

2024-2029年中国百货零售行业市场深度分析及发展趋势研究咨询预测报告

报告简介

在“新零售”时代下拓展百货业变革的新视野，寻求新的商业模式成为行业共识。随着“新零售”时代的来临，中国百货业的转型创新势如破竹，新一轮的淘汰、调整和重组已经启动。新的市场格局正在形成，百货业进入升级换代的新时代。百货企业应把握“新零售”带来的机遇，破局创新，探索出属于自己企业的新路径。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家能源局、国家发改委、中国商业部、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国百货零售行业及各相关行业的发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，并重点分析了我国百货零售行业发展状况和特点，以及中国百货零售行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对百货零售行业进行了趋向研判，是百货零售行业等单位准确了解目前百货零售发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 百货零售行业发展概述

第一节 行业概述

一、行业定义

二、行业分类

三、行业特点

第二节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

第三节 2019-2023年行业发展现状分析

一、现状分析

二、存在问题分析

三、问题成因及对策

第二章 2019-2023年中国百货零售行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

三、宏观经济对产业影响分析

四、2024-2029年宏观经济发展预测分析

第二节 百货零售行业政策环境分析

一、百货零售行业的管理体制

二、百货零售行业主要政策内容

1、扩大消费政策措施力度继续加大

2、商务部支持流通企业兼并重组

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节 百货零售行业社会环境发展分析

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

七、社会环境对行业的影响分析

- 1、城市化进程加快进一步拓宽农村市场
- 2、消费结构升级促进百货行业发展
- 3、中国扩大消费政策取得成效
- 4、新农村建设孕育巨大消费潜力
- 5、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长
- 6、基础设施信息物流技术升级提升百货运营效率

第四节 技术环境

第三章 2019-2023年百货零售行业总体发展状况

第一节 全球化背景下外资百货在华发展概况

- 一、亚洲百货企业在华发展情况
- 二、美国百货企业在华发展情况
- 三、欧洲百货企业在华发展情况

第二节 中国百货行业发展综述

- 一、中国百货行业整体发展情况
- 二、中国百货行业发展特点
- 三、中国零售百货行业的瓶颈
- 四、制约零售百货行业发展的因素

第三节 中国百货行业发展现状分析

- 一、中国百货行业的经营模式分析
- 二、中国百货行业跨界商发展分析
- 三、百货行业二三线城市发展布局
- 四、零售业投资增加促百货行业发展

第四节 中国百货行业发展规模分析

- 一、连锁百货门店规模统计

二、连锁百货销售规模统计

三、连锁百货企业排名情况

第五节 中国百货行业网络销售发展情况

一、网络时代零售商遭遇挑战

二、中国百货企业纷纷“触网”

三、王府井网上商城的经营情况

第六节 中国百货零售行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 2019-2023年百货零售行业发展状况分析

