

2008-2009年中国零售百货 业市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008-2009年中国零售百货业市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200811/6421.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2008年中国零售百货业发展环境分析

一、2007-2008年中国经济发展环境分析

(一) 2007年中国宏观经济运行情况

(二) 2008年经济增长趋势预测

(三) 2008年5月PPI涨幅8.2%

二、2008年中国零售百货业政策环境分析

(一) 《零售商供应商公平交易管理办法》

(二) “十一五”信息技术的发展

(三) 放宽百货行业准入标准

三、2008年中国零售百货业社会环境分析

(一) 消费者信心指数保持稳定态势

(二) 居民消费水平分析

(三) 城市化进程分析

(四) 人口规模分析

第二章 2008年全球零售业发展概述

一、2008年全球零售业发展现状分析

(一) 全球新兴零售业市场发展阶段分析

(二) 零售市场全球化调查分析

(三) 全球零售业发展趋势

二、2008年欧洲零售业发展概况分析

(一) 欧洲网上零售以传统商家为主

(二) 欧洲零售市场发展新趋势

三、2008年日本零售业发展态势分析

(一) 日本零售业巨头盈利下降

(二) 日本购物中心产业现状

(三) 日本大型零售巨头加速进入中国

四、2008年美国零售业运行态势分析

(一) 美国网络零售业发展迅猛

(二) 美国零售业发展概况分析

五、2008年印度零售业运行情况分析

(一) 印度零售市场规模

(二) 外资进入印度市场

(三) 印度本土零售商加紧圈地

六、2008年台湾零售业发展状况分析

(一) 台湾零售业现状分析

(二) 台湾便利店发展情况分析

(三) 台湾便利店的启示

五、2008年发达国家批发业零售支援策略分析

(一) 美国批发业的零售支援策略

(二) 日本批发业的零售支援策略

(三) 美、日零售支援策略比较分析

(四) 美、日零售支援策略的启示

六、2008年零售业全球化经验及其启示

(一) 零售业全球化的现状

(二) 国外零售巨头全球化的经验借鉴

(三) 对中国零售企业“走出去”的启示

第三章 2008年中国零售百货业发展现状分析

一、2008年中国零售业的发展分析

(一) 零售业发展潜力巨大

(二) 零售业成本上升促使企业关注内生增长

(三) 零售行业消费品市场进入新的发展时期

(四) 国内零售企业开展分等定级

(五) 社会消费品零售总额分析

(六) 零售百货行业分析

二、2008年中国零售业转型进入关键期

(一) 品牌创造价值

(二) 服务创造价值

(三) 现代信用创造价值

(四) 企业社会责任创造价值

(五) 安全创造价值

(六) 商业模式创造价值

(七) 商业文化创造价值

(八) 人力资本创造价值

三、2008年中国零售企业五大问题分析

(一) 连锁企业漠视品牌经营

(二) 统一采购仅停留于理论

(三) 末端优势难以体现

(四) 定价和促销流于形式

(五) 存货管理漏洞大

四、2008年中国零售百货业市场规模分析

(一) 百货行业总体经营情况

(二) 中国大型百货商场经营情况分析

五、2008年中国零售百货业市场特征分析

(一) 中国百货行业品牌全球化程度较高

(二) 百货区域分布特点明显

