

# 2020-2026年中国零售百货 行业分析与行业发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国零售百货行业分析与行业发展趋势报告》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/202005/164784.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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国零售百货行业分析与行业发展趋势报告》共十四章。首先介绍了中国零售百货行业市场发展环境、零售百货整体运行态势等，接着分析了中国零售百货行业市场运行的现状，然后介绍了零售百货市场竞争格局。随后，报告对零售百货做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国零售百货行业发展趋势与投资预测。您若想对零售百货产业有个系统的了解或者想投资中国零售百货行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2019年中国宏观经济环境1

第一节 固定资产投资增速趋缓1

第二节 消费继续平稳增长1

第三节 进出口增速较快，贸易顺差保持高位2

第四节 C P I 和 P P I 均小幅温和上涨2

第五节 工业增速有所回落3

第六节 短期融资券信用风险开始凸显4

第二章中国零售百货行业政策环境5

第一节 2013-2019年中国零售百货行业环境分析5

一、零售百货行业市场环境5

二、零售百货行业政策环境分析6

第二节 最新政策变化影响分析8

一、《零售商促销行为管理办法》8

二、《公平交易管理办法》10

第三节 人民币加息对零售百货行业影响分析14

第四节 国外资本对中国零售百货市场影响15

一、对零售市场格局的影响16

- 二、对经营管理方式的影响16
- 三、对供应商关系的影响17
- 四、对宏观政策的影响18
- 五、其他方面18
- 六、外资发展的趋势及建议19

### 第三章我国零售业与WTO20

#### 第一节 入世后我国关于零售行业的开放政策20

#### 第二节 入世给国内零售百货的挑战和对策20

##### 一、外商对我国零售业的挑战20

##### 二、我国零售业的发展对策23

#### 第三节 入世后我国零售业发展分析26

#### 第四节 外资零售企业进入中国全程分析30

##### 一、进入速度和规模30

##### 二、经营效益31

##### 三、业态形式31

##### 四、区域分布32

##### 五、进入方式32

##### 六、外资零售业扩张趋势预测33

##### 七、国内零售业开放风险34

#### 第五节 WTO环境下国内零售企业的机会35

##### 一、商业发展的平台已经搭起36

##### 二、与外资企业竞争积累了经验36

##### 三、扩展市场尚有很大空间37

### 第四章国外零售百货业的发展现状及趋势38

#### 第一节 美国零售百货业现状38

##### 一、美国零售业整体发展现状38

##### 二、典型百货企业分析44

##### 三、2019年美国零售业的发展状况44

#### 第二节 日本零售百货业发展49

##### 一、日本零售业整体现状49

二、主要零售业态发展现状49

三、日本零售业发展趋势50

第三节 巴基斯坦零售百货业发展54

一、零售业的总体情况和特点54

二、零售业的发展趋势55

三、零售业的政策执行情况55

四、巴基斯坦零售业目前存在的问题56

第四节 发达国家零售商业的发展趋势及特点56

一、零售业态的多样化57

二、经营国际化、连锁化58

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62

六、商业经营管理的高技术化、现代化63

第五章 2016-2019年国内零售百货产业运行现状与预测65

第一节 百货行业的发展变化趋势和特点65

一、近年来百货业的发展变化和趋势65

二、“特色化、主题化、品牌化”是百货店竞争的显著特点66

三、“连锁化、产业化、集约化”是百货店改造的主要内容68

四、“品牌化、信用化、知识化”是百货店发展的主要内容70

第二节 2019年中国零售百货行业发展问题71

一、规模增长与效益增长脱节71

二、定位趋同现象仍较普遍71

三、促销方式有待规范创新72

四、人才短缺矛盾依然突出72

第三节 中国零售业连锁发展情况73