第一节 中国连锁超市发展状况

一、中国连锁超市发展概述

二、中国超市业态发展规模

三、中国连锁超市企业排名

四、外资超市在华发展情况

五、本土超市营销战略分析

六、中国本土仓储式超市动态

七、中国连锁超市业并购情况

八、超市消费者购买行为分析

第二节 中国便利店发展状况

一、中国便利店总店数量统计

二、中国便利店门店规模统计

三、中国便利店销售规模统计

四、中国便利店经营特点分析

五、中国便利店产品策略分析

六、中国便利店分销策略分析

七、中国便利店发展swot分析

第三节 中国购物中心发展状况

一、世界购物中心分类情况分析

二、中国购物中心发展历程分析

三、中国购物中心类型形态界定

四、中国购物中心发展规模分析

五、中国购物中心发展指数分析

六、中国购物中心开发投资情况

七、中国购物中心发展策略分析

八、购物中心未来发展前景分析

第四节 中国网络购物行业发展状况

一、中国无店铺零售业态发展情况

二、中国网络零售规模现状分析

三、中国网络购物发展趋势分析

第五节 中国电视购物行业发展状况

一、电视购物发展概况

二、电视购物优点分析

三、电视购物弊端分析

四、电视购物发展方向

五、电视购物发展问题

六、电视购物面临挑战

第五章 2018百货零售行业市场竞争格局分析

第一节 中国零售行业竞争现状分析

一、中国零售业竞争总体概况

二、中国零售业竞争消费格局

三、中国零售业竞争格局变化

四、中国零售业价格竞争分析

五、中国零售业竞争问题解析

六、外资零售商在华竞争情况

第二节 内资百货与外资百货在华竞争格局分析

一、外资百货企业在华发展分析

二、本地百货行业与外资竞争分析

三、本地百货企业区域优势明显

四、内资百货企业区域扩张分析

第三节 中国百货行业竞争状况分析

一、一线城市百货供给情况分析

二、二三线城市百货行业发展分析

三、百货企业上市融资应对竞争

四、中国百货行业并购重组概况

第二部分 行业深度分析

第六章 我国百货零售行业运行现状分析

第一节 2019-2023年百货零售行业发展现状

一、2019-2023年我国百货零售行业市场规模

二、2019-2023年我国百货零售行业发展分析

三、2019-2023年中国百货零售企业发展分析

第二节 2019-2023年百货零售市场情况分析

一、行业发展阶段

二、发展热点回顾

三、市场存在的问题及策略分析

第三节 2019-2023年百货零售行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 2024-2029年百货零售行业市场发展趋势

第三部分 市场全景调研

第七章 我国百货零售行业产业链分析

第一节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国百货零售行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第三节 百货零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第四节 百货零售上游行业分析

- 一、百货零售产品成本构成
- 二、上游行业发展现状
- 三、2024-2029年上游行业发展趋势
- 四、上游供给对百货零售行业的影响

第五节 百货零售下游分析

- 一、百货零售下游分布
- 二、下游重点区域分析
- 三、2024-2029年下游发展趋势
- 四、下游需求对百货零售行业的影响

第八章 我国百货零售行业重点区域分析

第一节 华东地区行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第二节 华北地区行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第三节 东北地区行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 华中地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华南地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 西北地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西南地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

第八节 重点城市百货零售运行状况

一、北京

1、行业经济环境

2、发展现状

3、发展特点

二、上海

1、行业经济环境

2、发展现状

3、发展特点

三、深圳

1、行业经济环境

2、发展现状

3、发展特点

第四部分 竞争格局分析

第九章 2024-2029年百货零售行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、百货零售行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、百货零售行业企业间竞争格局分析

三、百货零售行业集中度分析

四、百货零售行业swot分析

第二节 中国百货零售行业竞争格局综述

一、百货零售行业竞争概况

二、中国百货零售行业竞争力分析

三、中国百货零售竞争力优势分析

四、百货零售行业主要企业竞争力分析

第三节 百货零售市场竞争格局总结

一、提高百货零售企业竞争力的有力措施

二、提高百货零售企业竞争力的几点建议

三、百货零售提高核心竞争力的建议

第十章 百货零售行业相关企业经营形势分析

第一节 大商股份

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、企业发展战略分析

第二节 百货大楼

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、重庆百货探索电商模式

第三节 上海豫园旅游商城股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、豫园商城业务整合

第四节 王府井百货(集团)股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、王府井百货转型

第五节 武汉武商集团股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、企业发展规划分析

第六节 百盛商业集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、百盛集团调整经营策略

第七节 金鹰商贸集团

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、金鹰商贸集团发展战略

第八节 天虹商场股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析
- 八、天虹商场业态转型

第九节 银泰百货(集团)有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析
- 八、银泰百货创造o2o模式

