



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国百货零售产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国百货零售产业发展现状及市场监测报告》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/278407.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

我国百货零售业开始于 1900 年，其发展可分为行业先导期、国家主导期、模式转变期和现代百货期四个阶段。

资料来源：艾凯咨询网整理

行业先导期（1900 年-1949 年）：1900 年，俄国人在哈尔滨开设"秋林洋行"，拉开了中国百货零售业的序幕；1907 年，大新百货在广州成立，首先实行"分柜式"经营；1917 年，具有现代百货雏形的先施百货、永安百货在上海成立。

国家主导期（1950 年-1978 年）：20 世纪 50 年代起，我国百货零售业进入国营时代，当时的国营百货商店是计划经济下中国零售市场的主导业态，是商品流通的主渠道，承担着稳定物价、保证供给的职能。百货商店由国家安排"统购统销"，计划分配，实行"单一采办销售"式的自我经营模式。

模式转变期（1979 年-1995 年）：改革开放后，我国逐步由计划经济向市场经济过渡，产品销售部分放开，国营百货商店逐渐开始自采自销。20 世纪 80 年代后期，部分工商企业开始开展总经销业务，百货商店开始向工厂和个体户出租柜台，以赚取租金和管理费盈利。1992 年国家颁布《关于商业零售领域利用外资问题的批复》，国内百货零售市场开始对外资企业部分开放，部分外资企业进入国内市场，联营方式得到推广和发展。

现代百货期（1996 年至今）：上世纪 90 年代中期，随着卖方市场转为买方市场，我国百货商店数量开始增多，各种新兴业态开始兴起。2004 年，中国加入 WTO，国内百货零售市场完全对外开放，联营方式成为我国百货零售业主要的经营方式，并形成了联营为主、经销为辅、代销补充的经营格局。

我国大型百货主要分布在北、上、广、深等一线城市，密布于各大核心商圈，天津、武汉、南京、重庆、杭州、长沙、合肥等二线城市也聚集着较多的百货零售企业，这些地区市场已趋于饱和，竞争日益激烈，各百货零售商的市场增长空间相对有限。而在三、四线城市，由于当地消费正处于升级过程中，市场还没有远远达到饱和状态，加上商铺租金便宜、人力资源丰富、经营成本较低等众多优势，目前已成为各家百货零售企业重点开发的区域。此外，三、四线城市还可以成为渗透农村市场的桥头堡，因此，百货零售企业扩张一方面在一、二线城市的新城区，另一方面则集中在消费潜力较大的三、四线城市。2007-2014 年我国各级城市及农村消费品零售总额情况

资料来源：艾凯咨询网整理

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 百货零售行业发展分析

第一章 我国零售业发展现状分析 1

第一节 2015年零售业发展情况分析 1

一、总体规模 1

二、效益与效率 4

三、行业贡献 5

四、各类业态发展情况 6

第二节 2015年零售业发展特点及主要问题 9

一、行业发展主要特点 9

作为国民经济中的重要组成部分，百货零售与宏观经济的发展和人民的生活消费密切相关。在经济社会高速发展的支撑下，我国居民人均可支配收入水平显著提升，消费支出能力不断提高，消费结构和消费层次持续改善，从而推动包括百货零售在内的零售服务业不断快速发展。目前，我国百货零售业的发展呈现出以下特点：

（1）百货零售行业规模增长快速

受益于国家经济持续增长以及“促内需”的经济转型战略，消费成为经济增长的主要推动力量逐步凸显。近年来我国社会消费品零售总额保持着高速增长的态势，2014年我国社会消费品零售总额达到 262,394 亿元，是 2007 年的 2.80 倍，年复合增长率高达15.87%。 2007-2014年我国社会消费品零售总额及增速 资料来源：艾凯咨询网整理

在需求持续旺盛的背景下，我国百货零售行业规模增长迅速，2014 年行业销售总额达到3,806.1亿元，是2007年的2.34倍，年复合增长率达到12.92%。 2007-2014 年我国百货零售年销售总额及增速 资料来源：艾凯咨询网整理

