



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年零售市场深度调研报告

## 一、调研说明

《2007年零售市场深度调研报告》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/70284.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 content

#### 第一部分 2007年零售百货市场环境综述

##### 第一章 2007年中国宏观经济环境 1

###### 一、2005年经济运行情况分析 1

###### 二、2005年经济运行四大问题 4

###### 三、2006年经济运行预测 7

###### 四、2006年人民币汇率波动对经济的影响 13

##### 第二章 中国零售百货行业政策环境 15

###### 第一节 2005-2006年中国零售百货行业环境分析 15

###### 一、零售百货行业市场环境 15

###### 二、零售百货行业政策环境 18

###### 第二节 最新政策变化影响分析 19

###### 一、《零售商促销行为管理办法》 19

###### 二、《公平交易管理办法》 20

###### 第三节 人民币加息对零售百货行业影响分析 22

###### 第四节 国外资本对中国零售百货市场影响 25

###### 一、对零售市场格局的影响 25

###### 二、对经营管理方式的影响 25

###### 三、对供应商关系的影响 26

###### 四、对宏观政策的影响 26

###### 五、其他方面 27

###### 六、外资发展的趋势及建议 27

##### 第三章 我国零售业与WTO 29

###### 第一节 入世后我国关于零售行业的开放政策 29

###### 第二节 入世给国内零售百货的挑战和对策 30

###### 一、外商对我国零售业的挑战 30

###### 二、我国零售业的发展对策 32

###### 第三节 入世后我国零售业发展分析 36

###### 第四节 外资零售企业进入中国全程分析 37

###### 一、进入速度和规模 37

|                      |    |
|----------------------|----|
| 二、经营效益               | 37 |
| 三、业态形式               | 37 |
| 四、区域分布               | 38 |
| 五、进入方式               | 38 |
| 六、外资零售业扩张趋势预测        | 39 |
| 七、国内零售业开放风险          | 40 |
| 第五节 WTO环境下国内零售企业的机会  | 41 |
| 一、商业发展的平台已经搭起        | 41 |
| 二、与外资企业竞争已积累了经验      | 42 |
| 三、扩展市场尚有很大空间         | 42 |
| 第二部分 2007年零售百货行业运行分析 |    |
| 第四章 国外零售百货业的发展现状及趋势  | 44 |
| 第一节 美国零售百货业现状        | 44 |
| 一、美国零售业整体发展现状        | 44 |
| 二、典型百货企业分析           | 44 |
| 三、2006年美国零售业的发展状况    | 46 |
| 第二节 日本零售百货业发展        | 48 |
| 一、日本零售业整体现状          | 48 |
| 二、主要零售业态发展现状         | 50 |
| 三、日本零售业的发展趋势         | 54 |
| 第三节 巴基斯坦零售百货业发展      | 55 |
| 一、零售业的总体情况和特点        | 55 |
| 二、零售业的发展趋势           | 56 |
| 三、零售业的政策执行情况         | 57 |
| 四、巴零售业目前存在的问题        | 57 |
| 第四节 发达国家零售商业的发展趋势及特点 | 58 |
| 一、零售业态的多样化           | 58 |
| 二、经营国际化、连锁化          | 59 |
| 三、组织结构集中化、规模化        | 59 |
| 四、流通功能的主导化           | 60 |
| 五、城市商业网点布局的转移        | 60 |
| 六、商业经营管理的高技术化、现代化    | 61 |

