

# 2012-2016年中国零售行业 市场供需分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2012-2016年中国零售行业市场供需分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/maoyi1202/A150437RVJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-02-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国零售行业市场供需分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了零售业相关概述、中国零售业市场运行环境等，接着分析了中国零售业市场发展的现状，然后介绍了中国零售业重点区域市场运行形势。随后，报告对中国零售业重点企业经营状况分析，最后分析了中国零售业行业发展趋势与投资预测。您若想对零售业产业有个系统的了解或者想投资零售业行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国零售行业市场供需分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

**零售业（retail industry）** 零售业是指通过买卖形式将工农业生产者生产的产品直接售给居民作为生活消费用或售给社会集团供公共消费用的商品销售行业。目前比较主流的零售业定义分为两种：一种是营销学角度的定义：认为零售业是任何一个处于从事由生产者到消费者的产品营销活动的个人或公司，他们从批发商、中间商或者制造商处购买商品，并直接销售给消费者。这种定义在近三十年的营销学的文献中非常普遍。另一种是美国商务部的定义：零售贸易业包括所有把较少数量商品销售给普通公众的实体。他们不改变商品的形式，由此产生的服务也仅限于商品的销售。零售贸易板块不仅包括了店铺零售商而且包括了无店铺零售商。

## 第一章 零售业相关概念

### 第一节 零售业概述

#### 一、零售业的概念

#### 二、零售业的行业特点

#### 三、零售百货业的含意

### 第二节 零售业的准入条件概述

#### 一、注册登记条件

#### 二、资金条件

#### 三、技术、设备条件

### 第三节 零售业的业态概述

- 一、零售业态的划分标准
- 二、零售业的基本业态
- 三、零售业态发展规律分析
- 四、无店铺销售归入零售业态

## 第二章 世界零售业发展概况分析

### 第一节 2011-2012年世界零售业发展环境总体分析

- 一、当代国际零售业的特点
- 二、跨国零售商海外市场的进入模式和选择
- 三、西方零售业态发展的两个理论分析

### 第二节 2011-2012年欧洲零售业行业发展状况分析

- 一、欧洲零售业态格局分析
- 二、欧洲的十五大零售企业
- 三、欧洲的网上零售企业
- 四、欧洲零售企业进军俄市场的部署
- 五、欧洲的零售农产食品安全认证

### 第三节 2011-2012年美国零售业行业发展形势分析

- 一、美国零售商业营销管理的四个特点
- 二、美国零售商业高技术的运用
- 三、美国网络零售业快速发展
- 四、美国零售业连锁化与郊区化的趋势

### 第四节 2011-2012年日本零售业发展局势分析

- 一、日本零售企业信息化建设的现状
- 二、日本连锁经营企业成功的理由
- 三、日本便利店成功的经营策略分析
- 四、日本百货店业的经营现状与发展方向
- 五、日本零售业的发展态势

### 第五节 2011-2012年其他国家或地区零售业概况分析

- 一、波兰
- 二、越南
- 三、罗马尼亚

### 第三章 中国零售业市场运行环境分析

#### 第一节 国内零售业经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国零售业经济发展预测分析

#### 第二节 中国零售业行业政策环境分析

### 第四章 中国零售业发展概况分析

#### 第一节 中国零售业概述

- 一、零售业在中国国民经济中的地位分析
- 二、中国零售业不同历史阶段的特点分析
- 三、当前国内零售市场的特点
- 四、中国零售行业的发展格局分析
- 五、中国零售业进入转型关键时期

#### 第二节 2011-2012年中国大型零售企业的成长分析

- 一、中国大型零售企业成长的特点
- 二、影响中国大型零售企业成长的因素
- 三、国内大型零售企业成长的路径分析

#### 第三节 2011-2012年中国零售业存在问题分析

- 一、中国零售业存在的问题及其原因
- 二、中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴
- 三、当前零售市场存在的基本问题
- 四、影响中国零售业健康发展的问题分析
- 五、零售业销售人才缺乏

