

2024-2030年中国天津零售 百货行业分析与市场供需预测报告

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年中国天津零售百货行业分析与市场供需预测报告》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/202402/441007.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

中美零售企业行情走势与估值指标变化趋势的相关性。 美国零售企业龙头优势明显，盈利水平和商业模式 相对稳定，营收规模相关的PS指标足以反应市场预期。

行业集中度较低，企业高速扩张难以保障实现盈利回报投资者，补充关注 PE指标确保企业不会盲目扩张中国：成长市场

纵观中国百货业的发展，1996年到2005年是百货行业高速发展的10年，数量增长快、销售增长快是这一时期的主要特点；2006年到2015年则是百货行业徘徊发展的十年，百货行业的业绩、经营理念也进入了徘徊发展时期，这一时期百货行业为了发展进入了“不择手段”时期；从2016年至今则是反思的当下，特别是从2018年开始，行业开始反思“新零售”真的能帮助百货店腾飞吗？百货发展从盲目追求“新零售”逐渐进入理性发展。

事实上，随着购物中心和电商的崛起，百货行业确实面临着巨大的挑战，厉玲指出当今百货行业面临着四个主要问题：店铺数量趋于饱和、单店业绩有限增长、管理服务遇到瓶颈以及对消费者吸引力在下降。

然而好的消息是，百货行业的发展正在逐渐回归理性，根据《2018-2019中国百货零售业发展报告》显示：纳入中国百货商业协会统计的90家百货企业销售总额增长4.2%，利润总额增长6.4%，主营业务利润增长5.7%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国天津零售百货行业分析与市场供需预测报告》共十二章。首先介绍了中国天津零售百货行业市场发展环境、天津零售百货整体运行态势等，接着分析了中国天津零售百货行业市场运行的现状，然后介绍了天津零售百货市场竞争格局。随后，报告对天津零售百货做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国天津零售百货行业发展趋势与投资预测。您若想对天津零售百货产业有个系统的了解或者想投资中国天津零售百货行业，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：

第一部分 行业发展现状

第一章 中国零售百货行业发展综述

第一节 零售百货业概述

一、零售百货业的定义

二、零售百货贸易特征

三、零售百货业态演进

第二节 零售百货业准入条件

一、注册登记条件

二、资金条件

三、技术、设备条件

第三节 零售百货业业态概述

一、零售百货业态划分标准

二、零售百货业态发展规律

三、有店铺零售百货业态分类

四、无店铺零售百货业态分类

第四节 零售百货行业概述

2018年上半年，我国百货零售业经营单位数延续小幅增长态势，法人企业数量快速增长。当前百货零售的重中之重是大力发展O2O，不仅线下寻找线上，线上企业也将积极寻找线下企业合作，百货零售业进入线上线下双轮驱动是必然趋势。

对于已完成刚性住房购买的三四线城市居民，随着房价提升其财富感知效应也在提升，生活压力相对一二线城市居民更小，用于满足可选消费升级需求的可支配收入提升较快。随着一二线城市人口回流，他们将更多一二线城市的生活方式和消费习惯也带到了三四线城市，拉动了当地的消费升级需求

2016年三线及更低线城市的电商零售额占比50.1%，首次超过一二线城市的电商零售额占比49.9%，成为我国最大电商市场。2016年三线及更低线城市的电商普及率虽然只有62%低于一二线城市的89%，但是由于我国幅员辽阔，广大的三线及更低线城市基数更大，有的2.57亿网购者数量远高于一二线城市的1.83亿。三线及更低线城市的网购者增速61%也高于一二线城市的网购者增速43%，高出18个百分点。

随着80后和90后逐渐成为我国消费主力，越来越来的消费者在购物选择时偏好网购的比重逐渐提升，我国整体实物商品网上零售额占总零售额的比重也在持续增长，2015年，实物商品网上零售额仅占总消费品零售额的10.8%，到2019年，占比已提升至20.7%，预计未来几年，实物商品网上消费比例将进一步提升。

一、百货业态概念与定义

二、零售百货行业的特征

三、百货行业的主要壁垒

第二章 天津零售百货行业发展环境

第一节 零售百货行业政策环境分析

一、行业管理体制

二、行业相关政策

- 1、主要行业法规政策
- 2、系列促进消费政策
- 3、收入分配改革进程
- 4、国内贸易政策分析
- 5、最新消费政策分析

第二节 天津居民消费情况分析

一、居民消费能力分析

- 1、人均GDP增长分析
- 2、城乡居民收入分析
- 3、城乡居民储蓄情况

二、城乡居民消费情况分析

2019年居民消费价格累计上涨2.9%，涨幅较1-11月份扩大0.1个百分点，较上年同期扩大0.8个百分点。其中食品价格累计上涨9.2%，涨幅较上年同期扩大7.4个百分点；非食品价格累计上涨1.4%，涨幅较同期回落0.8个百分点。消费品价格累计上涨3.6%，涨幅较同期扩大1.7个百分点；服务价格累计上涨1.7%，涨幅较上年同期回落0.8个百分点。