二、各业态发展特点 12

三、存在的主要问题 14

第三节 2012-2015年我国社会消费零售总额与消费价格分析 15

一、2012-2015年社会消费零售总额数据分析 15

二、2012-2015年居民消费价格 16

第二章 2014-2015年我国零售业发展分析 20

第一节 2013-2015年中国零售业发展态势分析 20

- 一、2013-2015年零售业转型加快 20
- 二、2013-2015年零售业需重构经营模式 21
- 三、2013-2015年零售企业关闭门店情况分析 21
- 四、2013-2015年零售业从单一到多重角色 24
- 五、2013-2015年零售业面临业态渠道大考 26
- 六、2013-2015年成本重压拖缓零售业发展步伐 27

第二节 2016年我国零售业发展预测 29

第三节 2013年中国零售业不同业态发展分析 39

- 一、2013-2015年百货业发展态势分析 40
- 二、2013-2015年超市业发展态势分析 40
- 三、2013-2015年家电连锁业发展态势分析 41
- 四、2013-2015年鞋服专卖店发展态势分析 42

第四节 我国农村零售业的现状及发展对策 47

- 一、农村零售业的新特点 47
- 二、农村零售业存在的主要问题 48
- 三、发展农村零售业的必要性 49
- 四、发展农村零售业的策略 51
- 五、我国零售商业农村市场的开拓 52

第三章 2012-2015年零售连锁市场发展 57

第一节 我国传统零售业连锁经营的现状、问题及对策 57

- 一、我国传统零售业连锁经营的发展现状 57
- 二、传统零售业连锁经营与网络零售业的比较 58
- 三、我国传统零售业连锁经营的问题 59
- 四、促进我国传统零售业连锁经营发展的对策 61

第二节 2014-2015年中国连锁百强特点分析 62

- 一、2014-2015年中国连锁百强特点分析 62
- 二、2016年中国连锁百强发展展望 64

第三节 我国零售消费者行为分析 68

- 一、我国零售消费者行为特点分析 68
- 二、针对消费者行为特点的零售营销创新 69
- 三、零售卖场设计与消费心理 70
- 第四节 我国农村零售业连锁经营的现状及发展对策 73
 - 一、连锁经营在我国农村发展现状和现实基础 73
 - 二、我国农村发展连锁经营存在的问题 75
 - 三、连锁经营在我国农村地区发展存在问题的解决措施 76
- 第五节 转型升级中我国连锁零售业经营战略研究 78
 - 一、我国连锁零售业的产生与发展 78
 - 二、转型升级中我国连锁零售业存在的问题 79
 - 三、我国连锁零售业转型升级的基本思路 80
- 第六节 连锁超市服务创新及对策 82
 - 一、连锁超市服务质量现状 82
 - 二、连锁超市门店服务创新分析 83
 - 三、连锁超市服务创新的对策 85
- 第七节 我国连锁零售商自有品牌经营优势及提升策略 86
 - 一、我国零售商自有品牌商品经营优势 86
 - 二、我国零售商自有品牌商品发展误区 87
 - 三、我国零售商自有品牌商品经营管理水平提升策略 88

第二部分 百货零售细分市场分析

第四章 我国百货零售业发展分析 91

第一节 百货业发展分析 91

- 一、百货零售业转型的思考 97
- 二、传统百货未来发展空间 98

第二节 购物中心发展分析 100

- 一、2014-2015中国购物中心发展报告 100
- 二、购物中心发展突破点分析 107
- 三、2016年购物中心发展分析 113
- 四、购物中心的未来发展趋势 114
- 五、区域购物中心会成为未来购物中心发展的主流 116

第三节 仓储式商场发展分析 118

- 一、仓储式商场的营销特点 118
- 二、我国仓储式商场发展中存在的问题 119
- 三、我国发展仓储式商场的对策建议 120

第五章 我国其他零售业态发展分析 122

第一节 超市业发展分析 122

- 一、2014年超市上市公司业绩分析 122
- 二、2015年超市上市公司业绩分析 123
- 三、永辉超市专注开拓三四线城市 124
- 四、超市消费者购买行为分析 125
- 五、中小型超市的优势与劣势及营销策略 126

第二节 便利店发展分析 128

- 一、便利店的特征分析 128
 - 二、便利店前景依然被看好 129
 - 三、2015年北京便利店进入服务竞技期 130
 - 四、便利店行业进入理性发展期 132
 - 五、便利店的经营策略 133
 - 六、便利店增值服务策略 135
 - 七、我国便利店发展存在的问题及建议 138
- ### 第四节 我国社区零售业发展策略探讨 140
- 一、发展社区零售业的SWOT分析 141
 - 二、对我国社区零售业发展策略的思考 143