#### 第四节 2011-2012年中国零售业应对问题的策略分析

- 一、中国零售业的未来发展策略
- 二、促进中国零售业健康发展的政策
- 三、中国零售行业发展的建议
- 四、国内零售市场的发展对策分析

### 第五章 中国零售业细分市场发展趋势分析——超市业

#### 第一节 2011-2012年中国超市的发展形势分析

一、中国超市零售业的现状

二、中国超市的供应链与资金链

三、中国超市业发展的规模化道路

四、中国超市零售业的信息化之路

五、中国超市零售业的发展战略

第二节 2011-2012年中国超市的经营管理分析

一、连锁超市经营管理中五个不等分析

二、超市管理的关键点分析

三、超市人力资源管理的误区分析

第三节 2011-2012年中国大型超市的经营分析

一、大型综合超市的含义特征分析

二、中国大型综合超市建立的可行性

三、中国大型超市的发展现状分析

四、大型综合超市新的营销策略

五、大中型超市社区营销能力提高的思考

第四节 2012-2016年中国超市的发展趋势分析

一、连锁经营成为超市发展的新趋向

二、未来中国超市发展基本趋势

三、全球化下中国超市发展的十个趋势

## 第六章 中国零售业细分市场形势浅析——便利店

第一节 2011-2012年世界部分国家或地区的便利店分析

一、美国是便利店的发源之地

二、英国的便利店行业现状

三、日本便利店经营的发展分析

四、台湾便利店行业的发展

第二节 2011-2012年中国便利店发展现状分析

一、国内外便利店成功案例分析

二、对中国便利店发展的思考

三、中国便利店市场上的中外资本

四、中国便利店生存的困惑

五、便利店发展中面临的问题

## 六、中国便利店发展的三个策略

### 第三节 2011-2012年中国便利店的投资分析

#### 一、中国发展便利店的必要与优势

#### 二、便利店的市場定位分析

#### 三、便利店赢利的基础分析

#### 四、便利店市場风险及机遇并存

#### 五、便利店的投資规划建议

#### 六、便利店市場的投资前景看好

### 第四节 2012-2016年中国便利店的前景和趋势分析

#### 一、中国发展便利店的前景广阔

#### 二、便利店的发展趋势分析

## 第七章 中国零售业细分市场發展态势剖析——购物中心

### 第一节 2011-2012年世界部分国家或地区的购物中心分析

#### 一、东南亚购物中心

#### 二、美国购物中心

#### 三、德国购物中心

#### 四、日本购物中心

### 第二节 2011-2012年中国的购物中心發展状况分析

#### 一、国内购物中心發展回顾

#### 二、中国购物中心發展现状分析

#### 三、商务部将出台规范分级控制购物中心的建设

#### 四、区域型购物中心成为發展趋势

### 第三节 2011-2012年中国购物中心發展面临的问题及风险

#### 一、国内购物中心的运作失误

#### 二、中国购物中心發展存在的问题

#### 三、购物中心發展中需注意的几个问题

#### 四、国内购物中心建设的三个误区

#### 五、中国购物中心發展中的潜在风险

### 第四节 2011-2012年中国购物中心的发展建议分析

#### 一、中国购物中心健康发展的对策

#### 二、中国购物中心的开发策略

### 三、国内发展大型郊区购物中心需谨慎

## 第八章 中国零售业细分市场发展状况解析——百货店业

### 第一节 2011-2012年中国百货店发展现状分析

- 一、中国百货商店的发展简析
- 二、消费者牵动的百货业品牌竞争
- 三、中国百货业的竞争力分析
- 四、百货业应对市场的竞争挑战的对策
- 五、中国百货店的复兴之道
- 六、百货业亟待“个性化”创新

### 第二节 2011-2012年中国百货业的营销分析

- 一、百货店间常用的促销手段
- 二、百货商场营销策划的三个主要因素
- 三、百货业营销中应避免的误区
- 四、百货店的促销建议

### 第三节 2011-2012年中国大型百货业发展态势分析

- 一、现代大型百货市场定位模式探析
- 二、大型百货零售业市场的内部准入条件
- 三、大型百货零售企业服务质量的要素构成
- 四、大型百货店陷入困境的原因分析
- 五、大型百货店市场制胜的发展策略