12月份居民消费价格同比上涨4.5%，涨幅与上月持平。

- 1、城乡居民消费支出情况
 - 2、城乡居民消费支出结构
- #### 三、居民消费价格指数分析
- #### 四、社会消费品零售百货总额

第三节 天津零售百货行业社会环境分析

一、天津人口情况分析

二、天津城镇化进程分析

- 1、城镇化率发展分析
- 2、城镇化推进对零售百货业影响
- 3、城市化加快拓宽农村市场

三、中国扩大消费政策取得的成效

四、新农村建设孕育巨大消费潜力

第三章 天津零售百货业发展现状

第一节 天津零售百货业发展态势

一、天津零售百货业上市公司运行分析

二、天津零售百货业并购情况分析

三、天津零售百货业融资情况分析

第二节 天津零售百货业发展现状

一、天津消费品零售总额

二、天津商品零售价格分类指数

三、天津消费品零售总额

四、天津零售百货行业面临的消费环境

五、天津零售百货业要关注的问题

第三节 零售百货业信息化发展分析

一、中国零售百货业信息化发展现状

二、天津零售百货业信息化现状分析

三、天津零售百货业信息化新布局

四、天津零售百货业信息化发展趋势

第四章 天津零售百货业所属行业运行态势分析

第一节 天津零售百货业规模分析

一、零售百货企业数量规模

二、零售百货企业资产规模

三、批发零售百货销售规模

四、零售百货企业购销规模

第二节 天津零售百货业经营分析

一、企业财务状况分析

二、企业经济效益分析

三、连锁企业经营分析

第三节 天津县域经济与商业发展机遇

第五章 天津零售百货业主要细分市场分析

第一节 天津超市业发展分析

- 一、天津超市业态发展态势
- 二、天津超市消费者购买行为分析
- 三、天津超市业态发展展望
- 四、天津超市业增长形势预测

第二节 天津便利店发展分析

- 一、天津便利店的特征分析
- 二、天津便利店的创新与延伸
- 三、天津便利店的经营策略

第三节 天津购物中心发展分析

- 一、天津购物中心的发展空间
- 二、天津购物中心发展策略分析
- 三、天津购物中心的未来发展趋势

第四节 天津仓储式商场发展分析

- 一、天津仓储式商场的营销特点
- 二、天津仓储式商场发展中存在的问题
- 三、天津发展仓储式商场的对策建议
- 四、天津仓储式商场销售情况

第五节 天津百货业发展分析

- 一、天津百货业发展形势
- 二、天津百货业发展展望
- 三、天津百货行业走向分析

第六节 天津专业店发展分析

- 一、天津网上零售市场规模
- 二、天津家居零售业发展分析
- 三、天津医药零售业发展情况
- 四、天津药品零售行业展望

第二部分 行业竞争格局

第六章 天津零售百货行业竞争分析

第一节 中国天津零售百货行业竞争格局分析

一、中国天津零售百货行业集中度分析

二、中国天津零售百货市场整体竞争格局

第二节 中国天津零售百货产业竞争环境分析

一、目前市场上的参与者之间的竞争

二、有威胁的替代行业现状

三、具有进入可能性或进入中的新参与者

四、上游供应商、参与者与下游客户的关系

第三节 中国天津零售百货行业竞争分析及预测

一、天津零售百货市场竞争情况分析

二、天津零售百货市场竞争形势分析

三、集中度分析及预测

四、SWOT分析及预测

五、进入退出状况分析及预测

六、生命周期分析及预测

第七章 天津零售百货企业竞争策略分析

第一节 天津零售百货市场竞争策略分析

一、天津零售百货市场增长潜力分析

二、天津零售百货主要潜力项目分析

三、现有天津零售百货竞争策略分析

四、天津零售百货潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 天津零售百货企业竞争策略分析

一、零售百货行业竞争格局的影响

二、零售百货行业竞争格局的变化

三、2024-2030年我国天津零售百货市场竞争趋势

四、2024-2030年天津零售百货行业竞争格局展望

五、2024-2030年天津零售百货行业竞争策略分析

六、2024-2030年天津零售百货企业竞争策略分析

第八章 天津零售百货重点企业分析

第一节 天津一商集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 中原百货集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节 天津劝业场（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 天津金元宝商厦股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第五节 天津滨江集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第六节 天津大港滨城商贸有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三部分 行业前景预测