## 第五章 国内零售百货产业运行现状与预测 63

### 第一节 中国零售百货行业发展环境及现状 63

#### 一、中国零售百货行业的发展环境 63

#### 二、零售百货业竞争环境 64

#### 三、2005年中国零售百货行业的发展特点 66

#### 四、存在的问题分析 67

#### 五、2006年发展状况及建议 68

### 第二节 百货行业的发展变化趋势和特点 70

#### 一、近年来百货业的发展变化和趋势 70

#### 二、“特色化、主题化、品牌化”是百货店竞争的显著特点 71

#### 三、“连锁化、产业化、集约化”是百货店改造的主要内容 73

#### 四、“品牌化、信用化、知识化”是百货店发展的主要内容 74

### 第三节 2006年中国零售百货行业发展问题 76

#### 一、规模增长与效益增长脱节 76

#### 二、定位趋同现象仍较普遍 76

#### 三、促销方式有待规范创新 76

#### 四、人才短缺矛盾依然突出 77

### 第四节 2001-2005年中国零售业连锁发展情况 78

#### 一、五年“连锁百强”中国连锁运行分析 78

#### 二、2005年连锁百强企业基本情况及特点 80

#### 三、2005年度特许连锁发展总体状况 81

### 第五节 现代零售业的重要发展趋势 83

## 第六章 零售行业产业特点及投资特性分析 86

### 第一节 零售业的基本业态界定 86

#### 一、零售业的基本业态 86

#### 二、各零售业态的不同之处 86

### 第二节 中国零售业的投资发展规律 87

#### 一、零售份额向民营企业集中 88

#### 二、百货向新兴连锁零售业态集中 88

#### 三、连锁家电卖场成长性最高 88

### 第三节 民营投资零售百货业特性分析 90

#### 一、高度保护的零售业拒绝认同度低的民营企业 90

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 二、行业进入壁垒                 | 90  |
| 三、民营资本如何切入               | 91  |
| 第七章 我国零售百货业融资状况          | 92  |
| 第一节 2006年百货业经营状况         | 92  |
| 一、行业持续稳步增长               | 92  |
| 二、主营增速显著下滑               | 92  |
| 三、百货业在创新中发展              | 92  |
| 四、坚持关注品牌企业               | 93  |
| 第二节 零售业上市公司发展动向          | 93  |
| 一、2005年中期财务和营业状况         | 93  |
| 二、零售类上市公司的财务和营业状况        | 96  |
| 第三部分 2007年零售百货细分产业及其市场研究 |     |
| 第八章 百货商场业态分析             | 97  |
| 第一节 我国百货商场的兴衰变化及原因分析     | 97  |
| 一、大型百货店发展中的问题            | 97  |
| 二、百货店骤然兴衰的原因             | 98  |
| 第二节 我国百货商场的经营效益分析        | 101 |
| 第三节 百货商店业态发展不同阶段的竞争战略    | 104 |
| 一、百货商场成长期竞争战略            | 104 |
| 二、百货商场成熟期竞争战略            | 105 |
| 三、百货商场进入衰退期应采取的战略        | 106 |
| 第四节 中国百货商店的前景和对策         | 107 |
| 一、中国百货商店尚未进入衰退期，而只是处于成熟期 | 107 |
| 二、中国百货业面临的困境和弊端          | 108 |
| 三、中国百货商店发展的应对措施          | 110 |
| 第九章 大型超市业态分析             | 112 |
| 第一节 大卖场模式特征及在中国的发展前景     | 112 |
| 一、大卖场的特征                 | 112 |
| 二、大卖场在中国迅速发展原因分析         | 113 |
| 三、大卖场的主要弱点分析             | 113 |
| 四、大卖场所遇到的其他业态发展的竞争       | 114 |
| 第二节 仓储式商场                | 116 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 一、仓储式商场的特征               | 116 |
| 二、仓储式商场的弱点               | 117 |
| 三、仓储式商场在中国成功的条件          | 117 |
| 第三节 大型综合超市               | 118 |
| 一、大型综合超市的特点              | 118 |
| 二、大型综合超市的弱点              | 118 |
| 三、大型综合超市前景广阔——万佳模式的推广    | 119 |
| 第十章 专营店业态分析              | 121 |
| 一、专营店的特点及其在零售业中的地位       | 121 |
| 二、我国专营店发展趋势              | 121 |
| 三、我国专营店在发展中存在的问题及对策      | 123 |
| 第十一章 其他业态分析              | 125 |
| 第一节 便利店                  | 125 |
| 一、国外便利店的经营特点             | 125 |
| 二、我国便利店发展现状              | 127 |
| 三、我国便利店的发展策略             | 127 |
| 第二节 购物中心 (SHOPPING MALL) | 129 |
| 一、Shopping Mall在中国的发展阶段  | 130 |
| 二、Shopping Mall在中国的发展潜力  | 131 |
| 第三节 电子零售业                | 133 |
| 一、我国电子商务的发展简要回顾          | 133 |
| 二、我国电子商务发展现状             | 135 |
| 三、行业电子商务发展分析             | 136 |
| 第四部分 区域市场分析              |     |
| 第十二章 重点区域市场分析            | 139 |
| 第一节 北京市零售业分析             | 139 |
| 一、北京连锁超市、便利店的发展背景        | 139 |
| 二、连锁超市、便利店发展现状           | 139 |
| 三、连锁超市、便利店发展中的亮点         | 141 |
| 四、主要问题及对策建议              | 142 |
| 第二节 上海市零售业发展状况分析         | 144 |
| 一、上海市零售业的外部环境分析          | 144 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 二、上海市零售业发展状况分析         | 145 |
| 三、上海大卖场业态的现状与发展趋势      | 148 |
| 第三节 广州市零售业发展状况分析       | 151 |
| 一、广州零售业的整体竞争环境         | 151 |
| 二、广州零售业核心竞争力状况分析       | 152 |
| 三、广州零售业核心竞争力的构建及战略应对   | 154 |
| 第四节 深圳市零售业发展状况分析       | 156 |
| 一、深圳零售业发展的现状           | 156 |
| 二、深圳本土零售业发展中存在的问题      | 158 |
| 三、深圳本土零售业的对策           | 163 |
| 第五节 武汉市零售业发展状况分析       | 169 |
| 一、内外资零售业现状比较           | 169 |
| 二、内外资零售业发展速度比较         | 169 |
| 三、内外资零售企业偿债能力比较        | 170 |
| 四、内外资零售企业的获利能力比较       | 170 |
| 五、内外资零售企业的社会贡献率比较      | 170 |
| 六、内外资零售企业重点调查比较        | 171 |
| 第五部分 2007年零售百货行业竞争实况解析 |     |
| 第十三章 中国零售百货业竞争格局分析     | 172 |
| 第一节 中外零售企业竞争分析         | 172 |
| 第二节 我国零售市场业态与规模竞争格局分析  | 176 |
| 一、零售业态的竞争格局现状          | 176 |
| 二、零售企业规模格局             | 178 |
| 三、我国零售市场业态与规模格局的政策选择   | 178 |
| 第三节 当前国内连锁企业面临的竞争及突破方法 | 180 |
| 一、当前国内连锁商业企业面临的竞争态势分析  | 180 |
| 二、零售企业突破困境的关键因素抉择      | 181 |
| 第四节 提高我国零售企业竞争力的方法     | 183 |
| 一、国内外零售企业的差距           | 183 |
| 二、国本土零售企业应对挑战的基本思路     | 184 |
| 第十四章 优势企业分析            | 187 |
| 第一节 主要上市商业零售企业分析       | 187 |



