购物中心发展指数分析 六、中国购物中心开发投资情况 七、中国购物中心发展策略分析 八、购物中心未来发展前景分析 第四节 中国网络购物行业发展状况 一、中国无店铺零售业态发展情况 二、中国网络零售规模现状分析 三、中国网络购物发展趋势分析 第五节 中国电视购物行业发展状况 一、电视购物发展概况 二、电视购物优点分析 三、电视购物弊端分析 四、电视购物发展方向 五、电视购物发展问题 六、电视购物面临挑战 第七章 中国百货行业区域市场分析 第一节 东北地区 一、东北地区零售业经济环境 二、哈尔滨百货行业发展综述 三、沈阳百货行业发展现状 四、大连百货行业发展现状 第二节 华东地区 一、华东地区零售业经济环境 二、上海市百货行业发展现状分析 三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化 四、杭州市百货行业发展历程现状 五、合肥市百货行业发展现状分析 第三节 华中地区 一、华中地区零售业经济环境 二、中原经济区崛起零售百货行业受益 三、武汉零售百货行业发展格局 四、外来商业百货进驻 五、郑州市零售百货行业发展新特点 第四节 华北地区 一、华北地区零售业经济环境 二、北京零售百货行业发展特点 三、北京“超市系”百货竞逐社区市场 四、天津零售百货行业发展现状 五、兰州零售百货行业发展现状 第五节 西南地区 一、西南地区零售业经济环境 二、重庆市零售百货发展状况分析 三、成都市零售百货行业经营特点 第六节 华南地区 一、华南地区零售业经济环境 二、广州零售百货行业竞争特点 三、深圳零售百货行业发展历程 四、深圳零售百货行业发展现状 第八章 零售百货行业重点企业分析 第一节 大商股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第二节 重庆百货大楼股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第三节 上海豫园旅游商城股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第四节 王府井百货(集团)股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第五节 武汉武商集团股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分

析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第六节 百盛商业集团有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第七节 金鹰商贸集团 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第八节 天虹商场股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第九节 银泰百货(集团)有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第十节 银座集团股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 第九章 中国百货经营策略分析 第一节 中国百货企业市场定位策略分析 一、百货店市场定位要素 二、百货店市场定位步骤 三、百货店定位应注意的问题 第二节 中国百货行业发展主要对策 一、变更业态 二、准确市场定位向特色经营转变 三、发挥自身优势向服务经营转变 四、更新经营理念向动态经营转变 五、信息化管理 六、百货业向更加智慧商业转型 第三节 中国百货行业自营模式探索 一、中国百货行业的经营模式 二、百货行业联营模式存在的问题 三、百货行业的自营能力不足 四、百货行业自营模式的探索 第四节 提升中国百货行业核心竞争力的策略选择 一、丰富齐全的产品线 二、快捷方便的运营效率 三、快速灵敏的战略调整 四、寻求质优价低成本优势 五、把握时尚流行的元素 第十章 中国百货行业发展趋势分析 第一节 商业模式下的百货行业趋势 一、商圈两极化外延的地产百货模式 二、破解盈利模式之困的多业态融合模式 三、延伸连锁空间的相关多元化模式 第二节 多业态、多元化融合的行业发展趋势 一、购物中心多业态发展趋势 二、多元嵌入的连锁式外延扩张 第三节 中国百货行业发展方向 一、特色化、主题化、品牌化 二、连锁化、产业化、集约化 三、品牌化、信用化、知识化 第四节 中国百货行业发展趋势 第十一章 中国百货行业投资策略分析 第一节 百货行业发展前景与投资机遇分析 一、规划扩大内需促进消费 二、政策面深化继续利好百货行业发展 三、居民收入将实现与经济发展同步 四、全国省上调最低工资标准 五、温和通胀助推百货行业上行 六、中国百货行业发展规模预测 第二节 中国百货行业投资风险分析 一、经济风险 二、政策风险 三、经营风险 四、竞争风险 五、其他风险 第三节 中国百货行业并购重组战略分析 一、中国大型百货企业并购重组案例分析 二、百货行业并购的融资风险防范 三、百货行业并购重组遵循原则 第四节 中国百货行业投资策略分析 一、挖掘新规划经济振兴区域市场 二、发展高端百货行业态打造高端品牌 三、发展二三线城市零售百货行业 四、创新经营把握新兴消费人群市场 五、创新百货行业营销方式

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/421316.html>