第六章 吉林省、吉林市零售业发展分析 146

第一节 吉林省零售业发展分析 146

- 一、2014年吉林社会消费品零售总额 146
- 二、2014年吉林省社会消费品零售总额 147

第二节 吉林市零售业发展分析 149

- 一、2015年吉林市经济总量 149
- 二、2015年吉林市社会消费品零售总额统计 149
- 三、2015年吉林市人口、人民生活、社会保障统计 150

第三部分 百货零售行业竞争格局分析

第七章 零售业竞争格局分析 152

第一节 中国零售业竞争现状分析 152

- 一、2015年我国零售百强分析 152
- 二、2013年零售业竞争消费格局 156
- 三、2015年内地零售业竞争环境 159
- 四、《2015全球零售力量》排行榜 165

第二节 外资零售业进入对我国零售业的影响分析 173

- 一、2015年外资超市在华门店数量对比 174
- 二、外资零售业对我国零售业的影响 180
- 三、我国零售业应对外资零售业挑战的策略 183

第三节 外资及其他零售业态竞争之下中国百货业的发展之路 185

- 一、外部环境改变给百货业带来的冲击 185
- 二、百货业自身存在的问题导致了百货业发展受限制 186
- 三、百货业未来发展的战略选择 187

第四节 传统零售业自我突围之三大变革 187

- 一、深挖客户需求打造体验式零售 188
- 二、三大变革 189

第五节 零售型中小企业的竞争策略 189

- 一、区域联盟策略 189
- 二、蓝海战略 190
- 三、差异化策略 190
- 四、品牌经营策略 191
- 五、物流配送策略 191

第八章 外资重点企业分析 192

第一节 沃尔玛公司 192

- 一、企业简况
- 二、企业竞争力分析

第二节 家乐福集团 204

- 一、企业简况
- 二、企业竞争力分析

第三节 麦德龙集团 213

一、企业简况

二、企业竞争力分析

第四节 特易购 223

一、企业简况

二、企业竞争力分析

第五节 Seven-Eleven便利商店集团 230

一、企业简况

二、企业竞争力分析

第六节 宜家集团 236

一、企业简况

二、企业竞争力分析

第七节 外资零售业在我国本土化战略 239

一、企业简况

二、企业竞争力分析

第九章 国内重点企业分析 242

第一节 上海友谊集团股份有限公司 242

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第二节 北京王府井百货(集团)股份有限公司 247

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第三节 苏宁电器股份有限公司 254

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第四节 大商股份有限公司 259

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第六节 合肥百货大楼集团股份有限公司 266

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第七节 重庆百货大楼股份有限公司 272

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第八节 北京华联综合超市股份有限公司 278

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第四部分 百货零售行业发展趋势及战略

第十章 2016-2022年零售业发展趋势预测 284

第一节 我国商业零售企业经营方式的十大转变 284

一、从简单管理向现代管理方式的转变 284

二、从单店经营向连锁经营方式的转变 284

三、从单业态经营向多业态经营方式的转变 285

四、从商业经营向商业地产综合经营方式的转变 285

五、从传统经营向创新经营方式的转变 285

| | |
|---------------------------------|-----|
| 六、从单体经营向多边合作经营方式的转变 | 286 |
| 七、从实体经营向实体加电商经营方式的转变 | 286 |
| 八、从商品经营向资本经营方式的转变 | 287 |
| 九、从同质化经营向差异化经营方式的转变 | 287 |
| 十、从规模经营向效益质量经营方式的转变 | 288 |
| 第二节 2016-2022年我国零售业的发展变化与成长空间分析 | 288 |
| 一、我国零售业的三大变化 | 288 |
| 二、我国零售业的成长空间 | 289 |
| 三、我国零售业持续发展要实现四个转变 | 291 |
| 第三节 2016-2022年我国零售业发展趋势 | 293 |
| 一、发展环境分析 | 293 |
| 二、零售业主要发展趋势 | 294 |
| 第四节 2016-2022年零售业业态发展趋势 | 296 |
| 一、业态多元化 | 296 |
| 二、经营规模化 | 297 |
| 三、市场定位差别化 | 297 |
| 四、自有品牌系列化 | 297 |
| 五、兼并与上市势在必行 | 297 |
| 六、投资主体多元化 | 298 |
| 七、配送中心快速发展 | 298 |
| 八、品牌集合店成零售业态新趋势 | 298 |
