



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国零售百货市场调查报 告

## 一、调研说明

《2007年中国零售百货市场调查报告》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/46252.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

### 【 目录 】

#### 第一章 2005-2006年我国零售百货业发展环境分析 11

##### 第一节 2005-2006年我国宏观经济环境分析 11

###### 一、2005年整体运行状况分析 11

###### 二、2006年经济运行状况分析 15

##### 第二节 2005-2006年我国零售百货业发展政策环境分析 17

###### 一、新《零售业态分类》国家标准正式实施 17

###### 二、《直销管理条例》出台 18

##### 第三节 人民币加息对零售百货行业影响分析 19

##### 第四节 国外资本对中国零售百货业的冲击 20

###### 一、外资零售企业纷纷入主中国零售市场，抢占先机 20

###### 二、外资进入我国零售业动机所在 20

###### 三、外资进入我国零售业战略规划 21

#### 第二章 世界零售百货业的发展分析 23

##### 第一节 世界零售百货业的发展现状分析 23

###### 一、美国零售业分析 23

###### 二、日本零售业分析 26

###### 三、欧洲零售业分析 31

##### 第二节 世界零售百货业的发展变化与趋势 33

###### 一、百货公司尝试变革以加固市场地位 33

###### 二、零售企业的规模进一步两极分化 34

###### 三、零售业正快速向网络化经营迈进 35

#### 第三章 我国零售百货业投资特性及主要业态发展状况 36

## 第一节 我国零售业的产业特点及投资特性分析 36

### 一、零售业的产业特点 36

### 二、零售业的投资特性分析 37

## 第二节 我国主要零售业态发展状况分析 38

### 一、百货商场发展状况分析 38

### 二、大型超市发展状况分析 40

### 三、便利店发展状况分析 42

### 四、专业店发展状况分析 48

## 第四章 我国零售业与WTO 49

### 第一节 入世后我国关于零售行业的开放政策 49

### 第二节 入世给国内零售百货的机遇和挑战 51

#### 一、入世对国内零售业的机遇 51

#### 二、入世对我国零售业的挑战 52

### 第三节 入世三年来零售业发展分析 54

### 第四节 外资零售企业进入的策略分析 56

#### 一、以占领市场为首要目标 56

#### 二、进入方式多样化 58

#### 三、在中国建立采购中心 59

### 第五节 WTO环境下国内零售企业的机会 61

#### 一、商业发展的平台已经搭起 61

#### 二、与外资企业竞争已积累了经验 62

#### 三、扩展市场尚有很大空间 63

#### 四、国内企业在竞争中的对策 64

## 第五章 零售百货业的发展趋势分析 68

### 第一节 零售业业态构成发展趋势 68

#### 一、超市成为零售百货业的主要业态 68

#### 二、多业态经营 70

#### 三、购物中心逐渐兴起 72

#### 四、折扣店成为具有良好前景的新态 74

### 第二节 零售业经营形式发展趋势 76

一、连锁经营 76

二、跨地区经营 78

第三节 零售业与物流系统 79

一、物流系统的含义 79

二、物流系统与零售业 80

三、建立零售业的物流战略 80

四、借鉴：日本零售业物流发展 81

第四节 零售业与电子商务 83

一、电子商务的含义及发展 83

二、BTOC电子商务对传统零售业的影响 84

三、电子商务与传统零售业的结合 86

第六章 2005-2006年我国零售百货行业运行分析 89

第一节 总体运行状况分析 89

第二节 2005-2006年中我国零售百货行业特点分析 91

一、总体外资效益好于内资 91

二、零售传统业态去年整体下滑 92

三、连锁经营高歌猛进 92

四、新兴业态蓬勃发展 93

五、规范发展成为主导 95

第七章 2005-2006年重点城市零售业发展状况分析 97

第一节 2005-2006年北京市零售业发展状况分析 97

一、北京零售业的投资环境分析 97

二、北京市零售业发展状况分析 99

三、北京零售业存在的问题分析 100

第二节 2005-2006年上海市零售业发展状况分析 101

一、上海市零售业的外部环境分析 101

二、上海市零售业发展状况分析 102

三、上海零售业发展动态分析 105

第三节 2005-2006年广州市零售业发展状况分析 108

一、广州零售业发展状况分析 108

二、广州零售业发展存在的问题 113

三、广州零售业的变革 114

第四节 2005-2006年深圳市零售业发展状况分析 118

一、深圳零售业发展面临的经济环境 118

二、深圳零售业发展现状 121

