



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国零售业市场分 析及发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国零售业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10434.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

### 第一章 2009年中国零售业发展环境分析

#### 一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2009年中国零售业发展政治环境分析

- (一) 政府对零售企业的扶持政策描述
- (二) 零售业发展政策及其解读
- (三) 公平政策带动民族零售业发展

#### 三、2009年中国零售业发展社会环境分析

### 第二章 零售业相关概念

#### 一、零售业概述

- (一) 零售业的定义
- (二) 零售业的行业特点
- (三) 零售百货业的定义

#### 二、零售业的准入条件概述

- (一) 注册登记条件
- (二) 资金条件
- (三) 技术、设备条件

#### 三、零售业的业态概述

- (一) 零售业态的划分标准及定义
- (二) 零售业的基本业态
- (三) 零售业态发展规律分析
- (四) 无店铺销售归入零售业态

### 第三章 2009年全球零售业发展概况分析

#### 一、2009年全球零售业发展环境总体分析

- (一) 当代全球零售业的特点
- (二) 跨国零售商海外市场的进入模式和选择
- (三) 西方零售业态发展的两个理论分析

## 二、2009年欧洲零售业行业发展状况分析

- (一) 欧洲零售业态格局分析
- (二) 欧洲的十五大零售企业
- (三) 欧洲在网上零售企业
- (四) 欧洲零售企业进军俄市场的部署
- (五) 欧洲的零售农产食品安全认证

## 三、2009年美国零售业行业发展形势分析

- (一) 美国零售商业营销管理的四个特点
- (二) 美国零售商业高技术的运用
- (三) 美国网络零售业快速发展
- (四) 美国零售业连锁化与郊区化的趋势

## 四、2009年日本零售业发展局势分析

- (一) 日本零售企业信息化建设的现状
- (二) 日本连锁经营企业成功的理由
- (三) 日本便利店成功的经营策略分析
- (四) 日本百货店业的经营现状与发展方向
- (五) 日本零售业的发展态势

## 五、2009年其他国家或地区零售业概况分析

- (一) 波兰
- (二) 越南
- (三) 罗马尼亚

## 第四章 2009年中国零售业发展概况分析

### 一、2009年中国零售业概述

- (一) 零售业在中国国民经济中的地位分析
- (二) 中国零售业不同历史阶段的特点分析
- (三) 当前国内零售市场的特点
- (四) 中国零售行业的发展格局分析
- (五) 中国零售业进入转型关键时期

### 二、2009年中国大型零售企业的成长探讨

- (一) 中国大型零售企业成长的特点
- (二) 影响中国大型零售企业成长的因素

(三) 国内大型零售企业成长的路径分析

### 三、2009年中国零售业存在问题分析

(一) 中国零售业存在的问题及其原因

(二) 中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴

(三) 当前零售市场存在的基本问题

(四) 影响中国零售业健康发展的问题分析

(五) 零售业销售人才缺乏

### 四、2009年中国零售业应对问题的策略分析

(一) 中国零售业的未来发展策略

(二) 促进中国零售业健康发展的政策

(三) 中国零售行业发展的建议

(四) 国内零售市场的发展对策分析

## 第五章 2009年中国零售业细分市场发展趋势分析——超市业

### 一、2009年中国超市的发展形势分析

(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) 中国超市业发展的规模化道路

(四) 中国超市零售业的信息化之路

(五) 中国超市零售业的发展战略

### 二、2009年中国超市的经营管理分析

(一) 连锁超市经营管理中五个不等分析

(二) 超市管理的关键点分析

(三) 超市人力资源管理的误区分析

### 三、2009年中国大型超市的经营分析

(一) 大型综合超市的含义特征分析

(二) 中国大型综合超市建立的可行性

(三) 中国大型超市的发展现状分析

(四) 大型综合超市新的营销策略

(五) 大中型超市社区营销能力提高的思考

### 四、2009-2012年中国超市的发展趋势分析

(一) 连锁经营成为超市发展的新趋向

- (二) 未来中国超市发展基本趋势
- (三) 全球化下中国超市发展的十个趋势
- (四) 21世纪零售业态超市的发展态势

## 第六章 2009年中国零售业细分市场形势浅析——便利店

### 一、2009年全球部分国家或地区的便利店分析

- (一) 美国是便利店的发源之地
- (二) 英国的便利店行业现状
- (三) 日本便利店经营的发展分析
- (四) 台湾便利店行业的发展

### 二、2009年中国便利店发展现状分析

- (一) 国内外便利店成功案例分析
- (二) 对中国便利店发展的思考
- (三) 中国便利店市场上的中外资本
- (四) 中国便利店生存的困惑
- (五) 便利店发展中面临的问题
- (六) 中国便利店发展的三个策略