| 九、零售业现跨界布局趋势 | 299 |
| 十、融合发展将成未来零售业主流模式 | 301 |
| 十一、“未来商店”革新零售业发展模式 | 302 |
| 第五节 2016-2022年传统零售业发展趋势 | 305 |
| 一、从传统零售业自身产业生命周期的角度分析我国传统零售业 | 305 |
| 二、从外部的电子商务的发展分析对传统零售业的冲击 | 305 |
| 三、传统零售业发展趋势的探究 | 306 |
| 第十一章 2016-2022年零售业发展战略探讨 | 308 |
| 第一节 我国同业态零售商业企业的竞合策略 | 308 |
| 一、零售商业企业实力较量的主要手段 | 308 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 二、零售业非价格竞争的主要策略 | 309 |
| 三、同业态零售企业的竞争合作策略 | 311 |
| 第二节 国际零售业11大创新案例盘点 | 314 |
| 第三节 零售渠道与终端布局的选择策略 | 320 |
| 一、终端陷阱 | 320 |
| 二、发展契机 | 321 |
| 三、突破之路 | 322 |
| 第四节 零售业提高品牌忠诚度策略 | 323 |
| 一、打造强大的核心能力 | 323 |
| 二、提供优质服务 | 325 |
| 三、培养忠诚的员工 | 325 |
| 四、提升服务成零售业变革利器 | 326 |
| 第五节 我国零售企业提高顾客忠诚度的策略选择 | 328 |
| 一、我国零售企业面对国外跨国零售业大鳄的竞争挑战 | 328 |
| 二、我国零售企业在竞争中的弱势 | 329 |
| 三、我国零售企业提高顾客忠诚度的策略 | 330 |
| 第六节 网络时代的零售企业危机公关 | 333 |
| 一、企业危机公关难点分析 | 333 |
| 二、提高了企业的危机管理成本策略 | 334 |
| 三、提高危机管理的水平降低企业风险 | 335 |
| 第七节 零售终端的供应商联盟战略 | 336 |
| 一、零售终端与供应商关系分析 | 336 |
| 二、创造合作的文化氛围 | 337 |
| 三、建立与战略联盟相适应的组织结构 | 337 |
| 四、在竞争合作中增强学习能力 | 338 |
| 第八节 零售业的产业融合及战略思考 | 338 |
| 一、零售业的产业融合 | 338 |
| 二、基于产业融合的零售企业战略思考 | 341 |
| 三、零售企业战略实践中应注意的问题 | 341 |
| 第十二章 2016-2022年零售业投资发展策略分析 | 343 |
| 第一节 2016-2022年零售业投资分析 | 343 |

| | |
|-------------------------|-----|
| 一、存在的问题与挑战 | 343 |
| 二、2016-2022年发展趋势预测与对策分析 | 344 |
| 三、消费行为变化及对零售百货业的影响 | 345 |
| 四、综述 | 349 |
| 五、投资对策 | 350 |
| 六、2016-2022年投资机会 | 350 |
| 1、传统零售业新增长点 | 350 |
| 2、细分领域仍有亮点 | 353 |
| 3、新城市市场将成零售业增长新空间 | 355 |
| 第二节内资零售企业向农村市场进军的SWOT分析 | 357 |
| 一、优势 | 357 |
| 二、劣势 | 358 |
| 三、机遇 | 360 |
| 四、威胁 | 361 |

图表目录：

| |
|--------------------------------|
| 图表：国内生产总值同比增长速度 |
| 图表：全国粮食产量及其增速 |
| 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%） |
| 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%） |
| 图表：进出口总额（亿美元） |
| 图表：广义货币（M2）增长速度（%） |
| 图表：居民消费价格同比上涨情况 |
| 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%） |
| 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%） |
| 图表：农村居民人均收入实际增长速度 |
| 图表：人口及其自然增长率变化情况 |
| 图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%） |
| 图表：2015年房地产开发投资同比增速（%） |
| 图表：2015-2020年中国GDP增长预测 |
| 图表：国内外知名机构对2015-2020年中国GDP增速预测 |
| 图表。。。。。 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278407.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）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提供专业投资咨询报告、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。