## 第九章 中国其他零售业态发展分析

### 第一节 2011-2012年中国大卖场市场发展状况分析

- 一、大卖场业态概述
- 二、大卖场的供应商组合和管理
- 三、大卖场的防损耗管理的内外策略
- 四、其他零售业态对大卖场产生的竞争力分析

### 第二节 2011-2012年中国仓储式商场发展态势分析

- 一、仓储式商场的兴起与发展
- 二、仓储式商场的四个营销特点
- 三、中国仓储式商场经营管理中的问题



#### 四、仓储式商场发展中的问题及制约因素

#### 五、中国仓储式商场的发展对策及建议

### 第三节 2011-2012年中国专业店行业发展形势分析

#### 一、专业店的变迁过程

#### 二、专业店的发展及经营特色

#### 三、专业店的发展特点

#### 四、中国专业店的发展现状

#### 五、外资专业店在中国发展之路解析

### 第四节 2011-2012年中国专卖店发展状况分析

#### 一、专卖店概述

#### 二、对专卖店营销的思考

#### 三、针对加强专卖店建设的建议

## 第十章 中国零售业的市场竞争格局分析

### 第一节 2011-2012年中外零售企业竞争力的比较研究

#### 一、管理技术的比较

#### 二、人力资本的比较

#### 三、企业规模的比较

#### 四、营销战略比较

#### 五、中外资零售企业所在国政府管理的比较

### 第二节 2011-2012年中国零售业的竞争结构分析

#### 一、零售业的高度竞争性

#### 二、规模化的趋势和不同规模之间的竞争

#### 三、零售业的进入威胁和进入壁垒

#### 四、替代威胁及“业态”的多样化

### 第三节 2011-2012年中国零售业的竞争现状分析

#### 一、中国内外资零售企业的竞争格局

#### 二、中国零售业竞争格局的变化

#### 三、中国零售业的低价运作竞争

#### 四、中国零售业的竞争误区和失范

### 第四节 2011-2012年中国零售业的竞争战略分析

#### 一、中国零售企业的竞争战略定位分析

二、中国零售业竞争战略模式的探析

三、中国零售业竞争的信息战略

四、中国零售企业的“规模”和“强大”辨析

五、提高中国零售企业国际竞争力的对策建议

第五节 2011-2012年提升本土零售业竞争力的对策分析

一、本土零售企业的竞争优势分析

二、本土零售企业竞争力的劣势分析

三、本土零售业的竞争战略分析

第十一章 中国零售业重点上市企业分析

第一节 上海新世界股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 重庆百货大楼股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 苏宁电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第五节 广州友谊集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第十二章 中国零售业物流体系运行状况分析

#### 第一节 2011-2012年国内外物流业发展现状分析

- 一、中国物流业特点分析
- 二、企业物流运作的五大功能分析
- 三、中国物流行业中存在的问题
- 四、加速中国物流业发展的策略建议
- 五、物流技术和装备的发展趋势
- 六、国际物流业的四个发展趋势

#### 第二节 2011-2012年中国第三方物流发展状况分析

- 一、第三方物流企业经营战略类型分析
- 二、第三方物流深入采购与生产运作的方法
- 三、中国航空快递企业第三方物流运作模式
- 四、第三方物流企业在电子商务中的发展前景

#### 第三节 2011-2012年中国物流与零售企业发展形势分析

- 一、零售企业现代物流策略的开展
- 二、零售企业跨区域发展的物流服务及评价
- 三、现代物流是零售企业竞争力的重要手段
- 四、中国零售企业物流环节的不足之处