### 三、2009年中国便利店的投资分析

- (一) 中国发展便利店的必要与优势
- (二) 便利店的市場定位分析
- (三) 便利店赢利的基础分析
- (四) 便利店市场风险及机遇并存
- (五) 便利店的投资规划建议
- (六) 便利店市场的投资前景看好

### 四、2009-2012年中国便利店的前景和趋势分析

- (一) 中国发展便利店的前景广阔
- (二) 便利店的发展趋势分析

## 第七章 2009年中国零售业细分市场状况解析——百货店业

### 一、2009年中国百货店发展现状分析

- (一) 中国百货商店的发展简析
- (二) 消费者牵动的百货业品牌竞争

- (三) 中国百货业的竞争力分析
- (四) 百货业应对市场的竞争挑战的对策
- (五) 中国百货店的复兴之道
- (六) 百货业亟待"个性化"创新

## 二、2009年中国百货业的营销分析

- (一) 百货店间常用的促销手段
- (二) 百货商场营销策划的三个主要因素
- (三) 百货业营销中应避免的误区
- (四) 百货店的促销建议

## 三、2009年中国大型百货业发展态势分析

- (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) 大型百货零售企业服务质量的要素构成
- (四) 大型百货店陷入困境的原因分析
- (五) 大型百货店市场制胜的发展策略

## 第八章 2009年中国零售业细分市场发展态势剖析——购物中心

### 一、2009年全球部分国家或地区的购物中心分析

- (一) 东南亚购物中心
- (二) 美国购物中心
- (三) 德国购物中心
- (四) 日本购物中心

### 二、2009年中国的购物中心发展状况分析

- (一) 国内购物中心发展回顾
- (二) 中国购物中心发展现状分析
- (三) 商务部将出台规范分级控制购物中心的建设
- (四) 区域型购物中心成为发展趋势

### 三、2009年中国购物中心发展面临的问题及风险

- (一) 国内购物中心的运作失误
- (二) 中国购物中心发展存在的问题
- (三) 购物中心发展中需注意的几个问题
- (四) 国内购物中心建设的三个误区

(五) 中国购物中心发展中的潜在风险

#### 四、2009年中国购物中心的发展建议分析

(一) 中国购物中心健康发展的对策

(二) 中国购物中心的开发策略

(三) 国内发展大型郊区购物中心需谨慎

### 第九章 2009年中国其他零售业态发展分析

#### 一、2009年中国大卖场市场发展状况分析

(一) 大卖场业态概述

(二) 大卖场的供应商组合和管理

(三) 大卖场的防损耗管理的内外策略

(四) 其他零售业态对大卖场产生的竞争力分析

#### 二、2009年中国仓储式商场发展态势分析

(一) 仓储式商场的兴起与发展

(二) 仓储式商场的四个营销特点

(三) 中国仓储式商场经营管理中的问题

(四) 仓储式商场发展中的问题及制约因素

(五) 中国仓储式商场的发展对策及建议

#### 三、2009年中国专业店行业发展形势分析

(一) 专业店的变迁过程

(二) 专业店的发展及经营特色

(三) 专业店的发展特点

(四) 中国专业店的发展现状

(五) 外资专业店在中国发展之路解析

#### 四、2009年中国专卖店发展状况分析

(一) 专卖店概述

(二) 对专卖店营销的思考

(三) 针对加强专卖店建设的建议

### 第十章 2009年中国零售业的市场竞争格局分析

#### 一、2009年中外零售企业竞争力的比较研究

(一) 管理技术的比较



- (二) 人力资本的比较
- (三) 企业规模的比较
- (四) 营销战略比较
- (五) 中外资零售企业所在国政府管理的比较

## 二、2009年中国零售业的竞争结构分析

- (一) 零售业的高度竞争性
- (二) 规模化的趋势和不同规模之间的竞争
- (三) 零售业的进入威胁和进入壁垒
- (四) 替代威胁及"业态"的多样化

## 三、2009年中国零售业的竞争现状分析

- (一) 中国内外资零售企业的竞争格局
- (二) 中国零售业竞争格局的变化
- (三) 中国零售业的低价运作竞争
- (四) 中国零售业的竞争误区和失范

## 四、2009年中国零售业的竞争战略分析

- (一) 中国零售企业的竞争战略定位分析
- (二) 中国零售业竞争战略模式的探析
- (三) 中国零售业竞争的信息战略
- (四) 中国零售企业的"规模"和"强大"辨析
- (五) 提高中国零售企业全球竞争力的对策建议

