



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国零售百货市场研究预测报告(白金版)

## 一、调研说明

《2008年中国零售百货市场研究预测报告(白金版)》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/46214.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

**市场现状** 近年来，我国社会消费品零售高速增长，2006年我国社会消费品零售总额实现十年最大增幅。07年1至10月，全国社会消费品零售总额达到62089.1亿元，同比增长13.6%，是1997年以来的最快水平。预计2008年我国社会消费品零售总额将达.....

**市场竞争** 加入WTO后，中国全面放开了国内零售业市场，外资零售巨头正凭借其国际水准服务、先进管理方式、强势产品和资本运作手段、新型业态等优势，像潮水一样大规模、全方位地涌入中国，迅速扩大市场份额，对中国零售业形成渗透和吞并之势，群雄逐鹿中国零售连锁市场，中外企业短兵相接.....

**市场趋势** 近几年，随着消费品内需市场的持续发展，传统百货企业大多完成了国有企业改革的进程，强化了经营管理和卖场绩效管理。民营股份制百货企业崛起，以更加活跃的姿态开始连锁百货扩张。外资百货企业更带来较高的品牌商品定位。由此带来了百货业的持续繁荣。但这种繁荣现象的背后隐藏着深刻的危机。中国的零售业供给将呈现以下的发展趋势：零售业态更趋多样化并逐步走向规范化；新型零售业态将保持高速增长；国有资本逐渐从零售业中退出，而同时外资会迅速进入零售业领域；中西部地区消费增势将与东部地区相当，但东西部市场绝对规模的差距短期内将难有显著改观。预计2008年零售百货业.....

更多详细内容请阅读2008年中国零售百货市场研究预测报告(白金版)！

### 【目录】

#### 上卷

《2008年中国零售百货市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2007年零售百货市场营销、竞争格局、细分市场等进行了详尽的表现描述，并对中国零售百货行业运行各项指标进行了详细分析，让您对2007中国零售百货市场现状有详尽的了解.....，详细内容请您阅读《2008年中国零售百货市场研究预测报告》(白金版)1章—11章.....

第一部分 行业现状	1
第一章 国内零售百货产业运行分析	2
第一节 2007年中国零售市场特征分析	2
一、消费市场/居民消费分析	2
二、竞争趋势/流通领域变化	3
三、品牌消费趋势分析	4
四、消费者关注的热点分析	6
五、2007年零售企业分析	7
第二节 百货行业变化趋势和特点分析	8
一、发展/趋势	9
二、竞争特点分析	10
三、百货店改造分析	12
四、百货店发展分析	14
第三节 中国零售业连锁分析	16
一、2006年连锁百强企业分析	16
二、中国连锁经营100强规模及其他	19
第四节 2007年中国零售百货行业发展中的问题	23
第五节 2008年中国零售业连锁发展趋势	24
第二章 我国零售百货业规模扩张分析	36
第一节 扩张的理论	36
一、企业扩张与边界的经典研究	36
二、特殊经济性质及其规模与边界	37
三、大型零售企业的规模扩张	41
第二节 跨区域扩张存在的问题	47
一、程度低	47
二、结构单一/结构不合理	48
三、方式单一/运用错位	48
第三节 扩张的动力机制与趋势	51
第三章 零售商自有品牌分析	56

第一节 零售商自有品牌分析	56
一、背景	56
二、发展	57
三、优势	59
四、障碍	61
五、对策	63
第二节 零售商自有品牌建设条件	66
一、自有品牌考量	66
二、必要条件	67
第三节 零售商自有品牌战略分析	71
一、战略内涵	72
二、战略分析	72
三、战略对策	73
第四节 零售商自有品牌战略成本分析	76
一、基本特征	76
二、基础内容	77
三、战略成本	78
四、创建思路	79
第四章 百货商场业态分析	81
第一节 从新型零售业态发展看百货店创新	81
一、市场主体	81
二、特色经营	82
三、连锁化、规模化发展	83
四、业态改良和创新	84
第二节 我国百货商场的经营效益	85
第三节 百货商店业态的竞争战略	88
一、成长期竞争战略	88
二、成熟期竞争战略	90
三、衰退期的战略	91
第四节 中国百货商店的前景和对策	92
一、前景	92

