



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国零售百货市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国零售百货市场市场分析及发展趋势研究报告》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/46312.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

2004年零售百强企业实现销售收入5517亿元，较上年增长33.2%。它们合计零售额占社会消费品零售总额的比重升至9.2%，较上年增长1.4%。大型百货业态效益好转“2004年中国零售企业前100家销售统计表”中显示，零售业百强中以百货店为主要经营业态的企业销售额回升明显。2004年，受收购重组、品牌经营、促销力度加大等因素的影响，以百货店为主的零售企业销售规模快速增长，入围零售业百强的该类企业数量回升到59家，销售额合计

为2785.7亿元，占零售业百强销售总额的比重为50.7%，比2003年上升35.6个百分点。城镇居民消费支出远高于农村，且人口从农村向城市转移的过程，也是消费潜力逐步释放的过程，以住宅、汽车等引领的城市消费存在巨大的增长空间，城市消费主导地位也由此将进一步提高。2000—2004年城市消费年均增长达到12%，我们预计2010年城市消费将达到6.5万亿元

，按照78%的城市消费比重，测算出全社会消费品零售总额将达到8.3万亿元，即2004—2010年消费品零售总额将年均增长约9%。2005年在城市化加速推进、消费结构升级和零售业全

球化等因素的推动下，国内消费需求将延续今年快速增长的势头，预计2005年消费品零售额继续保持两位数的增长。本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、国

民经济景气监测中心、中华全国商业信息中心，全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国零售百货市场的供给与需求状况、竞争格局等进行了分析，并对国际零售百货市场、国际零售百货企业经验及加入WTO后中国零售百货市场变化等方面进行了深入探讨。是零售百货经营企业以及相关企业

和单位、计划投资于零售百货的企业和个人等准确了解目前中国零售百货市场发展动态，把握零售百货行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品！

产业篇 第一章 2004-2005年我国零售百货业发展环境分析 第一节 2004-2005年我国宏观经济环境分析 一、2004年整体运行状况分析 二、2005年上半年经济运行状况分析 第二节 2004-2005年我国零售百货业发展政策环境分析 一、新《零售业分类》国家标准正式实施 二、直销法即将实施 第三节 人民币加息对零售百货行业影响分析 第四节 国外资本对中国零售百货业的冲击 第二章 世界零售百货业的发展分析 第一节 世界零售百货业的发展现状分析 一、美国零售业分析 二、日本零售业分析 三、欧洲零售业分析 第二节 世界零售百货业的发展变化与趋势 一、百货公司尝试变革以巩固市场地位 二、零售企业的规模进一步两极分化 三、零售业正快速向网络化经营迈进 第三章 我国零售百货业投资特性及主要业态发展状况 第一节 我国零售业的产业特点及投资特性分析 一、零售业的产业特点 二、零售业的投资特性分析 第二节 我国主要零售业态发展状况分析 一、百货商场发展状况分析 二、大型超市发展状况分析 三、便利店发展状况分析 四、专业店发展状况分析 第四章 我国零售业与WTO 第一节 入世后我国关于零售行业的开放政