一、五年“连锁百强”中国连锁运行分析73

二、2019年连锁百强企业基本情况及特点75

三、2019年度特许连锁发展总体状况86

第四节 现代零售业的重要发展趋势87

## 第六章零售行业产业特点及投资特性分析89

### 第一节 零售业的基本业态界定89

#### 一、零售业的基本业态89

#### 二、各零售业态的不同之处93

### 第二节 中国零售业的投资发展规律95

#### 一、零售份额向民营企业集中95

#### 二、百货向新兴连锁零售业态集中95

#### 三、连锁家电卖场成长性最高96

### 第三节 民营投资零售百货业特性分析97

#### 一、高度保护的零售业拒绝认同度低的民营企业97

#### 二、行业进入壁垒98

#### 三、民营资本如何切入98

## 第七章我国零售百货业融资状况100

### 第一节 2019年百货业经营状况100

#### 一、行业持续稳步增长100

#### 二、主营增速显著下滑100

#### 三、百货业在创新中发展100

#### 四、坚持关注品牌企业101

### 第二节 零售业上市公司发展动向101

#### 一、2019年中期财务和营业状况101

#### 二、2019年中期财务和营业状况107

## 第八章百货商场业态分析109

### 第一节 我国百货商场的兴衰变化及原因分析109

#### 一、大型百货店发展中的问题109

#### 二、百货店骤然兴衰的原因111

### 第二节 我国百货商场的经营效益分析114

### 第三节 百货商店业态发展不同阶段的竞争战略117

#### 一、百货商场成长期竞争战略118

#### 二、百货商场成熟期竞争战略118

#### 三、百货商场进入衰退期应采取的战略119

#### 第四节 中国百货商店的前景和对策120

一、中国百货商店尚未进入衰退期，而只是处于成熟期121

二、中国百货业面临的困境和弊端121

三、中国百货商店发展的应对措施122

#### 第九章大型超市业态分析124

##### 第一节 大卖场模式特征及在中国的发展前景124

一、大卖场的特征124

二、大卖场在中国迅速发展原因分析125

三、大卖场的主要弱点分析125

四、大卖场所遇到的其他业态发展的竞争126

##### 第二节 仓储式商场128

一、仓储式商场的特征128

二、仓储式商场的弱点129

三、仓储式商场在中国成功的条件129

##### 第三节 大型综合超市130

一、大型综合超市的特点130

二、大型综合超市的弱点130

三、大型综合超市前景广阔&mdash;&mdash;万佳模式的推广131

#### 第十章专营店业态分析133

##### 第一节 专营店的特点及其在零售业中的地位133

##### 第二节 我国专营店发展趋势134

##### 第三节 我国专营店在发展中存在的问题及对策135

#### 第十一章其他业态分析138

##### 第一节 便利店138

一、国外便利店的经营特点138

二、我国便利店发展现状140

三、我国便利店的发展策略140

##### 第二节 购物中心 ( SHOPPING MALL ) 142

##### 第三节 电子零售业149

- 一、我国电子商务的发展简要回顾149
- 二、我国电子商务发展现状163
- 三、行业电子商务发展分析170

## 第十二章重点区域市场分析177

### 第一节 北京市零售业分析177

- 一、北京连锁超市、便利店的发展背景177
- 二、连锁超市、便利店发展现状179
- 三、连锁超市、便利店发展中的亮点180
- 四、主要问题及对策建议182

### 第二节 上海市零售业发展状况分析183

- 一、上海市零售业的外部环境分析183
- 二、上海市零售业发展状况分析185
- 三、上海大卖场业态的现状与发展趋势186

### 第三节 广州市零售业发展状况分析190

- 一、广州零售业的整体竞争环境191
- 二、广州零售业核心竞争力状况分析193
- 三、广州零售业核心竞争力的构建及战略应对197

### 第四节 深圳市零售业发展状况分析201

- 一、深圳零售业发展的现状201
- 二、深圳本土零售业发展中存在的问题204
- 三、深圳本土零售业的对策210

### 第五节 武汉市零售业发展状况分析217

- 一、内外资零售业现状比较217
- 二、内外资零售业发展速度比较217
- 三、内外资零售企业偿债能力比较218
- 四、内外资零售企业的获利能力比较218
- 五、内外资零售企业的社会贡献率比较219
- 六、内外资零售企业重点调查比较219

