

2012-2016年中国百货店行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国百货店行业深度调研与投资前景研究报告》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/maoyi1201/5912853TCW.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-01-06

【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年中国百货店行业深度调研与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国百货店行业的概念，接着分析了中国百货店行业发展环境，然后对中国百货店行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国百货店行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国百货店行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

百货店英文名：Department Store 即百货商店，指在一个建筑物内,经营若干大类商品,实行统一管理,分区销售,满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态。

第一章 2011年中国零售业运行态势分析

第一节 2011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

第二节 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

第三节 2011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

第二章 2011年世界百货店产业运行状况分析

第一节 2011年世界百货店产业运行综述

一、世界百货店设计创意分析

二、国外百货店运营奢侈品的经验学习

三、世界百货店的标杆

第二节 2011年世界百货店产业主要国家运行分析

一、日本

二、美国

三、日本与美国对比分析

第三节 2012-2016年世界百货店产业发展趋势分析

第三章 2011年世界知名百货店发展情况透析

第一节 美国：Bloomingdale百货公司

一、公司基本情况

二、2011年公司经营及市场销售分析

三、2011年公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第二节 美国：Bergdorf Goodman百货公司

一、公司基本情况

二、2011年公司经营及市场销售分析

三、2011年公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第三节 日本：西武百货

一、公司基本情况

二、2011年公司经营及市场销售分析

三、2011年公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第四节 英国：哈洛德百货公司 Harrods

一、公司基本情况

二、2011年公司经营及市场销售分析

三、2011年公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第五节 意大利：LARINASCENTE百货公司

一、公司基本情况

二、2011年公司经营及市场销售分析

三、2011年公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第六节 法国：Galleries Lafayette百货公司

一、公司基本情况

二、2011年公司经营及市场销售分析

三、2011年公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第七节 印度尼西亚：乐宾百货

一、公司基本情况

二、2011

年公司经营及市场销售分析三、2011年公司竞争优势分析四、未来国际化发展战略第四章 2011年中国百货店产业运行环境分析第一节 国内宏观经济环境分析 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年中国宏观经济发展预测分析第二节2011年中国百货店产业政策环境分析一、百货店价格调整策略二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费 三、百货店相关政策影响分析 第三节2011年中国百货店产业社会环境分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、中国城镇化率六、居民的各种消费观念和习惯第五章2011年中国百货店产业运行形势分析第一节2011年中国百货店业发展概况一、我国百货业发展本土优势分析二、白领百货店的经营创新三、百货店业态销售同比增长速度第二节2011年中国大型百货运行分析一、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三节2011年中国百货店产业发展存在的问题分析第六章2011年中国百货业市场管理及营销手段分析第一节2011年中国百货业供应商关系管理探析一、百货业供应商关系管理简述二、百货业供应商关系管理的作用三、国内百货业供应商关系管理中的问题四、百货业供应商管理的发展趋势第二节2011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七章 2011年中国百货店业市场竞争格局分析第一节2011年中国百货店竞争现状分析一、大型、综合百货店的市场竞争优势二、百货店建立长远竞争优势浅析三、百货店核心竞争力打造四、我国百货店新的竞争模式第二节2011年中国百货店重点省市运行分析一、北京百货店30年发展二、上海百货店零售额排行三、深圳百货店回顾与展望第三节 2011年中国百货店产业提升竞争力策略分析第八章 2011年中国百货店相关竞争产业运营分析——购物中心第一节2011年中国购物中心发展概况一、中国购物中心发展的历史阶段剖析二、中国购物中心发展基本情况简述三、中国购物中心发展的特点解析四、中国Shopping Mall发展态势剖析五、外资抢滩中国购物中心市场第二节2011年中国购物中心发展存在的问题分析一、我国大型购物中心发展的阻碍二、我国购物中心发展面临的挑战三、大型购物中心在我国遭遇诸多困扰四、我国购物中心开发存在的误区透析第三节2011年中国购物中心发展的对策分析一、促进我国购物中心快速发展的建议二、大型购物中心建设的要点探讨三、我国购物中心开发的三大要素四、大型购物中心可持续发展的对策第九章 2011年中国百货店相关竞争产业运营分析——超市业 第一节 2011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20102011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四、21世纪零售业态超市的发展态势

第十章 2011年中国百货店经营主力企业关键性财务数据分析（企业可自选）

第一节 武汉中商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、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析

第二节 银川新华百货商店股份有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析

第三节 合肥百货大楼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、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析

第四节 百大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、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析

第五节 昆明百货大楼（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、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析

第十一章 2012-2016年中国百货店产业发展趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国百货店服务趋势分析一、服务趋向战略化二、服务趋向超前性三、服务趋向情感化四、服务趋向多样化五、服务趋向个性化六、服务趋向信息化

第二节 2012-2016年中国百货店产业市场预测分析一、百货店产业走势预测分析二、百货店盈利预测分析三、百货店市场竞争格局预测分析

第十二章 2012-2016年中国百货店产业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016年中国百货店产业投资环境分析

第二节 2012-2016年中国百货店产业投资机会分析一、资产注入、并购整合、股权激励等带来的投资机会二、区域优势分析

第三节 2012-2016年中国百货店产业投资风险分析一、市场竞争风险分析二、财务风险分析三、进入退出风险分析

第四节 中心专家建议

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011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：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011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：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：无店铺零售业的基本特点

图表：有店铺零售业的基本特点

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：武汉中商集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：武汉中商集团股份有限公司经营收入走势图

图表：武汉中商集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：武汉中商集团股份有限公司负债情况图

图表：武汉中商集团股份有限公司负债指标走势图

图表：武汉

中商集团股份有限公司运营能力指标走势图图表：武汉中商集团股份有限公司成长能力指标走势图图表：银川新华百货商店股份有限公司主要经济指标走势图图表：银川新华百货商店股份有限公司经营收入走势图图表：银川新华百货商店股份有限公司盈利指标走势图图表：银川新华百货商店股份有限公司负债情况图图表：银川新华百货商店股份有限公司负债指标走势图图表：银川新华百货商店股份有限公司运营能力指标走势图图表：银川新华百货商店股份有限公司成长能力指标走势图图表：合肥百货大楼集团股份有限公司主要经济指标走势图图表：合肥百货大楼集团股份有限公司经营收入走势图图表：合肥百货大楼集团股份有限公司盈利指标走势图图表：合肥百货大楼集团股份有限公司负债情况图图表：合肥百货大楼集团股份有限公司负债指标走势图图表：合肥百货大楼集团股份有限公司运营能力指标走势图图表：合肥百货大楼集团股份有限公司成长能力指标走势图图表：百大集团股份有限公司主要经济指标走势图图表：百大集团股份有限公司经营收入走势图图表：百大集团股份有限公司盈利指标走势图图表：百大集团股份有限公司负债情况图图表：百大集团股份有限公司负债指标走势图图表：百大集团股份有限公司运营能力指标走势图图表：百大集团股份有限公司成长能力指标走势图图表：昆明百货大楼（集团）股份有限公司主要经济指标走势图图表：昆明百货大楼（集团）股份有限公司经营收入走势图图表：昆明百货大楼（集团）股份有限公司盈利指标走势图图表：昆明百货大楼（集团）股份有限公司负债情况图图表：昆明百货大楼（集团）股份有限公司负债指标走势图图表：昆明百货大楼（集团）股份有限公司运营能力指标走势图图表：昆明百货大楼（集团）股份有限公司成长能力指标走势图图表：略…………更多图表见报告正文 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/maoyi1201/5912853TCW.html>