#### 第四节 2011-2012年中国连锁零售业的物流分析

- 一、中国连锁零售业物流配送的概况
- 二、第三方物流与连锁零售业的结合趋势
- 三、零售业的缺货率原因及缺货对策
- 四、中国连锁零售业物流的趋势

### 第十三章 中国的流通业发展局势分析

#### 第一节 2011-2012年中国流通业发展现状分析

- 一、国外零售商跨国扩张对中国流通产业的影响
- 二、流通力的内涵及流通业的重要性
- 三、开放背景下中国流通业面临变革
- 四、中国流通业的现状及发展规划
- 五、中国流通业与发达国家的差距
- 六、中国流通业的误区及对策
- 七、中国流通业的发展策略分析

#### 第二节 2011-2012年中国部分行业的流通态势分析

- 一、中国家电流通业的发展历程
- 二、中国钢材流通体系建设分析
- 三、中国药品流通监管迈入网络时代
- 四、中国汽配流通市场现状和发展趋势

#### 第三节 2011-2012年中国农村流通体系分析

- 一、中国农村市场流通业发展现状
- 二、中国农村市场流通存在的问题分析
- 三、加强农村流通体系建设的建议

#### 第四节 2012-2016年中国流通业的发展趋势分析

- 一、西方发达国家流通业发展的趋势
- 二、国外流通业发展的新趋势向
- 三、全球经济环境下流通业的整合趋势
- 四、流通企业强强联合成为新的发展趋势

### 第十四章 2012-2016年中国零售业的发展前景预测分析

#### 第一节 2012-2016年国际零售业的发展趋势分析

一、全球百货零售业的发展趋势

二、国际零售业的主要发展趋势

三、亚太地区零售业的发展趋势

## 第二节 2012-2016年中国零售业发展趋势分析

一、零售行业整体持续向好

二、新的连锁业零售业态将高速增长

三、零售行业内部整合的步伐加快

四、零售企业的“国退民进”新趋势

## 第三节 2012-2016年中国零售业的主要发展方向分析

一、零售业业态的多元化

二、经营方式特色化

三、企业发展规模化

四、市场定位科学化

五、企业经营国际化

六、管理手段的现代化

七、自助购物普及化

## 第十五章 2012-2016年中国零售业投资前景分析

### 第一节 2012-2016年中国零售业投资机会分析

一、中国便利店的发展商机无限

二、购物中心成为商业业态的新形式

三、中国折扣店的发展前景看好

四、专业店的内地市场前景光明

### 第二节 2012-2016年中国零售业投资风险分析

一、国内的政策风险

二、外资不断涌入的产业风险

三、投机型模式造成的零售业风险

四、零售业扩张中的无效规模陷阱

### 第三节 2012-2016年中国零售业投资建议

一、加快抢占市场空白点

二、充分运用并购重组策略

三、投资超市项目以规模化取胜

四、谨慎进入百货业

五、仔细了解零售店铺审批程序

#### 第四节 2012-2016年中国零售业营销策略创新分析

一、商品采购策略

二、国际化战略

三、市场细分策略

四、连锁化策略

五、新业态策略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：人均GNP与业态的关系

图表：无店铺零售业的基本特点

图表：有店铺零售业态的基本特点

图表：国际主要零售商的并购

图表：零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式

图表：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表：全球零售商最常被盗的商品

图表：欧洲销售额居前15位的零售企业在国家中的分布

图表：欧洲十五大零售企业的销售分析

图表：日本零售业各业态导入POS系统的比例

图表：法国可流通产品消费中各项细分增长情况

图表：食品领域各业态市场份额

图表：法国非食品产品销售市场份额

图表：法国商业设施结构按面积分情况

图表：希腊零售业营业额历年变化情况

图表：希腊零售业数量历年变化情况

图表：希腊零售业总量变化（按照不变价格）

图表：希腊连锁超市地区分部情况

图表：希腊超过20家店的连锁超市名单

图表：中国商品零售价格指数情况

图表：中国高、中、低收入群体平均消费倾向变动情况

图表：中国高、中、低收入群体边际消费倾向变动情况

图表：中国按收入分组人均服务性消费支出占消费性支出比重