(三) 百货消费群体划分明显

六、2008年中国消费者行为分析与营销创新

(一) 当代中国消费者行为特点分析

(二) 消费者行为特点的零售营销创新

七、2008年中国零售百货行业投资分析

(一) 通货膨胀推动行业销售额持续增长

(二) 消费增长支撑零售百货业迎来黄金发展期

(三) 消费升级提升百货业景气度

(四) 规范政策引导行业健康发展

(五) 模式的转变引发行业蜕变

(六) 百货业迎来黄金发展期

(七) 商业物业增值为百货零售业锦上添花

(八) 选择百货行业公司的标准

第四章 2008年中国零售百货业态主要细分市场分析

一、2008年中国超市业发展分析

(一) 本土超市概况分析

(二) 洋超市经营优势

- (三) 超市消费者购买行为分析
- (四) 连锁超市赢利模式的转变分析
- (五) 2008年大型超市主张扩张与转型

二、2008年中国便利店发展分析

- (一) 便利店的业态特征分析
- (二) 便利店业态的创新与延伸
- (三) 便利店业态经营策略

三、2008年中国购物中心发展分析

- (一) 2008年购物中心业态带来新的发展空间
- (二) 2008年高端购物中心发展思路
- (三) 中国购物中心发展策略分析
- (四) 购物中心的未来发展趋势

四、2008年中国仓储式商场发展分析

- (一) 仓储式商场的兴起及其发展
- (二) 仓储式商场的营销特点
- (三) 中国仓储式商场发展中存在的问题
- (四) 中国发展仓储式商场的对策建议

五、2008年中国百货业发展分析

- (一) 中国百货行业发展概况
- (二) 中国百货零售业存在的问题分析
- (三) 2008年流通领域新趋势下的中国百货业

第五章 2008年中国零售百货业竞争分析

一、2008年中国零售业分业态竞争格局分析

- (一) 百货商店
- (二) 连锁超级市场
- (三) 仓储式商场
- (四) 专业店
- (五) 便利店
- (六) 购物中心
- (七) 零售商争抢中国大市场

二、2008年中国零售百货业的竞争态势分析

- (一) 传统与新型业态的竞争态势
- (二) 本土与外资企业的竞争态势
- (三) 二三线城市零售业的竞争态势
- (四) 中国零售业将出现寡头

三、2008年中国零售业市场集中度的现状及对策分析

- (一) 中国零售业市场集中度现状
- (二) 中国零售业市场集中度过低的原因
- (三) 提高中国零售业市场集中度的对策

四、2008年零售业中外资企业竞争力的对比分析

- (一) 外资零售企业进入中国的总体状况
- (二) 中外资零售企业竞争力的比较分析
- (三) 提高中资零售企业竞争力的对策

五、2008年跨国零售企业在华“独资化”倾向

- (一) 外资零售业在华投资的结构特征及变化趋势
- (二) 跨国零售企业“独资化”倾向的原因
- (三) 跨国零售企业“独资化”的负面影响与对策

第六章 2008年中国零售百货业地区发展态势比较分析

一、2008年中国零售百货业地区发展概述

- (一) 西部地区零售业竞争格局分析
- (二) 长三角零售市场未来几年的五大发展趋势

二、2008年上海市零售百货业发展分析

- (一) 上海百货零售业发展之路
- (二) 上海百货业发展的现状与未来走向
- (三) 上海将开展零售业节能行动

三、2008年北京市零售百货业发展分析

- (一) 北京零售业竞争力总体水平提高
- (二) 北京零售业的资产与市场规模优于全国
- (三) 北京零售业与上海相比存在明显差距
- (四) 提高北京零售业竞争力的建议