第九章 天津零售百货行业发展趋势预测

第一节 天津零售百货行业前景分析

- 一、未来天津零售百货的发展趋势展望
- 二、中国天津零售百货未来发展前景广阔
- 三、我国天津零售百货产业发展趋势
- 四、中国天津零售百货市场发展预测
- 五、2024-2030年天津零售百货发展方向探讨
- 六、2024-2030年天津零售百货市场规模预测

第二节 2024-2030年天津零售百货市场趋势分析

- 一、天津零售百货市场趋势总结
- 二、2024-2030年天津零售百货发展趋势分析
- 三、2024-2030年天津零售百货市场发展空间
- 四、2024-2030年天津零售百货产业政策趋向
- 五、2024-2030年天津零售百货价格走势分析

第三节 2024-2030年天津零售百货市场预测

- 一、2024-2030年天津零售百货市场结构预测
- 二、2024-2030年天津零售百货市场需求前景
- 三、2024-2030年天津零售百货市场价格预测
- 四、2024-2030年天津零售百货行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十章 天津零售百货行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、我国宏观经济运行情况
- 二、2024-2030年我国宏观经济形势分析
- 三、2024-2030年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、天津零售百货行业政策环境
- 二、国内宏观政策对其影响
- 三、行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、社会环境发展分析

三、2024-2030年社会环境对行业的影响分析

第十一章 天津零售百货行业投资机会与风险

第一节 天津零售百货行业投资效益分析

- 一、天津零售百货行业投资状况分析
- 二、2024-2030年天津零售百货行业投资效益分析
- 三、2024-2030年天津零售百货行业投资趋势预测
- 四、2024-2030年天津零售百货行业的投资方向
- 五、新进入者应注意的障碍因素分析
- 六、建议

第二节 影响天津零售百货行业发展的主要因素

- 一、2024-2030年影响天津零售百货行业运行的有利因素分析
- 二、2024-2030年影响天津零售百货行业运行的稳定因素分析
- 三、2024-2030年影响天津零售百货行业运行的不利因素分析
- 四、2024-2030年我国天津零售百货行业发展面临的挑战分析
- 五、2024-2030年我国天津零售百货行业发展面临的机遇分析

第三节 天津零售百货行业投资风险及控制策略分析

- 一、2024-2030年天津零售百货行业市场风险及控制策略
- 二、2024-2030年天津零售百货行业政策风险及控制策略
- 三、2024-2030年天津零售百货行业经营风险及控制策略
- 四、2024-2030年天津零售百货同业竞争风险及控制策略
- 五、2024-2030年天津零售百货行业其他风险及控制策略

第十二章 天津零售百货行业投资战略研究（ ）

第一节 天津零售百货行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对天津零售百货品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
 - 二、天津零售百货实施品牌战略的意义
 - 三、天津零售百货企业品牌的现状分析
 - 四、天津零售百货企业的品牌战略
 - 五、天津零售百货品牌战略管理的策略
- 第三节天津零售百货行业投资战略研究
- 一、天津零售百货行业投资战略
 - 二、2024-2030年天津零售百货行业投资战略
 - 四、2024-2030年细分行业投资战略（ ）

图表目录：

- 图表 中国零售百货业态的演进历程
 - 图表 中国无店铺零售百货业态分类及基本特点
 - 图表 超市和百货业态特征对比
 - 图表 2022年天津城镇化率统计
 - 图表 2022年天津零售百货企业数量增长趋势图
 - 图表 2022年天津零售百货业企业资产负债统计
 - 图表 2022年天津批发零售百货业销售额增长趋势图
 - 图表 2022年天津零售百货业企业购销规模
 - 图表 2022年天津零售百货业企业财务状况统计
 - 图表 2022年天津零售百货企业经济效益统计
 - 图表 2022年天津连锁零售百货企业经营状况统计
 - 图表 天津限额以上百货零售百货企业经营情况统计
 - 图表 天津限额以上超市零售百货企业经营情况统计
 - 图表 2024-2030年天津社会消费品零售百货总额预测趋势图
 - 图表 2024-2030年天津零售百货业销售额预测趋势图
- 更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/441007.html>