|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 一、百联股份                  | 187 |
| 二、大商股份                  | 189 |
| 三、北京西单商场股份有限公司          | 194 |
| 四、广州友谊股份有限公司            | 197 |
| 五、重庆百货大楼股份有限公司          | 199 |
| 第二节 国内零售百货代表企业分析        | 202 |
| 一、苏宁电器                  | 202 |
| 二、国美电器                  | 204 |
| 三、苏果超市                  | 205 |
| 四、物美集团                  | 206 |
| 第三节 主要外资零售企业分析          | 209 |
| 一、沃尔玛                   | 209 |
| 二、家乐福                   | 209 |
| 三、麦德龙                   | 210 |
| 第六部分 中国零售百货营销与盈利模式分析    |     |
| 第十五章 零售百货营销与盈利模式分析..... | 212 |
| 第一节 百货持续竞争的营销思路分析       | 212 |
| 一、百货营销的现状及其问题           | 212 |
| 二、百货营销的内核探究             | 213 |
| 第二节 连锁零售企业面对国际化竞争的营销战略  | 216 |
| 一、重视标准化连锁经营的营销战略        | 216 |
| 二、重视建立工商协同战略联盟的营销战略     | 216 |
| 三、重视苦练内功打造企业品牌的营销战略     | 217 |
| 四、重视全面信息化建设的营销战略        | 217 |
| 五、重视物流体系建设优先的营销战略       | 218 |
| 第三节 连锁超市赢利模式调研分析        | 219 |
| 一、超市通道费用赢利模式存在的市场基础     | 219 |
| 二、通道费用赢利模式的弊端           | 221 |
| 三、加强供应链管理转换超市赢利模式       | 221 |
| 第四节 零售百货赢利模式——PB产品开发    | 224 |
| 一、零售企业PB产品的含义           | 224 |
| 二、PB产品在中外零售企业的发展        | 224 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 三、我国零售企业PB产品发展的行业背景    | 226 |
| 四、我国零售企业发展PB产品的优势分析    | 227 |
| 五、我国零售企业PB产品的发展策略      | 228 |
| 第七部分 零售百货业发展趋势与投资前景    |     |
| 第十六章 我国零售业发展的趋势 .....  | 232 |
| 第一节 我国零售业发展的整体趋势       | 232 |
| 一、我国商业零售业的发展趋势         | 232 |
| 二、我国商业零售业未来发展中存在的问题    | 236 |
| 三、我国商业零售业未来发展的对策       | 236 |
| 第二节 新兴零售模式             | 239 |
| 一、仓储俱乐部                | 239 |
| 二、网络零售                 | 243 |
| 三、折扣店                  | 245 |
| 第三节 零售业经营形式发展趋势        | 248 |
| 第十七章 零售百货业投资前景及建议..... | 251 |
| 第一节 零售业行业经济效益和资本性分析    | 251 |
| 一、行业经济效益分析             | 251 |
| 二、行业增长现状分析             | 252 |
| 三、行业资本性分析              | 254 |
| 第二节 投资建议               | 256 |
| 一、尽快抢占市场空白点，储存网点资源     | 256 |
| 二、充分使用并购重组策略，加大资本运作力度  | 256 |
| 三、投资超市项目要以规模化发展取胜      | 256 |
| 四、谨慎进入百货业              | 257 |
| 第三节 零售业跨区域扩张的资本风险      | 257 |
| 一、零售业的跨区域扩张            | 257 |
| 二、零售业跨区域扩张的资本风险        | 258 |
| 三、降低资本风险的对策建议          | 261 |

