

2024-2029年内蒙古零售百货行业发展分析与发展趋势预测研究报告

报告简介

中国全球第一大网络零售市场。在内蒙古，零售百货业发展依旧强势，主要区域及二三级市场百货业人流规模大，购买力形势良好，商业地产招商项目不断，针对零售百货招商计划的趋向性明显，项目开展不断。在我国，百货业仍是主要业态，而超市在零售业态中比例偏低，同时盲目追求规模、上档次，市场定位雷同，使竞争不断趋于白热化。从世界零售业发展趋势看，百货业正处于萎缩状态，而以连锁经营为特色的现代零售业正迅速崛起。目前跨国零售业在经营业态上以连锁超市为主、多种业态并举，进入我国的外资零售企业避开已饱和的大型百货商场，选择综合超市和仓储店等现代零售业主力业态，对我国零售业冲击很大。

我国的零售业虽然已经出现多种业态并存的格局，但百货业态仍超常规发展，我国百强零售企业中，百货业态占据三分之一。整个内蒙古自治区的经济，依托资源发展的特点非常明显。资源驱动型的发展模式，吸引了全国各地怀揣巨资的投资商、地产商以及全国性零售企业集团的纷纷进入，更促使内蒙古民族集团、维多利集团等内蒙古本地商场加速扩张布点，调整业态。我国的企业逐渐认识到合作的重要性，纷纷加入到供应链企业的合作之中。目前百货业的发展也不成熟，形成全国性连锁化扩张发展，在资金和运作上还存在一定的难度。地方性百货企业的门店还主要分布在省和周边城市，在区域市场上尽管具有一定的垄断优势，但在开疆拓土、跨省市扩张、横向渗透式的扩张方面还有待提升。面对供应链企业在合作期间碰撞出的诸多问题，各企业应该尊重理论指导，像沃尔玛等国际性大企业学习经验，把握科学的冲突处理方法策略，才能有效提高我国供应链企业的竞争力。受益于政府的促消费政策，百货业发展将保持快速增长态势。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、国民经济景气监测中心、中华全国商业信息中心、中国百货商业协会、中国连锁经营协会、全国商业信息中心、中国行业研究网等公布和提供的大量资料，对我国的内蒙古零售百货行业进行了全面的分析。

本内蒙古零售百货行业报告，首先介绍了内蒙古零售百货行业的基本知识以及在国内外的发展现状等，接着分析了国内内蒙古零售百货的市场运行，然后对内蒙古零售百货进行了调查，并对内蒙古零售百货主要企业的运行情况进行了总结，最后描绘了内蒙古零售百货的发展前景以及投资机会，是内蒙古零售百货企业、投资机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

报告目录

第一部分 内蒙古零售百货行业发展环境

第一章 内蒙古零售百货行业概述

第一节 内蒙古零售百货行业定义

第二节 内蒙古零售百货行业发展历程

第三节 内蒙古零售百货行业分类情况

第四节 内蒙古零售百货产业链分析

第二章 2019-2023年内蒙古零售百货行业发展环境分析

第一节 2019-2023年经济环境分析

一、宏观经济运行

二、固定资产投资

第二节 2019-2023年内蒙古零售百货行业政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2019-2023年内蒙古零售百货行业社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第二部分 内蒙古零售百货行业运行分析