三、入世后深圳零售业发展变化 122

四、深圳零售业发展存在的问题 124

五、深圳零售业进一步发展的出路 127

第五节 2005-2006年重庆市零售业发展状况分析 130

一、重庆市零售业投资环境分析 130

二、重庆市零售业发展水平 130

三、重庆零售市场动向 132

第六节 2005-2006年武汉市零售业发展状况分析 133

一、武汉市零售业外部发展环境分析 133

二、武汉零售业的发展状况 136

三、武汉零售业发展规划与动态 138

第八章 2005-2006年我国消费者分析及消费品市场分析 141

第一节 2005-2006年我国零售业宏观经济环境变化和消费者分析 141

一、消费空间迅速增长 141

二、居民家庭可支配收入和恩格尔系数 147

三、2006年居民消费价格指数变化趋势 150

四、消费结构变化和消费者分析 150

第二节 2005—2006年中国消费品市场分析与预测 151

一、中国消费品市场需求状况分析 151

二、中国消费品市场供给状况分析 153

三、中国消费品市场价格走势分析 154

四、制约消费需求的因素分析 156

第九章 零售百货业营销与赢利模式分析 160

第一节 零售业的营销分析 160

一、EDLP策略的利与弊 160

二、零售企业的品牌定位与建设 163

三、顾客营销与商业营销 172

第二节 零售业赢利模式分析 178

一、零售企业赢利构成状况 178

二、通路利润的利用与控制 179

三、商业资本利用与PB商品的开发 186

第十章 2005-2006年我国零售百货业市场竞争格局分析 190

第一节 零售市场的资本构成分析 190

一、零售市场的资本来源 190

二、零售市场不同资本的比较 191

第二节 零售市场竞争格局 193

一、不同资本市场占有分析 193

二、我国零售业的业态构成 194

三、我国零售行业的地区分布 196

第三节 2006年竞争新格局 196

一、内资注重圈地，外资追求规模 196

二、全面开放后的中外零售企业的对决 197

三、资本魅力彰显，推动行业前行 198

第四节 零售市场格局发展预测 199

一、影响竞争格局的因素 199

二、重建零售市场竞争格局 199

第十一章 2005-2006年国内主要上市商业零售企业分析 205

第一节 2006年上市公司整体状况分析 205

一、整体成长性良好，盈利水平回升 205

二、良好的业绩在资本市场得到充分体现 207

三、并购整合的主旋律将依旧延续 210

四、费用控制至为关键 213

第二节 主要上市商业零售企业分析 214

一、百联股份 214

二、大商股份 216

三、北京西单商场股份有限公司 217

四、广州友谊股份有限公司 218

五、重庆百货大楼股份有限公司 221

## 第十二章 零售百货业内代表企业分析 224

### 第一节 国内零售百货代表企业分析 224

一、华联控股 224

二、农工商超市 230

三、江苏苏果超市 232

四、物美集团 234

五、其他代表 237

### 第二节 主要外资零售企业分析 240

一、沃尔玛 240

二、家乐福 246

三、麦德龙 248

四、其他主要外资零售企业 254

## 第十三章 我国零售百货企业发展的策略分析 257

### 第一节 中国超市企业发展策略 257

一、突出主力商品，努力提高生鲜食品经营能力 257

二、实施品牌化管理，提升畅销产品的开发能力 257

三、综合运用各种促销手段，提高超市企业的整合营销能力 258

四、加强信息管理，提高企业成本控制 258

### 第二节 传统百货商场发展战略 259

### 第三节 便利店发展战略分析 261

一、连锁整合，形成规模优势 261

二、科技导入，提高连锁店管理效率 261

三、拾遗补缺，创建特色营 262

### 第四节 购物中心发展战略的转变 263

一、从注重体量和规模向注重经营效率转变 263

二、购物中心作为商业产品的定性趋于形成 263

三、商业组合面临重大的调整和转变 264

### 第五节 连锁经营发展对策分析 264

- 一、实现规模经营，提高组织化程度 264
- 二、完善连锁企业内部管理机制，实现管理规范化 265
- 三、加快配送中心建设 265
- 四、选准市场定位，创出经营特色 265
- 五、加强连锁商业的行业管理，保持合理结构，避免资源浪费 266
- 六、扩大对外开放，进行试办中外合资合作连锁商店的探索 266
- 第六节 中国零售企业“走出去”战略分析 266
  - 一、零售商业企业“走出去”战略内涵 266
  - 二、零售商业企业“走出去”的紧迫性 267
  - 三、零售商业企业“走出去”的可能性分析 269
  - 四、零售企业“走出去”战略选择 270

附录 273

附录一 2006年中国百家连锁企业基本情况 273

附录二 2006年零售企业销售总额、零售总额统计表 275

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46252.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。