## 图表目录

图表1-1 2000-2004年中国GDP按季度增长情况 1

图表1-2 2005年前三季度中国实际利用外资统计 2

图表1-3 2005年前三季度国内生产总值/同比增长统计 2

图表1-4 2005年前三季度国内第一/第二/第三产业/生产总值统计 2

图表1-5 2005年前三季度国内人均收入 3

图表1-6 2005年工资市场和物价(亿元) (1-10月) 3

图表1-7 2005年对外贸易与利用外资(亿美元) (1-10月) 3

图表1-8 2005年化妆品、制造业累计应收帐款净额 6

图表1-9 三大区域主要经济指标占全国指标比重 8

图表1-10 三大区域三大需求人均值比较 8

图表2-1 2000—2005年全国消费品零售总额增长与GDP增长比较 15

图表2-2 2000—2005年城镇居民家庭人均可支配收入 16

图表2-3 2004年全国各地区经济指标比较 16

图表2-4 1994 ~ 2004年全国城镇居民消费支出构成素(%) 17

图表5-1 各主要地区限额以上连锁零售业配送中心数(按业态分)(2005年) 64

图表5-2 9月份零售业态热销排行 68

图表5-3 8月份零售业态热销排行 69

图表5-4 2001-2005年百强企业销售占社会消费品零售总额比例 78

图表5-5 2001-2005百强企业平均规模 78

图表5-6 2002-2005年百强企业中所有制结构 79

图表5-7 2001-2005年百强企业销售总额的增幅 79

图表5-8 2001-2005连锁百强企业同比销售和店铺增幅 80

图表5-9 2005年开展特许经营的企业中增长对比 82

图表5-10 2005年特许企业开展多品牌经营状况 82

图表7-1 商品零售类公司主营收入和净利润增长情况 94

图表7-2 05年中期主营业务收入增长最快的前10家零售类公司 95

图表13-1 中国零售业内外资企业对比 175

图表13-2 2001-2004年全国200家大中型百货零售企业盈利状况统计 175

图表14-1 2006年百联股份经营业绩分析 188

图表14-2 2006年百联股份财务指标分析 189

图表14-3 2006年百联股份资产及负债分析 189

图表14-4 2006年大商股份重要财务指标分析 193

图表14-5 2006西单商场重要财务指标分析 196

图表14-6 2006广州友谊百货重要财务指标分析 197

图表14-7 2006重庆百货重要财务指标分析 201

图表14-8 2006苏宁电器重要财务指标分析 203

图表15-1 部分国家PB商品在百货类商店中的占有率（%） 224

图表15-2 英国大零售商PB商品占总销售额比例（%） 224

图表15-3 上海联华PB产品及其在上海市场分额（%） 225

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70284.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。