第三章 2019-2023年内蒙古零售百货行业总体发展状况

第一节 内蒙古零售百货行业规模情况分析

一、行业人员规模状况分析

二、行业市场规模状况分析

三、零售超市规模比较

第二节 内蒙古零售百货行业财务能力分析

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 内蒙古零售百货行业发展现状分析

第一节 全国内蒙古零售百货行业发展分析

一、全国零售百货行业发展形势分析

二、全国内蒙古零售百货行业发展现状

三、全国内蒙古零售百货行业发展预测

第二节 内蒙古零售百货行业发展分析

一、2019-2023年内蒙古零售百货行业发展态势分析

二、2019-2023年内蒙古零售百货行业发展特点分析

三、2019-2023年内蒙古零售百货行业市场供需分析

第三节 内蒙古零售百货产业特征与行业重要性

第四节 内蒙古零售百货行业特性及模式分析

一、服务概念创新

二、顾客界面创新

三、服务传递系统创新

四、零供关系创新

五、技术创新

第五章 我国零售业整体营销分析

第一节 零售企业的多渠道营销分析

第二节 零售业的营销分析

一、以文化特色促零售业营销

二、中国零售业的交互式营销

三、中国零售业营销的趋势特点

四、零售企业的体验营销策略

第三节 零售业的数字化营销力

一、零售商眼中的制造商

二、制造商眼中的零售商

第四节 我国零售企业营销模式创新策略分析

一、企业营销模式的内涵

二、我国零售企业营销模式中存在的问题

三、我国零售企业营销模式的创新策略

第五节 我国超市营销策略中存在的问题及对策

一、我国多数超市营销策略中存在的问题

二、我国超市加强营销策略的建议

三、乐购超市营销策略的借鉴意义

第六节 中小连锁零售企业品牌营销的策略

一、中小连锁零售企业品牌营销中出现的主要问题

二、中小连锁零售企业品牌营销策略

三、中小连锁零售企业品牌营销应注意控制的环节

四、中小连锁零售企业实施品牌营销的意义

第七节 零售商品品牌资产营销管理策略体系构建

一、零售商品品牌营销管理：优化零售商品品牌资产创建的直接手段

二、顾客情绪管理：激发零售商品品牌资产创建的情感动力

三、顾客体验管理：构建零售商品品牌资产创建的体验平台

四、顾客关系营销管理：强化零售商品品牌资产创建的关系质量

五、顾客忠诚管理：夯实零售商品品牌资产创建的基础保障

第三部分 内蒙古零售百货行业竞争策略

第六章 内蒙古零售百货行业竞争力优势分析

第一节 行业在全国的地位

一、行业地位分析

二、零售百货行业经济指标分析

第二节 行业整体竞争力评价及策略

第三节 行业竞争力评价结果分析

第四节 竞争优势评价及构建建议

第七章 内蒙古零售百货行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业(物流)

1、厂商配送模式

2、自营配送模式

3、第三方配送模式

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 内蒙古零售百货企业竞争策略分析

一、提高内蒙古零售百货企业核心竞争力的对策

二、影响内蒙古零售百货企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高企业竞争力的点评

第八章 外资零售企业在华发展状况分析

第一节 沃尔玛在华发展动态

- 一、零售企业综合排名沃尔玛居首
- 二、沃尔玛为占据竞争制高点布局
- 三、沃尔玛在供应链冲突解决中的作法
- 四、沃尔玛增加中国电子商务投资
- 五、沃尔玛在华电子商务发展战略
- 六、沃尔玛面临的挑战
- 七、沃尔玛需要变革
- 八、沃尔玛将在中国二三线城市大展拳脚

第二节 家乐福在华发展动态

- 一、家乐福单店业绩超沃尔玛近四成
- 二、家乐福现利润下滑
- 三、家乐福连开7店加快二三线城市进驻步伐
- 四、家乐福合肥又开新店
- 五、家乐福中国区计划新开30家门店
- 六、家乐福销模式与能力的考量

第三节 麦德龙在华发展动态

- 一、麦德龙加速在华扩张
- 二、麦德龙数亿元进军电商
- 三、麦德龙计划2019年在华新开至少10家店

第九章 内蒙古零售百货行业重点企业竞争分析

第一节 内蒙古维多利亚集团

- 一、企业概况
- 二、企业业务分类

三、企业战略规划

第二节 呼和浩特万达百货有限公司

一、企业概况

二、企业战略规划

第三节 神华亿佰蓝天购物中心(神华集团)