## 五、2009年提升本土零售业竞争力的对策分析

- (一) 本土零售企业的竞争优势分析
- (二) 本土零售企业竞争力的劣势分析
- (三) 本土零售业的竞争战略分析

## 第十一章 中国零售业上市公司分析

### 一、新全球

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展战略分析

### 二、重庆百货

- (一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

### 三、王府井

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

### 四、苏宁电器

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

### 五、广州友谊

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

## 第十二章 2009年中国零售业物流体系运行状况分析

### 一、2009年国内外物流业发展现状分析

(一) 中国物流业特点分析

(二) 企业物流运作的五大功能分析

(三) 中国物流行业中存在的问题

(四) 加速中国物流业发展的策略建议

(五) 物流技术和装备的发展趋势

(六) 全球物流业的四个发展趋势

### 二、2009年中国第三方物流发展状况分析

(一) 第三方物流企业经营战略类型分析

(二) 第三方物流深入采购与生产运作的方法

(三) 中国航空快递企业第三方物流运作模式

(四) 第三方物流企业在电子商务中的发展前景

### 三、2009年中国物流与零售企业发展形势分析

(一) 零售企业现代物流策略的开展

(二) 零售企业跨区域发展的物流服务及评价

(三) 现代物流是零售企业竞争力的重要手段

(四) 中国零售企业物流环节的不足之处

#### 四、2009年中国连锁零售业的物流分析

(一) 中国连锁零售业物流配送的概况

(二) 第三方物流与连锁零售业的结合趋势

(三) 零售业的缺货率原因及缺货对策

(四) 中国连锁零售业物流的趋势

### 第十三章 2009年中国的流通业发展局势分析

#### 一、2009年中国流通业发展现状分析

(一) 国外零售商跨国扩张对中国流通产业的影响

(二) 流通力的内涵及流通业的重要性

(三) 开放背景下中国流通业面临变革

(四) 中国流通业的现状及发展规划

(五) 中国流通业与发达国家的差距

(六) 中国流通业的误区及对策

(七) 中国流通业的发展策略分析

#### 二、2009年中国部分行业的流通态势分析

(一) 中国家电流通业的发展历程

(二) 中国钢材流通体系建设分析

(三) 中国药品流通监管迈入网络时代

(四) 中国汽配流通市场现状和发展趋势

#### 三、2009年中国农村流通体系分析

(一) 中国农村市场流通业发展现状

(二) 中国农村市场流通存在的问题分析

(三) 加强农村流通体系建设的建议

#### 四、2009-2012年中国流通业的发展趋势分析

(一) 西方发达国家流通业发展的趋势

(二) 国外流通业发展的新趋势向

(三) 全球经济环境下流通业的整合趋势

(四) 流通企业强强联合成为新的发展趋势

### 第十四章 2009-2012年中国零售业的发展及投资前景分析

## 一、2009-2012年全球零售业的发展趋势分析

- (一) 全球百货零售业的发展趋势
- (二) 全球零售业的主要发展趋势
- (三) 亚太地区零售业的发展趋势

## 二、2009-2012年中国零售业发展趋势分析

- (一) 零售行业整体持续向好
- (二) 新的连锁业零售业态将高速增长
- (三) 零售行业内部整合的步伐加快
- (四) 零售企业的"国退民进"新趋势

## 三、2009-2012年中国零售业的主要发展方向分析

- (一) 零售业业态的多元化
- (二) 经营方式特色化
- (三) 企业发展规模化
- (四) 市场定位科学化
- (五) 企业经营全球化
- (六) 管理手段的现代化
- (七) 自助购物普及化

## 四、2009-2012年中国零售业营销策略创新分析

- (一) 商品采购策略
- (二) 全球化战略
- (三) 市场细分策略
- (四) 连锁化策略
- (五) 新业态策略

## 五、2009-2012年中国零售业投资机会分析

- (一) 中国便利店的发展商机无限
- (二) 购物中心成为商业业态的新形式
- (三) 中国折扣店的发展前景看好
- (四) 专业店的内地市场前景光明

## 六、2009-2012年中国零售业投资风险分析

- (一) 国内的政策风险
- (二) 外资不断涌入的产业风险
- (三) 投机型模式造成的零售业风险

(四) 零售业扩张中的无效规模陷阱

## 七、2009-2012年中国零售业投资建议分析

(一) 加快抢占市场空白点

(二) 充分运用并购重组策略

(三) 投资超市项目以规模化取胜

(四) 谨慎进入百货业

(五) 仔细了解零售店铺审批程序

图表目录 (部分) :

图表 : 2006-2009年三季度中国GDP增长情况

图表 : 2008年前三季度中国三大产业结构

图表 : 2003-2009年中国工业增加值增长率

图表 : 2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表 : 2007年9月-2009年9月中国CPI、PPI走势

图表 : 2008年1-9月中国外贸增长情况

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的清单

图表 : 略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问 : <https://www.icandata.com/view/10434.html>

## 三、研究方法

### 1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。