## 二、对策 95

## 第五章 大型超市业态分析 98

### 第一节 大卖场模式特征及发展前景 98

#### 一、特征分析 98

#### 二、发展分析 99

#### 三、弱点分析 100

#### 四、面临的竞争 101

### 第二节 仓储式商场 103

#### 一、特征 103

#### 二、弱点 104

#### 三、在中国成功的条件 105

### 第三节 大型综合超市 105

#### 一、特点 106

#### 二、弱点 106

#### 三、前景 107

### 第四节 连锁超市赢利模式的转变分析 109

#### 一、赢利模式的基础 109

#### 二、赢利模式的弊端 111

#### 三、加强供应链管理转换超市赢利模式 112

### 第五节 我国超市发展趋势 114

## 第六章 专营店业态分析 118

### 第一节 特点/地位 118

### 第二节 发展趋势 119

### 第三节 存在的问题及对策 121

## 第七章 其他业态分析 123

### 第一节 便利店 123

#### 一、国外便利店的特点 123

#### 二、我国便利店的现状 126

#### 三、我国便利店的战略 127

第二节 购物中心	130
一、在中国的发展阶段	130
二、在中国的发展潜力	132
第三节 电子零售业	134
一、中国零售业电子商务的概述	135
二、中国零售业电子商务存在的问题	135
三、中国零售业电子商务发展的思路	137
第二部分 区域市场	138
第八章 重点区域市场分析	139
第一节 北京市零售业分析	139
一、发展特点	139
二、影响因素	140
三、发展趋势	141
四、竞争力分析	142
第二节 上海市零售业发展状况分析	146
一、环境分析	146
二、零售业分析	147
三、大卖场现状与趋势	151
第三节 广州市零售业发展状况分析	155
一、竞争环境	155
二、竞争能力	157
三、构建/战略	159
第四节 深圳市零售业发展状况分析	161
一、发展现状	161
二、存在问题	165
三、战略对策	168
第五节 武汉市零售业发展状况分析	172
第六节 农村地区零售业发展	173
一、农村市场开拓	173
二、农村市场前景	178

第三部分 市场竞争	181
第九章 中国零售百货业竞争格局分析	182
第一节 中外竞争分析	182
第二节 影响竞争格局的因素	187
第三节 国内连锁企业面临的竞争及突破方法	189
一、竞争态势	189
二、零售企业突破困境因素	190
第四节 提高我国零售企业竞争力的方法	193
第五节 国内零售业未来竞争的特点	196
一、“个性化”	196
二、二三线城市成重点	197
第六节 外资大型零售企业核心竞争力分析及启示	200
一、外资竞争力	200
二、对本土零售企业的启示	202
第十章 优势企业	204
第一节 上市商业零售企业分析	204
一、百联股份	204
二、大商股份	210
三、北京西单商场股份有限公司	221
四、广州友谊股份有限公司	227
五、重庆百货大楼股份有限公司	233
第二节 国内零售百货代表企业分析	240
一、苏宁电器	240
二、国美电器	246
三、苏果超市	248
四、物美集团	250
第三节 主要外资零售企业分析	254
一、沃尔玛	254
二、家乐福	256
三、麦德龙	258



## 第十一章 零售百货营销与盈利模式分析 260

### 第一节 营销思路 260

#### 一、营销现状及问题 260

#### 二、营销的内核探究 262

### 第二节 连锁零售企业面对国际化竞争的营销战略 264

#### 一、连锁经营战略 264

#### 二、工商协同战略 265

#### 三、企业品牌战略 265

#### 四、信息化建设战略 266

#### 五、物流体系优先战略 267

### 第三节 连锁超市赢利模式调研分析 269

#### 一、市场基础 269

#### 二、赢利模式的弊端 270

#### 三、加强供应链管理 271

## 下 卷

### 《2008年中国零售百货市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2007年零售百货行业环境、未来趋势、投资前景等进行了深度解构分析，让您对2008中国零售百货市场有更好的了解与把握，助您把握商机，占尽先机！详细内容请您阅读《2008年中国零售百货市场研究预测报告》(白金版)12章—17章……