第四节 内蒙古民族控股集团有限责任公司

一、企业概况

二、企业荣誉

三、企业发展历程

第五节 包头王府井青山店

第六节 呼和浩特王府井百货

第七节 包头王府井昆区店

第八节 内蒙古包头百货大楼股份有限公司

第九节 内蒙古天元商贸股份有限公司

第十节 沃尔玛(内蒙古)百货有限公司

第四部分 内蒙古零售百货行业投资前景预测

第十章 内蒙古零售百货行业投资与发展前景分析

第一节 内蒙古零售百货行业投资机会分析

一、内蒙古零售百货投资项目分析

二、可以投资的内蒙古零售百货模式

三、内蒙古零售百货投资机会

第二节 2024-2029年内蒙古零售百货行业发展预测分析

一、未来内蒙古零售百货发展分析

二、未来内蒙古零售百货行业技术开发方向

三、总体行业十四五整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十四五行业发展趋势

第十一章 2024-2029年内蒙古零售百货行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前内蒙古零售百货存在的问题

第二节 内蒙古零售百货未来发展预测分析

一、内蒙古零售百货发展方向分析

二、2024-2029年内蒙古零售百货行业发展规模预测

三、2024-2029年内蒙古零售百货行业发展趋势预测

第三节 2024-2029年内蒙古零售百货行业投资风险分析

一、竞争风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、投资风险分析

第十二章 内蒙古零售百货发展建议与策略

第一节 零售企业商品品牌打造策略

一、充分理解商品特征以打造个性化品牌

二、加大宣传力度且重视广告投放

三、适时扩大规模

四、充分利用政府的支持政策

第二节 零售企业客户关怀管理的策略与提升

一、零售业客户关怀管理现状

二、客户关怀管理的价值

三、客户购买决策过程与关怀管理的渗透

第三节 零售企业有效扩张策略

第四节 中国零售业创新策略

一、零售业创新的必要性

二、零售业创新的途径

三、中国零售业创新的策略

第五节 中国零售业商业模式创新策略

一、网络渠道不可回避

二、创新须看需求模式

三、关注消费新趋势

第六节 中国零售业盈利模式解析与经营发展对策

第十三章 业内专家观点与结论

第一节 内蒙古零售百货行业营销策略分析及建议

一、内蒙古零售百货行业营销模式

二、内蒙古零售百货行业营销策略

第二节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

图表目录

图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度

图表：2019-2023年农村居民人均收入及其增长速度

图表：2019-2023年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

图表：2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2019-2023年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2019-2023年全国居民消费价格指数

图表：2019-2023年份居民消费价格分类同比增长

图表：2019-2023年份居民消费价格分类别环比增长

图表：2019-2023年我国居民消费价格增长

图表：2019-2023年城镇新增就业人数

图表：2019-2023年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2019-2023年公共财政收入及其增长速度

图表：2019-2023年粮食产量及其增长速度

图表：2019-2023年全部工业增加值及其增长速度

图表：2019-2023年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2019-2023年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2019-2023年建筑业增加值及其增长速度

图表：2019-2023年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2019-2023年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度

图表：2019-2023年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019-2023年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：2019-2023年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2019-2023年货物进出口总额及其增长速度

图表：2019-2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2019-2023年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2019-2023年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2019-2023年货物进出口总额

图表：2019-2023年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表：2019-2023年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2019-2023年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2019-2023年年末电话用户数

图表：2019-2023年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2019-2023年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2019-2023年年末人口数及其构成

图表：2019-2023年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2019-2023年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

图表：2019-2023年固定资产投资主要情况

图表：2019-2023年各地区固定资产投资(不含农户)情况

图表：2019-2023年固定资产投资(不含农户)增速

图表：2019-2023年固定资产投资资金来源增速

图表：2019-2023年东、中、西部地区固定资产投资增速

图表：2019-2023年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表：2019-2023年社会消费品零售总额主要数据

