



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国零售业市场调研及发展趋势预测分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国零售业市场调研及发展趋势预测分析报告》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/46184.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

零售业是我国近年改革中变化最快，市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。2007年社会消费品零售总额89210亿元，比上年增长16.8%。分地域看，城市消费品零售额60411亿元，增长17.2%；县及县以下消费品零售额28799亿元，增长15.8%。分行业看，批发和零售业零售额75040亿元，增长16.7%；住宿和餐饮业零售额12352亿元，增长19.4%；其他行业零售额1818亿元，增长4.5%。2008年第一季度，社会消费品零售总额25555亿元，名义同比增长20.6%（3月份增长21.5%），比上年同期加快5.7个百分点。但剔除价格因素（按CPI进行扣除），社会消费品零售总额实际增长率仅为11.67%，比去年同期减少0.2个百分点。据国家信息中心预测，到2008 - 2010年间，中国零售业将保持10%以上的平稳增长速度；到2020年，社会消费品零售总额将超过20万亿元。

目前,我国零售业竞争激烈，中国零售业的并购将进一步加剧，市场竞争已经达到白热化程度。据有估计：在未来3—5年内，中国零售业60%的市场将由3-5家世界级零售巨头掌握，30%的市场将由中国国家级零售巨头把持，而剩下10%则掌握在国内地区性零售巨头手中。今后15年，全球经济的主战场在中国，中国市场的潜力以及潜力的爆发速度，超过世界上任何一个国家。中国的零售业将有着巨大的发展空间,同时国内零售业的竞争将会十分惨烈，内资零售企业面临着巨大的生存压力。

我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、商务部、中国商业联合会、中国连锁经营协会、业内权威专业研究机构等，以及研究中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【 目录 】

第一章 2007-2008年世界零售业发展形势分析

第一节 2007-2008年世界零售业发展分析

一、世界零售业巨头看好越南

二、促进世界零售业发展因素分析

三、零售业品牌竞争分析

第二节 2008-2009年世界主要国家零售业动态分析

一、美国

二、日本

三、越南

第三节 世界零售业全球化发展分析

第四节 2008-2010年世界零售业发展趋势分析

第二章 2007-2008年世界零售业优势企业竞争战略分析

第一节 沃尔玛

一、企业发展历程分析

二、沃尔玛成本控制策略

三、2007-2008年企业竞争战略分析

四、经营情况

第二节 家乐福

一、企业发展历程分析

二、2007-2008年家乐福的经营特点

三、家乐福在法国的地位分析

四、发展规划

第三节 易初莲花

一、企业简介

二、2007-2008年企业经营状况分析

三、企业竞争战略分析

四、易初莲花计划开新店分析

第四节 德国麦德龙

一、企业发展历程分析

二、2007-2008年企业经营特点分析

三、2007-2008年企业自有品牌战略分析

四、经营状况

第五节 华润万家

一、企业简介

二、2007-2008年企业经营模式分析

三、2007-2008年企业竞争战略分析

四、未来企业发展规划分析

第六节 世纪联华

一、企业发展历程分析

二、2007-2008年企业经营模式分析

三、2007-2008年企业经营状况

四、未来企业发展战略及规划分析

第三章 2007-2008年中国零售业发展环境分析

第一节 2007-2008年中国零售业发展经济环境分析

一、经济发展迅速

二、消费水平不断提高

三、物价持续上涨

第二节 2007-2008年中国零售业政策环境发展分析

一、政府对零售企业的扶持政策

二、公平政策带动民族零售业发展

三、其他相关政策分析

第三节 “十一五”中国零售业社会环境发展分析

第四章 2007-2008年中国零售业营运格局分析

第一节 2007-2008年中国零售业发展概况分析

一、零售业在中国国民经济中的地位分析

二、2007年国内零售业长期稳定持续增长

三、中国零售业进入转型关键时期

四、外资对中国零售业冲击力分析

第二节 2007-2008年中国零售业的现状特点分析

一、零售业规模不断扩大

二、企业现代化程度不断提高

三、零售业态进一步细化

四、连锁经营地位日益突出

第三节 中国零售业发展存在的问题与对策分析

第五章 2007-2008年中国零售业的信息化及电子商务发展分析

第一节 2007-2008年中国零售业的信息化发展分析

- 一、零售企业的信息化的商业模式
- 二、大型零售企业信息系统内外部功能的提高
- 三、零售业信息化对高端产品的需求
- 四、中国零售业信息化应用水平低

第二节 2007-2008年中国零售业信息化建设的方式分析

- 一、与IT结合进行创新
- 二、制订有效的IT规划
- 三、建立完美的供应链
- 四、注重信息化价值分析

第三节 2007-2008年中国零售业电子商务存在的问题和对策分析

- 一、中国零售业电子商务发展中存在的主要问题
- 二、中国零售类电子商务发展思路
- 三、中国零售业电子商务发展内部信息化策略
- 四、中国零售业电子商务发展的外部策略