## 第十三章中国零售百货业竞争格局分析221

### 第一节 中外零售企业竞争分析221

## 第二节 我国零售市场业态与规模竞争格局分析225

改革开放后，中国摆脱了计划经济体制，工业消费品不再由商业部门统购包销，工业部门的自销权和商业部门的选购权得到扩大，百货企业开始探索商品的自采自销模式。到1990年，百货商店商品自营比例已达90%，业内也出现了代批代销、引厂进店、出租柜台等多种经营模式。但到了90年代中期，随着中国商业地产的兴起和发展，百货行业规模出现激增，从1991年到1995年，百货店数量增速达560%，但由于商业地产开发商并不擅长零售经营，只能依靠租赁或联营的形式引进百货业态，使得百货业的场地出租和联合经营得到强化。2000年之后，人们的商品需求逐渐由生活必需品转向中高档消费品，百货企业则更加致力于引进知名品牌来吸引客流，对商品自采自销的空间越来越少。因此，联营逐渐取代自营成为主要经营模式，高档百货店联营比例也从90年代中期的50%，逐渐发展至今天的90%左右。

中国百货经营模式的演变

年代	阶段	内容
1978年以前	计划经济	工业消费品基本上由商业部门统购包销。
1978-1980年	百货探索自营	商业部门改进工业消费品购销模式，取消工业品包销，扩大工业部门自销权和商业部门选购权，百货行业开始探索商品的自采自销模式
1980-1990年	自营迅速发展	商品购销形式不断变革，百货店开始派出采购人员到全国各地进行货品采购，主要实行商品买断。伴随着市场紧缺状况的缓解，以及零售市场供应的扩大，自营模式下百货快速发展，自营比例达90%左右。
1990年代以来	自营转联营	传统百货商店扩张过于迅猛，行业内鱼龙混杂，许多开发商不具备商业零售经验，自营百货经营压力大。同时，联营模式可以引进高端品牌，吸引客流，逐渐被百货商店所青睐。

事实上，联营模式的毛利率水平要低于经销、买断等经营模式，但大多数百货店仍愿意采用这样的模式，是有其他方面的考量。比如，买断商品需要百货店预先垫付账款，资金压力较大，而联营模式下商品由供应商提供，付款方式也是售后结算，百货店承担的风险更低；另外，自营模式下百货需要支出大量资金用于管理存货和支付员工薪酬，联营模式占用的资金相对较少。因此，联营模式的出现是当时市场经济发展的产物，其优势很好地契合了当时的百货行业环境。

中国百货经营模式比较	模式	毛利率	收入占比	付款方式	存货管理	存货风险	人员工资				
联营	15-20%	80-90%	售后结算	供应商	小	供应商	租赁	60-70%	5%-10%	预付款	供应商
经销	20-30%	10-15%	预付款	供/零售商	中	供/零售商	买断	30-40%	10-15%	预付款	零售商
零售	大	零售商									

### 一、零售业态的竞争格局现状225

### 二、零售企业规模格局227

### 三、我国零售市场业态与规模格局的政策选择228

## 第三节 当前国内连锁企业面临的竞争及突破方法230

- 一、当前国内连锁商业企业面临的竞争态势分析230
- 二、零售企业突破困境的关键因素抉择231
- 第四节 提高我国零售企业竞争力的方法234
  - 一、国内外零售企业的差距234
  - 二、国本土零售企业应对挑战的基本思路235

## 第十四章 优势企业分析238

### 第一节 主要上市商业零售企业分析238

- 一、百联股份238
- 二、大商股份242
- 三、北京西单商场股份有限公司246
- 四、广州友谊股份有限公司250
- 五、重庆百货大楼股份有限公司254