第十节 银座集团股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、银座集团股份有限公司战略转型

第五部分 发展前景展望

第十一章 2024-2029年中国百货经营策略分析

第一节 中国百货企业市场定位策略分析

一、百货店市场定位要素

二、百货店市场定位步骤

三、百货店定位应注意的问题

第二节 中国百货行业发展主要对策

一、变更业态

二、准确市场定位向特色经营转变

三、发挥自身优势向服务经营转变

四、更新经营理念向动态经营转变

五、信息化管理

六、百货业向更加智慧商业转型

第三节 中国百货行业自营模式探索

一、中国百货行业的经营模式

二、百货行业联营模式存在的问题

三、百货行业的自营能力不足

四、百货行业自营模式的探索

第四节 提升中国百货行业核心竞争力的策略选择

一、丰富齐全的产品线

二、快捷方便的运营效率

三、快速灵敏的战略调整

四、寻求质优价低成本优势

五、把握时尚流行的元素

第十二章 2024-2029年百货零售行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年百货零售市场发展前景

一、2024-2029年百货零售市场发展潜力

二、2024-2029年百货零售市场发展前景展望

三、2024-2029年百货零售细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年百货零售市场发展趋势预测

一、2024-2029年百货零售行业发展趋势

二、2024-2029年百货零售市场规模预测

三、2024-2029年百货零售行业需求规模预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国百货零售行业供需预测

一、2024-2029年供给预测

二、2024-2029年下游需求预测

三、2024-2029年整体供需格局预测

四、2024-2029年中国百货零售投资规模预测

五、2024-2029年中国百货零售行业供需平衡预测

第四节 商业模式下的百货行业趋势

一、商圈两极化外延的地产百货模式

二、破解盈利模式之困的多业态融合模式

三、延伸连锁空间的相关多元化模式

第五节 多业态、多元化融合的行业发展趋势

一、购物中心多业态发展趋势

二、多元嵌入的连锁式外延扩张

第六节 中国百货行业发展方向

一、特色化、主题化、品牌化

二、连锁化、产业化、集约化

三、品牌化、信用化、知识化

第十三章 2024-2029年百货零售行业投资机会与风险防范

第一节 百货零售行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、百货零售行业投资现状分析

第二节 百货零售行业投资机会分析

一、百货零售投资项目分析

二、可以投资的百货零售模式

三、2019百货零售投资机会

第三节 2024-2029年中国百货零售行业发展预测分析

一、未来百货零售发展分析

二、未来百货零售行业技术开发方向

第四节 2024-2029年百货零售行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六部分 发展战略研究

第十四章 百货零售行业发展战略研究

第一节 百货零售行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国百货零售品牌的战略思考

一、百货零售品牌的重要性

二、百货零售实施品牌战略的意义

三、百货零售企业品牌的现状分析

四、我国百货零售企业的品牌战略

五、百货零售品牌战略管理的策略

六、国内外百货零售品牌对比及策略建议

第三节 百货零售经营策略分析

一、百货零售市场细分策略

二、百货零售市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、百货零售新产品差异化战略

第四节 百货零售行业投资战略研究

一、2024-2029年百货零售行业投资战略

二、2024-2029年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 百货零售行业研究结论及建议

第二节 百货零售子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和百货零售行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：中国零售业态的演进历程

图表：中国零售业业态分类

图表：超市和百货行业业态特征对比

图表：中国国内生产总值增长速度趋势图

图表：中国社会消费品零售总额增长速度趋势图

图表：城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表：中国城镇化率变化趋势图

图表：中国限额以上批发和零售业分业态零售额增长情况

图表：中国连锁零售企业基本情况统计

图表：中国连锁零售企业门店总数增长趋势图

图表：中国连锁零售企业从业人员增长趋势图

图表：中国连锁零售企业营业面积增长趋势图

图表：连锁零售业闭店情况统计

图表：度中国连锁经营百强企业排名

图表：中国主要连锁百货经营情况统计

图表：主要外资百货在华发展概况

图表：全国性扩张模式的家本土百货商

图表：中国便利店经营规模统计

图表：中国便利店商品销售规模统计

图表：联营与自营优劣势分析

图表：2024-2029年中国百货业规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20191009/140361.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)