第六章 2007-2008年中国零售业细分市场运行现状分析

第一节 超市

- 一、中国超市业发展的规模化道路
- 二、中国大型综合超市建立的可行性
- 三、连锁经营成为超市发展的新趋向

第二节 便利店

- 一、美国是便利店的发源之地
- 二、中国发展便利店的必要与优势
- 三、中国发展便利店的前景广阔

第三节 购物中心

- 一、商务部将出台规范分级控制购物中心的建设
- 二、城郊区域性购物中心规划与设计

三、中国购物中心发展中的潜在风险

四、国内发展大型郊区购物中心需谨慎

第四节 百货店

一、消费者牵动的百货业品牌竞争

二、百货业亟待“个性化”创新

三、百货商场营销策划的三个主要因素

四、大型百货店市场制胜的发展策略

第五节 大卖场

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

第七章 2007-2008年中国零售业的竞争格局分析

第一节 2007-2008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

第二节 2007-2008年中国零售业的竞争战略分析

一、中国零售企业的经营竞争战略定位分析

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、提高中国零售企业国际竞争力的对策建议

第三节 2008-2010年我国零售业竞争趋势分析

第八章 2007-2008年中国零售业区域市场竞争比较分析

第一节 北京

一、北京零售业现状简析

二、北京零售业竞争力水平稳步上升

三、北京大型零售企业的机遇与挑战

四、北京零售业态发展分析

第二节 上海

- 一、上海零售业业态分析
- 二、上海零售业的发展特点
- 三、上海零售业从传统转向现代
- 四、上海开展零售业节能降耗行动

第三节 重庆

- 一、重庆零售业从容应对外资的竞争
- 二、重庆零售业的竞争升级
- 三、重庆零售业五大商圈分析

第四节 广东

- 一、2007年广东消费品零售额分析
- 二、广东省零售业市场分析
- 三、广东省各种商业零售业态的发展

第九章 2007-2008年中国零售业上市公司数据统计及竞争力分析

第一节 新世界

- 一、企业基本概况分析
- 二、2007-2008年企业经营状况分析
- 三、2007-2008年企业核心竞争力分析
- 四、未来企业发展规划分析

第二节 重庆百货

- 一、企业基本概况分析
- 二、2007-2008年企业经营状况分析
- 三、2007-2008年企业核心竞争力分析
- 四、未来企业发展规划分析

第三节 王府井

- 一、企业基本概况分析
- 二、2007-2008年企业经营状况分析
- 三、未来企业发展规划分析

第四节 苏宁电器

- 一、企业基本概况分析
- 二、2007-2008年企业经营状况分析
- 三、2007-2008年企业核心竞争力分析

四、未来企业发展规划分析

第五节 广州友谊

一、企业基本概况分析

二、2007-2008年企业经营状况分析

三、2007-2008年企业核心竞争力分析

四、未来企业发展规划分析

第十章 2007-2008年中国零售业的品牌与营销状况分析

第一节 2007-2008年中国零售业的品牌分析

一、零售企业品牌体系的建立

二、零售企业自有品牌的渠道整合功能

三、大型品牌零售企业及其社会责任

四、零售企业品牌管理中应处理好的关系

五、中国大型零售企业自有品牌战略的实施

第二节 2007-2008年中国零售业的营销状况分析

一、零售企业体验营销战略的实施

二、以文化特色促零售业营销

三、中国零售业营销的趋势特点

四、未来零售市场以营销创新决胜负

第三节 2007-2008年中国零售业营销策略创新分析

一、商品采购策略

二、国际化战略

三、市场细分策略

四、连锁化策略

五、新业态策略

第十一章 2007-2008年中国零售业的连锁经营策略分析

第一节 2007-2008年中国零售业的连锁经营概述

一、零售业连锁发展内涵和价值观

二、现代连锁店对中国零售业模式的影响

三、连锁零售企业的财务管理分析

第二节 2007-2008年中国连锁零售企业打开农村市场的策略研究

一、内部能力分析

二、微观环境分析

三、进军农村市场SWOT分析模型

第三节 未来中国连锁零售业的发展前景分析

一、中国连锁零售业发展的速度加快

三、中国连锁零售业的发展趋势

四、连锁成为21世纪零售业的发展方向

第十二章 2008-2010年中国零售业的发展前景及趋势预测分析

第一节 2008-2010年中国零售业的发展趋势分析

一、2008-2009年我国零售行业整体持续向好

二、零售业细分行业机会不同

三、家电零售行业内部整合的步伐加快

四、节日效应凸显，消费继续旺盛