策 第二节 入世给国内零售百货的机遇和挑战 一、入世对国内零售业的机遇 二、入世对我国零售业的挑战 第三节 入世三年来零售业发展分析 第四节 外资零售企业进入的策略分析 一、以占领市场为首要目标 二、进入方式多样化 三、在中国建立采购中心 第五节 WTO环境下国内零售企业的机会 一、商业发展的平台已经搭起 二、与外资企业竞争已积累了经验 三、扩展市场尚有很大空间 四、国内企业在竞争中的对策 第五章 零售百货业的发展趋势分析 第一节 零售业业态构成发展趋势 一、超市成为零售百货业的主要业态 二、多业态经营 三、购物中心逐渐兴起 四、折扣店成为具有良好前景的新业态 第二节 零售业经营形式发展趋势 一、连锁经营 二、跨地区经营 第三节 零售业与物流系统 一、物流系统的含义 二、物流系统与零售业 三、建立零售业的物流战略 四、借鉴：日本零售业物流发展 第四节 零售业与电子商务 一、电子商务的含义及发展 二、BTOC电子商务对传统零售业的影响 三、电子商务与传统零售业的结合 市场篇 第六章 2004-2005年我国零售百货行业运行分析 第一节 总体运行状况分析 第二节 2004-2005年中我国零售百货行业特点分析 一、总体外资效益好于内资 二、零售传统业态去年整体下滑 三、连锁经营高歌猛进 四、新兴业态蓬勃发展 五、规范发展成为主导 第七章 2004-2005年重点城市零售业发展状况分析 第一节 2004-2005年北京市零售业发展状况分析 一、北京零售业的投资环境分析 二、北京市零售业发展状况分析 三、北京零售业存在的问题分析（一）市场集中度低（二）管理手段落后（三）缺乏核心竞争力 第二节 2004-2005年上海市零售业发展状况分析 一、上海市零售业的外部环境分析 二、上海市零售业发展状况分析（一）上海零售业发展水平（二）上海零售业发展的特点 三、上海零售业发展动态分析 第三节 2004-2005年广州市零售业发展状况分析 一、广州零售业发展状况分析（一）广州市的经济环境分析（二）广州零售市场运行特点 二、广州零售业发展存在的问题 三、广州零售业的变革 第四节 2004-2005年深圳市零售业发展状况分析 一、深圳零售业发展面临的经济环境 二、深圳零售业发展现状 三、入世后深圳零售业发展变化 四、深圳零售业发展存在的问题 五、深圳零售业进一步发展的出路 第五节 2004-2005年重庆市零售业发展状况分析 一、重庆市零售业投资环境分析 二、重庆市零售业发展水平 三、重庆零售市场动向 第六节 2004-2005年武汉市零售业发展状况分析 一、武汉市零售业外部发展环境分析 二、武汉零售业的发展状况 三、武汉零售业发展规划与动态 第八章 2004-2005年我国消费者分析及消费品市场分析 第一节 2004-2005年我国零售业宏观经济环境变化和消费者分析 一、消费空间迅速增长（一）1994年-2005年国内生产总值变化情况（二）2004年消费回到两位数增长（三）城市消费为主导的国内消费将稳步趋升 二、居民家庭可支配收入和恩格尔系数 三、2004年居民消费价格指数变化趋势 四、消费结构变化和消费者分析 第二节 2004—2005年中国消费品市场分析与预测 一、中国消费品市场需求状况分析 二、中国消费品市场供给状况分析 三、中国消费品市场价格走势分析 四、制约消费需求的因素分析 第九章 零售百货业营销与赢利模式分析 第一节 零

售业的营销分析 一、EDLP策略的利与弊 二、零售企业的品牌定位与建设 三、顾客营销与商业营销 第二节 零售业赢利模式分析 一、零售企业赢利构成状况 二、通路利润的利用与控制 三、商业资本利用与PB商品的开发 竞争篇 第十章 2004-2005年我国零售百货业市场竞争格局分析 第一节 零售市场的资本构成分析 一、零售市场的资本来源 二、零售市场不同资本的比较 第二节 零售市场竞争格局 一、不同资本市场占有分析 二、我国零售业的业态构成 三、我国零售行业的地区分布 第三节 2004年竞争新格局 一、内资注重圈地，外资追求规模 二、全面开放后的中外零售企业的对决 三、资本魅力彰显，推动行业前行 第四节 零售市场格局发展预测 一、影响竞争格局的因素 二、重建零售市场竞争格局 第十一章 2004-2005年国内主要上市商业零售企业分析 第一节 2004年上市公司整体状况分析 一、整体成长性良好，盈利水平回升（一）主营业务收入和利润同步快速增长（二）盈利水平止住下滑，每股收益大幅提升 二、良好的业绩在资本市场得到充分体现 三、并购整合的主旋律将依旧延续（一）区域重组愈演愈烈（二）外资并购悄然走近 四、费用控制至为关键 第二节 主要上市商业零售企业分析 一、百联股份 二、大商股份 三、北京西单商场股份有限公司 四、广州友谊股份有限公司 五、重庆百货大楼股份有限公司 第十二章 零售百货业内代表企业分析 第一节 国内零售百货代表企业分析 一、华联控股 二、农工商超市 三、江苏苏果超市 四、物美集团 五、其他代表 第二节 主要外资零售企业分析 一、沃尔玛 二、家乐福 三、麦德龙 四、其他主要外资零售企业 第十三章 我国零售百货企业发展的策略分析 第一节 大型超市发展战略分析 一、良好的网点规划 二、提高企业竞争力 三、大力进行营销模式创新 四、实施差异化经营与供应链整合 第二节 传统百货商场发展战略 第三节 便利店发展战略分析 一、便利店的店铺设立 二、大力推行特许经营便利店 三、提高信息系统效率 第四节 专业店发展战略分析 一、战略定位要独特 二、打造企业品牌 第五节 连锁经营发展对策分析 第六节 中国零售企业“走出去”战略分析 一、零售商业企业“走出去”战略内涵 二、零售商业企业“走出去”的紧迫性 三、零售商业企业“走出去”的可能性分析 四、零售企业“走出去”战略选择 附录 附录一 2004年中国百家连锁企业基本情况 附录二 2004年零售企业销售总额、零售总额统计表 部分图表目录 图表 2005年1-6月宏观经济指标统计 图表 2005年1-6月宏观经济指标统计 图表 2005年1-6月我国国内生产总值走势图 图表 2005年1-6月我国城镇居民人均可支配收入走势图 图表 2005年1-6月我国农村居民人均现金收入走势图 图表 2005年1-6月我国社会消费品零售总额走势图 图表 2005年1-6月我国社会消费品零售总额增速变化图 图表 2005年1-6月我国市社会消费品零售总额走势图 图表 2005年1-6月我国市社会消费品零售总额增速变化图 图表 2005年1-6月我国县及县以下社会消费品零售总额走势图 图表 2005年1-6月我国县及县以下社会消费品零售总额增速变化图 图表 2005年1-6月全国居民消费价格指数统计表 图表 2005年1-6月全国居民消费价格指数趋势图 图表 2005年1-6月我国36个大中城市居民消费价格指数统计表 图表 2005