图表：2019-2023年社会消费品零售总额及增长

图表：2019-2023年城镇社会消费品零售总额及增长

图表：2019-2023年乡村社会消费品零售总额及增长

图表：2019-2023年商品零售社会消费品零售总额及增长

图表：2019-2023年限额以上企业(单位)社会消费品零售总额及增长

图表：2019-2023年限额以上企业(单位)商品零售及增长

图表：2019-2023年份规模以上工业生产主要数据

图表：2019-2023年全国规模以上工业增加值增速

图表：2019-2023年全国东、中、西部规模以上工业增加值增速

图表：2019-2023年内蒙古零售百货行业从业人员数及增长趋势图

图表：2019-2023年内蒙古零售百货市场规模

图表：2019-2023年零售业(超市)连锁零售企业连锁总店数

图表：2019-2023年零售业(超市)连锁零售企业门店数

图表：2019-2023年零售业(超市)连锁零售企业从业人员数

图表：2019-2023年零售业(超市)连锁零售企业营业面积

图表：2019-2023年零售业(大型超市)连锁零售企业连锁总店数

图表：2019-2023年零售业(大型超市)连锁零售企业门店数

图表：2019-2023年零售业(大型超市)连锁零售企业从业人员数

图表：2019-2023年零售业(大型超市)连锁零售企业营业面积

图表：2019-2023年内蒙古零售百货行业销售利润率

图表：2019-2023年内蒙古零售百货行业成本费用利润率

图表：2019-2023年内蒙古零售百货行业制造亏损面

图表：2019-2023年内蒙古零售百货行业利息保障倍数

图表：2019-2023年内蒙古零售百货行业总资产周转率

图表：2019-2023年内蒙古零售百货行业应收账款周转率

图表：2019-2023年百家重点大型零售企业零售额名义与实际增速

图表：部分重点国家和地区零售百货业市场份额分布图

图表：零售服务创新五维度模型

图表：零售商品品牌定位的系统结构

图表：顾客情绪管理过程

图表：零售业顾客体验管理运作框架

图表：零售业顾客关系营销管理过程

图表：顾客忠诚管理的运作架构

图表：2019和2019年百家大型零售企业各月零售额增速对比

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业家电市场月度零售额增速

图表：2019-2023年份整体零售市场及家电市场月度增速与累计增速对比

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业各月食品类零售额同比增速

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业各月食品类零售额累计增速

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业各食品类别零售额同比增速

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额分月同比增速

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额累计增速

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售量分月同比增速

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售量累计增速

图表：2019-2023年全国百家重点大型零售企业各类服装零售量同比增速

图表：2019-2023年商品零售价格指数

图表：2019-2023年食品零售价格指数

图表：2019-2023年饮料、烟酒零售价格指数

图表：2019-2023年服装、鞋帽零售价格指数

图表：2019-2023年纺织品零售价格指数增长

图表：2019-2023年家用电器及音像器材零售价格指数

图表：2019-2023年文化办公用品零售价格指数

图表：2019-2023年日用品零售价格指数

图表：2019-2023年体育娱乐用品零售价格指数

图表：2019-2023年家具零售价格指数

图表：2019-2023年化妆品零售价格指数

图表：2019-2023年金银珠宝零售价格指数

图表：2019-2023年中西药品及医疗保健用品零售价格指数

图表：2019-2023年书报杂志及电子出版物零售价格指数

图表：2019-2023年燃料零售价格指数

图表：2019-2023年建筑材料及五金电料零售价格指数

图表：2019-2023年国内连锁经营销售8强

图表：外资百货入京的策略与困惑

图表：2024-2029年内蒙古零售百货市场规模预测

图表：2019-2023年零售业连锁零售企业连锁总店数(百货店)

图表：2019-2023年零售业连锁零售企业门店数(百货店)

图表：2019-2023年零售业连锁零售企业从业人员数(百货店)

图表：2019-2023年零售业连锁零售企业营业面积(百货店)

图表：未来零售企业的SPOSC五大核心竞争力

图表：零售业营运体系九大核心

图表：不同发展阶段零售企业组织结构演变

图表：零售业采购重心的划分及特点

图表：零售业利润优化示意图

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/lingshou/201008123135.shtml>

在线订购：[点击这里](#)