第二节 2008-2010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、企业经营国际化

六、管理手段的现代化

七、自助购物普及化

第十三章 2008-2010年中国零售行业投资机会与风险分析

第一节 2008-2010年中国零售行业投资环境分析

第二节 2008-2010年中国零售行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第三节 2008-2010年中国零售行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、吸引力分析

三、盈利水平分析

四、融资方式分析

第四节 2008-2010年中国零售行业投资风险预警分析

图表目录

图表 1 越南商品零售市场分布

图表 2 2000-2007年第二季度美国网上零售额及占全美零售总量变化

图表 3 2000-2008年美国网络零售额增长趋势及预测图

图表 4 2005-2007年日本商品零售额增长情况

图表 5 2006-2010年越南商品零售额及预测

图表 6 沃尔玛采购流程图

图表 7 2003-2007年沃尔玛全球销售收入增长趋势图

图表 8 2007年底易初莲花门店区域分布

图表 9 1997-2007年底易初莲花门店增长数量

图表 10 2003-2007年麦德龙销售收入增长趋势图

图表 11 2003-2007年华润万家销售收入增长趋势图

图表 12 2003-2008年第一季度我国GDP总量及增长情况

图表 13 2003-2007年我国农村人均纯收入增长趋势图

图表 14 2003-2007年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 15 2003-2008年第一季度我国货物出口额走势图

图表 16 2003-2007年我国货物进口总额变化情况

图表 17 2003-2007年我国农村人均纯收入增长趋势图

图表 18 2003-2007年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 19 2003-2008年第一季度我国居民消费价格涨跌幅度

图表 20 诺网（中国）软件零售解决方案应用组件

图表 21 沃尔玛与易初莲花内部ERP系统Rams

图表 22 零售业电子商务品牌重塑过程示意

图表 23 2007年北京社会消费品零售额及其增长速度 单位：亿元

图表 24 零售业规模状况

图表 25 北京市零售业营运能力状况

图表 26 北京市零售业盈利能力状况

图表 27 零售业社会贡献状况

图表 28 零售业发展能力状况

图表 29 北京零售业态市场份额分析

图表 30 2007年广东省消费结构指数分析

图表 31 2002-2007年新世界总资产变动情况 位：百万元

图表 32 2002-2007年新世界主营业务收入变动情况 单位：百万元

图表 33 2002-2007年新世界净利润变动情况 单位：百万元

图表 34 2002-2007年重百集团总资产变动情况 单位：百万元

图表 35 2002-2007年重百集团主营业务收入增长情况 单位：百万元

图表 36 2002-2007年重百集团利润总额增长情况 单位：百万元

图表 37 2002-2007年重百集团净利润增长情况 单位：百万元

图表 38 2002-2007年王府井总资产变动情况 单位：百万元

图表 39 2002-2007年王府井主营业务收入增长情况 单位：百万元

图表 40 2002-2007年王府井利润总额增长情况 单位：百万元

图表 41 2007年王府井百货分行业营业收入结构情况 单位：百万元

图表 42 2007年王府井百货不同区域营业收入分布情况

图表 43 2002-2007年苏宁电器总资产变动情况 单位:百万元

图表 44 2002-2007年苏宁电器主营业务收入情况 单位:百万元

图表 45 2002-2007年苏宁电器利润总额情况 单位:百万元

图表 46 2002-2007年苏宁电器净利润情况 单位:百万元

图表 47 2007年苏宁电器连锁店分布情况

图表 48 2007年苏宁电器不同区域营业收入比重分布

图表 49 2002-2007年广州友谊主营业务收入变动情况 单位：百万元

图表 50 2002-2007年广州友谊总资产变动情况 单位：百万元

图表 51 2002-2007年广州友谊利润总额增长情况 单位：百万元

图表 52 2002-2007年广州友谊净利润变动情况 单位：百万元

图表 53 SWOT分析图

图表 54 略。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46184.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。