年1-6月我国36个大中城市居民消费价格指数趋势图 图表 2005年1-6月全国商品零售价格指数统计表 图表 2005年1-6月全国商品零售价格指数趋势图 图表 2005年1-6月我国消费者预期指数统计表 图表 2005年1-6月我国消费者预期指数趋势图 图表 2005年1-6月我国消费者满意指数统计表 图表 2005年1-6月我国消费者满意指数趋势图 图表 2005年1-6月我国消费者信心指数统计表 图表 2005年1-6月我国消费者信心指数趋势图 图表 1991-2004年我国国内生产总值变化图 图表 1991-2004年全国城镇居民家庭人均收入图 图表 1995-2004年我国农民纯收入增长图 图表 1992-2004年我国城乡恩格尔系数变化表 图表 1986-2004年居民消费价格指数变化图 图表 2004年居民消费价格指数（以上年为100） 图表 1991-2004年城乡消费品零售总额对比柱状图 图表 1995-2004年社会消费品零售总额增长曲线图 图表 1995-2004年城乡社会消费品零售总额增长比率对比图 图表 1992-2004我国GDP增长率变化 图表 1992-2004年我国人口的城乡结构变化 图表 1991-2004年我国居民储蓄情况 图表 2000年-2004年我国连锁百强企业发展指标一览 图表 部分国家零售业的PB商品在百货类的占有率 图表 1999年-2004年北京市GDP增长变化图 图表 1999年-2004年北京社会消费品零售总额增长 图表 1999年—2004年北京居民收入、支出及人口变化 图表 1999年-2004年上海市GDP增长变化图 图表 1999年-2004年上海社会消费品零售总额增长 图表 1999年-2004年上海城镇居民可支配收入增长 图表 2004年上海零售额超亿元百货商店（单体）排名 图表 1998年-2004年广州市GDP增长图 图表 1998年-2004年广州市社会消费品零售总额增长 图表 1998年-2004年广州市城镇居民可支配收入增长 图表 1998年-2004年深圳市GDP增长变化图 图表 1998年-2004年深圳市社会消费品零售总额增长 图表 1998年-2004年深圳市城镇居民可支配收入增长 图表 2000年-2004年广东省部分主要零售商销售情况 图表 1998年-2004年重庆市GDP增长变化图 图表 1998年-2004年重庆市社会消费品零售总额增长 图表 1998年-2004年重庆市城镇居民可支配收入增长 图表 1998年-2004年武汉市GDP增长变化图 图表 1998年-2004年武汉市社会消费品零售总额增长 图表 1997年-2004年武汉市城镇居民可支配收入增长 图表 2002-2004年各月社会消费品零售总额及增长情况表 图表 2004年社会消费品零售总额走势图 图表 2004年商业零售业上市公司基本财务状况 图表 2000-2004年西单商场基本财务指标变化图 图表 2000-2004年北京西单商场股份有限公司主要业绩指标 图表 2000-2004年广州友谊的主要经营指标 图表 2000-2004年广州友谊财务指标变动图 图表 2000-2004年重庆百货大楼股份有限公司主要财务指标 图表 2000-2004年北京华联综超主要经营指标 图表 1997-2004年联华超市销售增长图 图表 1997-2004年联华超市利润增长图 图表 1997-2004年联华超市门店增长图 图表 进入我国市场的主要外资零售企业基本情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46312.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。