## 第四部分 趋势与预测 274

### 第十二章 2008年我国零售业发展的趋势 275

#### 第一节 影响零售业的因素 275

##### 一、供给商品的性质构成 275

##### 二、零售单位的行业构成 277

##### 三、零售单位的经济类型构成 278

##### 四、零售商品售卖的对象构成 279

##### 五、零售商品需求的城乡构成 279

#### 第二节 2008年零售百货展望 280

##### 一、2008年消费持续景气 280

##### 二、消费升级支撑我国零售业的成长 289

三、内外动力驱动零售公司业绩持续增长 292

第三节 新兴零售模式 293

一、仓储俱乐部 293

二、网络零售 298

三、折扣店 300

第四节 我国零售业业态发展趋势 304

一、梯次化趋势 304

二、多元化趋势 305

三、均衡化趋势 306

四、组合化趋势 306

五、融合化趋势 306

第五节 我国中型商场的市场定位与发展趋势 307

一、标准界定 307

二、市场定位 308

三、发展趋势 309

第五部分 行业投资 311

第十三章 零售百货业投资前景及建议 312

第一节 中国零售百货行业经济效益分析 312

一、行业效益分析 312

二、行业增长分析 313

三、行业资本性分析 314

第二节 零售业投资前景分析 317

一、投资要点 317

二、2008年零售业投资策略 317

第三节 零售业跨区域扩张的资本风险 319

一、跨区域扩张分析 319

二、扩张的资本风险 320

三、降低资本风险的策略 323

第四节 中国零售业未来发展策略 326

一、选择业态的战略 326

二、发展方向的转移 326

三、零售方式的创新 326

四、盈利模式的转变 327

第十四章 零售行业特点及投资特性分析 328

第一节 零售业特点 328

一、基本业态 328

二、业态分类 328

第二节 零售业连锁投资特性分析 333

一、发展内涵及其价值观 333

二、发展的准入机会 335

第三节 中国零售业的投资发展规律 336

一、民营企业集中 337

二、新兴连锁零售业态集中 337

三、连锁家电卖场成长 338

第四节 民营投资零售百货业特性分析 339

一、高度保护的零售业拒绝认同度低的民营企业 339

二、行业进入壁垒 340

三、民营资本如何切入 340

第六部分 行业环境 342

第十五章 中国零售百货行业政策环境 343

第一节 2007-2008年中国零售百货行业环境分析 343

一、2007年居民消费价格分析 343

二、零售百货行业政策环境 351

第二节 政策变化分析 353

一、《零售商供应商公平交易管理办法》 353

二、《公平交易管理办法》 356

第三节 人民币升值对零售行业影响 357

第四节 外资零售业进入对我国产生的影响分析 358

一、正面影响 358

二、负面影响 359

第十六章 WTO与中国零售业	361
第一节 零售行业的开放政策	361
第二节 加入WTO对中国零售业的影响及对策	362
一、快速发展中的中国零售业	363
二、多元经营法制化	363
三、外资零售业带动内资零售业发展	365
四、零售业的对策谋划	366
第三节 WTO环境下国内零售企业的机会	372
一、搭起商业平台	372
二、竞争积累经验	373
三、扩展市场空间	373
第四节 外资进入对中国零售业的影响	374
一、正面影响	375
二、负面影响	376
第十七章 发达国家零售百货业的现状及趋势	381
第一节 国际零售业发展的特点及新理念	381
一、特点	381
二、新理念	383
第二节 美国零售百货业	386
一、2007年美国零售业分析	386
二、美国零售业格局的借鉴	389
第三节 日本零售百货业	394
一、2006年日本零售业回顾	394
二、2007年日本零售业分析	394
三、日本零售业发展的趋势	395
第四节 其他国家零售业分析	396
一、俄罗斯零售业	396
二、越南零售业	397
三、新西兰零售业	399
四、印度零售业	403
第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点	406

- 一、多样化 406
- 二、国际化、连锁化 407
- 三、集中化、规模化 408
- 四、主导化 408
- 五、商业网点转移 409
- 六、高技术化、现代化 410