### 第二节 国内零售百货代表企业分析257

- 一、苏宁电器257
- 二、国美电器261
- 三、苏果超市263
- 四、物美集团265

### 第三节 主要外资零售企业分析266

- 一、沃尔玛266
- 二、家乐福268
- 三、麦德龙268

## 第十五章 零售百货营销与盈利模式分析270

### 第一节 百货持续竞争的营销思路分析270

- 一、百货营销的现状及其问题270
- 二、百货营销的内核探究271

### 第二节 连锁零售企业面对国际化竞争的营销战略274

- 一、重视标准化连锁经营的营销战略274
- 二、重视建立工商协同战略联盟的营销战略274
- 三、重视苦练内功打造企业品牌的营销战略275
- 四、重视全面信息化建设的营销战略276

- 五、重视物流体系建设优先的营销战略277
- 第三节 连锁超市赢利模式调研分析278
  - 一、超市通道费用赢利模式存在的市场基础278
  - 二、通道费用赢利模式的弊端279
  - 三、加强供应链管理转换超市赢利模式280
- 第四节 零售百货赢利模式——PB产品开发283
  - 一、零售企业PB产品的含义283
  - 二、PB产品在中外零售企业的发展283
  - 三、我国零售企业PB产品发展的行业背景285
  - 四、我国零售企业发展PB产品的优势分析286
  - 五、我国零售企业PB产品的发展策略287

## 第十六章我国零售业发展的趋势292

- 第一节 我国零售业发展的整体趋势292
  - 一、我国商业零售业的发展趋势292
  - 二、我国商业零售业未来发展中存在的问题296
  - 三、我国商业零售业未来发展的对策297
- 第二节 新兴零售模式300
  - 一、仓储俱乐部300
  - 二、网络零售304
  - 三、折扣店311
- 第三节 零售业经营形式发展趋势318

## 第十七章零售百货业投资前景及建议322

- 第一节 零售业行业经济效益和资本性分析322
  - 一、行业经济效益分析322
  - 二、行业增长现状分析323
  - 三、行业资本性分析326
- 第二节 2019年零售业投资前景分析328
  - 一、尽快抢占市场空白点，储存网点资源328
  - 二、充分使用并购重组策略，加大资本运作力度328
  - 三、投资超市项目要以规模化发展取胜329

#### 四、谨慎进入百货业329

##### 第三节 零售业跨区域扩张的资本风险329

###### 一、零售业的跨区域扩张329

###### 二、零售业跨区域扩张的资本风险330

###### 三、降低资本风险的对策建议333

#### 图表目录：

图表 1：2016-2019年社会消费品零售总额及其增长速度5

图表 2：2016-2019年社会消费品零售总额及增速5

图表 3：美国主要零售业态的特点39

图表 4：零售轮转假说概念图41

图表 5：美国零售业的主要经营形态一览表42

图表 6：2008年至2012年我国零售业百强总销售额变动73

图表 7：2008年至2012年零售百强企业销售额比例74

图表 8：2019年中国连锁经营100强企业75

图表 9：2019年主要外商投资连锁企业经营情况80

图表 10：2019年中国快速消费品连锁企业基本情况81

图表 11：2016-2019年三大行业特许体系占比之比较86

图表 12：三大行业中特许企业多品牌发展比较86

图表 13：零售业行业分类与代码（GB/T4754-94）89

图表 14：中国现行零售业态分类及其特征91

图表 15：2016-2019年全国200家大中型百货零售企业盈利状况统计114

图表 16：2019年上海百货店（单体）增长率排序114

图表 17：2016-2019年全国200家大中型百货零售企业运营效率状况统计115

图表 18：2016-2019年全国200家大中型百货零售企业人均劳准备统计115

图表 19：2019年世界著名百货企业人均获利情况统计115

图表 20：2016-2019年全国200家大中型百货零售企业获利能力统计116

图表 21：企业信息化发展预测162

图表 22：九十年代初期美国、日本便利店基本情况178

图表 23：项目表206

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164784.html>