四、2008年广东省零售百货业发展分析

- (一) 2007年广东社会消费品零售总额

(二) 深圳零售业快速发展的原因

(三) 2008年深圳百货业再迎上市潮

(四) 2008年全球零售业前三强聚齐深圳

五、2008年其他城市零售百货业发展分析

(一) 长沙市零售业态现状及其发展趋势

(二) 连锁经营成为天津零售业主力

(三) 2008年河南零售业全面展开节能技术改造

第七章 外资重点零售百货企业分析

一、沃尔玛公司

(一) 公司概况

(二) 公司在华发展情况

(三) 公司竞争优势分析

二、家乐福集团

(一) 公司概况

(二) 公司在华发展情况

(三) 公司竞争优势分析

三、麦德龙集团

(一) 公司概况

(二) 公司在华发展情况

(三) 公司竞争优势分析

四、7-Eleven便利商店集团

(一) 公司概况

(二) 公司在华发展情况

(三) 公司竞争优势分析

五、宜家集团

(一) 公司概况

(二) 公司在华发展情况

(三) 公司竞争优势分析

六、法国欧尚集团

(一) 公司概况

(二) 公司在华发展情况

（三）公司竞争优势分析

第八章 中国多业态大型零售集团运行分析

一、上海百联集团股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

二、大商集团股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

三、北京王府井百货（集团）股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

四、重庆百货大楼股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

五、合肥百货大楼集团股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

第九章 中国专业店运行分析

一、北京国美电器有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

二、苏宁电器股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

第十章 中国超市企业运行分析

一、苏果超市有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

二、北京华联综合超市股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

三、上海农工商超市

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业发展战略分析

第十一章 2008年中国零售百货业的发展战略分析

一、2008年中国农村零售市场的发展分析

（一）中国农村商品流通市场现状

（二）新农村建设中的商品流通体系现代化

（三）乡村超市前景分析

（四）全国供销社消费品零售额逾千亿

二、2008年中国同业态零售商业企业的竞合策略分析

（一）价格竞争是零售商业企业实力较量的主要手段

（二）差别化经营是零售业非价格竞争的主要策略

（三）差别化经营是同业态零售企业的竞争合作策略

三、2008年中国零售百货业新的商业模式分析

（一）商圈崛起

（二）品牌+连锁

（三）品牌消费

四、2008年中国零售百货业提高品牌忠诚度策略分析

（一）打造强大的核心能力

(二) 提供优质服务

(三) 培养忠诚的员工

六、2008年中国零售百货业的革命——交互式营销

(一) 交互式营销的概念

(二) 交互式营销的重要意义

(三) 开展交互式营销应注意的问题

第十二章 2008年中国零售百货业企业发展策略分析

一、产品策略

(一) 重视产品定位，通过市场细分提升行业容量

(二) 提升产品组合有效占用消费者

(三) 提升电子商务服务

二、渠道策略

(一) 物流系统更加完善

(二) 传统渠道模式仍然占有极大权重

(三) 连锁百货经营模式效益显现

三、品牌策略

(一) 品牌运作专业化

(二) 品牌运作差异化

四、营销策略

(一) 顾客营销

(二) 商业营销

五、服务策略

(一) 注重信誉

(二) 加强售后服务

(三) 改善购物环境

第十三章 2009-2012年中国零售百货业发展及投资分析

一、2009-2012年中国零售百货业发展趋势分析

(一) 中国零售业发展总体趋势预测分析

(二) 未来零售百货业态格局的发展预测分析

(三) 主要零售百货业态发展趋势预测分析

二、2009-2012年中国零售百货业发展前景分析

（一）企业的横向兼并、联合更为广泛

（二）企业销售模式更加专业化

（三）子品牌支撑经营

三、2009-2012年中国零售百货业企业向农村市场进军的SWOT分析

（一）优势

（二）劣势

（三）机遇

（四）威胁

四、2009-2012年中国零售百货业投资分析

（一）中国零售百货业投资环境分析

（二）中国零售百货业投资机会分析

（三）中国零售百货业投资风险分析

五、2009-2012年中国零售百货业投资策略分析

（一）关注具备区域优势、管理水平优势的区域百货龙头

（二）关注零售市场集中度提升中的最大受益者——一线百货零售商

（三）关注资产注入、并购整合、股权激励等带来的投资机会

图表目录（部分）：

图表：1995年-2007年全国粮食总产量分析

图表：1995年-2007年全国工业增加值分析

图表：1995年-2007年全国固定资产投资分析

图表：1995年-2007年社会消费品零售总额分析

图表：2007年1-12月CPI指数图

图表：2007年1-12月CPI指数表

图表：1995年-2007年进出口总额

图表：1995年-2007年农民人均纯收入

图表：1995年-2007年城镇居民人均可支配收入

图表：2007年1月-2008年5月CPI及PPI走势图

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200811/6421.html>