## 图表目录

- 图表1-1 2007年1—10月全国社会消费品零售总额 2
- 图表1-2 2006年中国连锁经营100强分析 19
- 图表3-1 部分国家PB商品在百货类商店中的占有率 57
- 图表3-2 英国大零售商PB商品占总销售额比例 57
- 图表3-3 上海联华PB产品及其在上海市场分额 57
- 图表8-1 2006年北京零售业规模状况 143
- 图表8-2 2006年零售业营运能力状况 144
- 图表8-3 2006年零售业盈利能力状况 144
- 图表8-4 2006年零售业社会贡献状况 145
- 图表8-5 2006年零售业发展能力状况 146
- 图表8-6 2007年1-3月深圳全市实现社会消费品零售总额 165
- 图表8-7 2007年上半年武汉市社会消费品零售总额 172
- 图表9-1 中国零售业内外资企业对比 186
- 图表10-1 2007年百联股份经营业绩分析 206
- 图表10-2 2007年百联股份财务指标分析 206
- 图表10-3 2007年百联股份资产及负债分析 207
- 图表10-4 2007年百联股份现金流量分析 209
- 图表10-5 2007年百联股份利润及利润分配分析 210
- 图表10-6 2007年大商股份重要经营业绩分析 217
- 图表10-7 2007年大商股份财务指标分析 217
- 图表10-8 2007年大商股份资产及负债分析 218
- 图表10-9 2007年大商股份现金流量分析 219
- 图表10-10 2007年大商股份利润及利润分配分析 220
- 图表10-11 2007西单商场经营业绩分析 223

- 图表10-12 2007西单商场财务指标分析 223
- 图表10-13 2007西单商场资产及负债分析 224
- 图表10-14 2007西单商场现金流量分析 225
- 图表10-15 2007西单商场利润及利润分配分析 226
- 图表10-16 2007广州友谊百货经营业绩分析 228
- 图表10-17 2007广州友谊百货财务指标分析 229
- 图表10-18 2007广州友谊百货资产及负债分析 230
- 图表10-19 2007广州友谊百货现金流量分析 231
- 图表10-20 2007广州友谊百货利润及利润分配分析 232
- 图表10-21 2007重庆百货重要经营业绩分析 235
- 图表10-22 2007重庆百货财务指标分析 235
- 图表10-23 2007重庆百货资产及负债分析 236
- 图表10-24 2007重庆百货现金流量分析 238
- 图表10-25 2007重庆百货利润及利润分配分析 239
- 图表10-26 2007苏宁电器重要财务指标分析 242
- 图表10-27 2007苏宁电器资产及负债分析 242
- 图表10-28 2007苏宁电器现金流量分析 244
- 图表10-29 2007苏宁电器利润及利润分配分析 245
- 图表10-30 2007年前三季度国美电器实现收入金额 247
- 图表10-31 2007年第三季度国美电器实现销售金额 247
- 图表10-32 2007年前三季度苏果超市总销售规模 249
- 图表10-33 2007年第三季度物美集团收益总额 253
- 图表10-34 2007年第三季度物美集团净利润 254
- 图表10-35 2007年第三季度沃尔玛净利润 256
- 图表10-36 2007年第三季度沃尔玛销售收入 256
- 图表12-1 工农业总产值和进口消费品总额增减波动分析 275
- 图表12-2 各行业和各经济类型零售额增减波动分析 277
- 图表12-3 按销售对象和城乡划分的零售额增减波动分析 279
- 图表14-1 上海市九种零售业态基本条件一览表 330
- 图表15-1 2007年前三季度我国社会消费品零售总额 343
- 图表15-2 2007年前三季度我国城市社会消费品零售总额 343
- 图表15-3 2007年前三季度我国县及县以下社会消费品零售总额 343

图表15-4 2007年1月居民消费价格分类指数	344
图表15-5 2007年2月居民消费价格分类指数	345
图表15-6 2007年3月居民消费价格分类指数	345
图表15-7 2007年4月居民消费价格分类指数	346
图表15-8 2007年5月居民消费价格分类指数	346
图表15-9 2007年6月居民消费价格分类指数	347
图表15-10 2007年7月居民消费价格分类指数	348
图表15-11 2007年8月居民消费价格分类指数	348
图表15-12 2007年9月居民消费价格分类指数	349
图表15-13 2007年10月居民消费价格分类指数	349
图表15-14 2007年11月居民消费价格分类指数	350
图表17-1 美国零售业代表公司的具体财务指标	389
图表17-2 2007年8月日本全国超市销售额	394

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46214.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。