图表：购房建房行为对居民家庭人均消费性支出的影响

图表：全社会消费品零售总额情况

图表：中国零售业百强新入围企业数量

图表：中国零售业百强百货店数量

图表：美国便利店的总数及其增长率

图表：美国便利店的销售收入

图表：美国便利店的税前利润总额及其增长率

图表：美国便利店相关统计数据

图表：英国零售行业各业态收入占比

图表：美国购物中心网点数量分布

图表：美国购物中心出租面积分布

图表：美国购物中心结构分布

图表：历年美国购物中心的单位面积零售额

图表：美国购物中心的单位面积零售率

图表：美国地区收入差异与购物中心发展

图表：世界城市化引起零售业变迁规律

图表：MALL CHINA会员租售面积抽样分析

图表：欧美、日本、中国的零售业的集中度

图表：消费者对专卖店和大商场的放心度对比

图表：消费者对专卖店和商场的喜欢比例

图表：消费者对专卖店和大商场价格评比

图表：全球最大跨国经营零售企业

图表：全球最大30家食品零售商分布最集中的国家和地区

图表：零售企业国际化空间扩张模式图

图表：诺网（中国）软件零售解决方案应用组件

图表：沃尔玛与易初莲花内部ERP系统RAMS

图表：零售业电子商务品牌重塑过程示意

图表：连锁店缺货时消费者的各种反应比例

图表：北京轿车市场人们对维修站的选择

图表：北京轿车市场人们对维修站的忠诚度

图表：中国汽配流通各种模式的优劣势分析

图表：未来汽配的竞争格局

图表：中国城市与县及县以下社会消费品零售额

图表：中国零售额前100家的销售总额

图表：外资零售业代表企业国内市场PB业务指标统计

图表：多业态经营零售类上市公司与单一业态零售业上市公司盈利能力指标比较

图表：零售食品的称重计量

图表：金银饰品的称重计量

图表：上海新世界股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海新世界股份有限公司经营收入走势图

图表：上海新世界股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海新世界股份有限公司负债情况图

图表：上海新世界股份有限公司负债指标走势图

图表：上海新世界股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海新世界股份有限公司成长能力指标走势图

图表：重庆百货大楼股份有限公司主要经济指标走势图

图表：重庆百货大楼股份有限公司经营收入走势图

图表：重庆百货大楼股份有限公司盈利指标走势图

图表：重庆百货大楼股份有限公司负债情况图

图表：重庆百货大楼股份有限公司负债指标走势图

图表：重庆百货大楼股份有限公司运营能力指标走势图

图表：重庆百货大楼股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京王府井百货（集团）股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京王府井百货（集团）股份有限公司经营收入走势图

图表：北京王府井百货（集团）股份有限公司盈利指标走势图



图表：北京王府井百货（集团）股份有限公司负债情况图  
图表：北京王府井百货（集团）股份有限公司负债指标走势图  
图表：北京王府井百货（集团）股份有限公司运营能力指标走势图  
图表：北京王府井百货（集团）股份有限公司成长能力指标走势图  
图表：苏宁电器股份有限公司主要经济指标走势图  
图表：苏宁电器股份有限公司经营收入走势图  
图表：苏宁电器股份有限公司盈利指标走势图  
图表：苏宁电器股份有限公司负债情况图  
图表：苏宁电器股份有限公司负债指标走势图  
图表：苏宁电器股份有限公司运营能力指标走势图  
图表：苏宁电器股份有限公司成长能力指标走势图  
图表：广州友谊集团股份有限公司主要经济指标走势图  
图表：广州友谊集团股份有限公司经营收入走势图  
图表：广州友谊集团股份有限公司盈利指标走势图  
图表：广州友谊集团股份有限公司负债情况图  
图表：广州友谊集团股份有限公司负债指标走势图  
图表：广州友谊集团股份有限公司运营能力指标走势图  
图表：广州友谊集团股份有限公司成长能力指标走势图  
图表：略&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1202/A150437RVJ.html>