

2017-2022年中国零售行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国零售行业发展现状分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/300615.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

我国零售行业企业众多，根据国家统计局数据统计，截至 2014 年末，我国年主营业务收入超过 500 万元的限额以上的零售行业企业数量为 87,652 个，从业人数 681 万人。根据中国连锁经营协会数据统计，2013 年度、2014 年度和 2015 年度，我国连锁百强销售规模分别为 20,384.84 亿元、20,963.76 亿元和 20,628.07 亿元。但连锁百强企业的销售额占社会消费品零售总额的比例仅为 8.70%、7.71% 和 6.85%，其中前十名连锁企业的总销售额占社会消费品零售总额的比例为 3.52%、3.11% 和 2.95%，均呈下降趋势。我国零售行业市场集中度偏低，激烈的竞争降低了行业的毛利率，缺少经营特色的小型零售企业发展空间受到一定挤压，销售利润逐步向大规模的零售企业倾斜，未来行业将会出现较多的并购和整合。

中国零售连锁经营数据

单位：亿元

零售连锁行业企业众多，主要经营百货业务的代表企业有大连大商集团有限公司、山东省商业集团有限公司；主要经营电器销售业务的代表企业有苏宁云商集团股份有限公司、国美电器有限公司；主要经营超市业务的代表企业有沃尔玛（中国）投资有限公司、家乐福（中国）管理咨询服务有限公司和康成投资（中国）有限公司（大润发）等。

2013-2015 年中国连锁经营销售额排名前十的企业如下：

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1章：全球零售业发展现状与趋势分析

1.1 全球零售业总体发展现状与趋势分析

1.1.1 现代国际零售业的发展特征

1.1.2 全球零售业市场规模

1.1.3 全球零售业市场竞争格局

1.1.4 全球零售业地域分布

1.1.5 跨国零售商进入海外市场的模式

1.1.6国际零售业的发展对我国零售业的启示

1.1.7全球零售业发展趋势分析

1.1.8全球零售业发展前景分析

1.2全球主要地区零售业发展现状与趋势分析

1.2.1欧洲零售业发展状况

(1) 欧洲经济现状分析

(2) 欧洲消费者信心现状

(3) 欧洲主要零售商排名

(4) 欧洲零售业发展趋势

1.2.2美国零售业发展状况

(1) 美国经济现状分析

(2) 美国消费者信心现状

(3) 美国主要零售商排名

(4) 美国零售业发展趋势

1.2.3日本零售业发展状况

(1) 日本经济现状分析

(2) 日本消费者信心现状

(3) 日本主要零售商排名

(4) 日本零售业发展趋势

1.3重点国际零售业巨头互联网+运营情况分析

1.3.1沃尔玛互联网+运营情况分析

(1) 沃尔玛基本情况

(2) 沃尔玛经营情况分析

(3) 沃尔玛在华业务拓展情况

(4) 沃尔玛互联网+运营现状

(5) 沃尔玛重大发展动向

1.3.2家乐福互联网+运营情况分析

(1) 家乐福基本情况

(2) 家乐福经营情况分析

(3) 家乐福在华业务拓展情况

(4) 家乐福互联网+运营现状

(5) 家乐福重大发展动向

1.3.3麦德龙互联网+运营情况分析

(1) 麦德龙基本情况

(2) 麦德龙经营情况分析

- (3) 麦德龙在华业务拓展情况
- (4) 麦德龙互联网+运营现状
- (5) 麦德龙重大发展动向

第2章：中国零售行业发展现状与趋势分析

2.1中国零售行业总体发展现状

2.1.1零售行业界定以特点

- (1) 零售业的含义及特点
- (2) 零售业态的介绍

2.1.2零售行业运行情况

- (1) 行业整体规模分析

2008-2014年我国零售业商品销售额

- (2) 消费商品市场分析

2.1.3零售行业百强市场分析

- (1) 零售百强市场规模分析
- (2) 零售百亿级企业数量统计
- (3) 零售百强入围门槛分析
- (4) 零售百强市场占有率分析
- (5) 零售百强市场集中度分析
- (6) 零售百强单店贡献率与门店贡献率分析
- (7) 百亿级零售企业跨区域与区域企业分布
- (8) 零售百强外资企业市场分析
 - 1) 零售百强外资企业销售占比
 - 2) 零售百强外资企业规模及门店数
 - 3) 零售百强外资企业新开门店数
 - 4) 零售外资巨头在华开店情况

2.2中国零售行业发展环境分析

2.2.1零售行业政策环境分析

- (1) 行业主管部门
- (2) 行业相关政策

2.2.2零售行业经济环境分析

- (1) 社会消费品零售总额

2011-2015年我国社会消费品零售总额

(2) 国内生产总值 (GDP)

2006-2015 年我国国内生产总值及增长率

1) GDP增长分析

2) GDP对零售业的影响

(3) 居民消费价格 (CPI)

1) CPI走势分析

2) CPI对零售行业的影响

(4) 城乡居民可支配收入

中国城乡居民可支配收入 (元)

1) 城乡居民可支配收入分析

2) 可支配收入对零售业影响

2.2.3零售行业社会环境分析

(1) 居民消费发展情况

(2) 城镇化进程分析

1) 城镇化率

2) 城镇化对零售业的影响

(3) 居民产品品类消费方向

(4) 居民消费信心分析

2.3零售行业关联产业分析

2.3.1商业地产发展分析

(1) 商业地产发展现状分析

(2) 商业地产发展前景分析

(3) 商业地产对零售业的推动分析

2.3.2物流行业发展分析

(1) 物流行业发展现状分析

(2) 物流行业发展前景分析

(3) 物流行业与零售业的关联性分析

2.3.3电子商务发展分析

(1) 电子商务发展现状分析

(2) 电子商务发展前景分析

(3) 电子商务对零售业的推动分析

2.4零售行业发展前景和投融资分析

2.4.1零售行业发展面临挑战

2.4.2零售行业发展趋势分析

- (1) 专业化零售渠道将快速发展
- (2) 网上销售将保持快速发展，与实体店差距逐步缩小
- (3) 转变经营模式势在必行
- (4) 供应链将继续进化并提升效率
- (5) 业态创新，注重品牌建设
- (6) 渠道下沉步伐加快

2.4.3 零售行业发展前景预测

2.4.4 零售行业投资分析

- (1) 零售行业投资现状分析
- (2) 零售行业投资风险分析

2.4.5 零售行业融资分析

- (1) 零售行业主要融资方式

1) 风险投资

2) 债务融资

3) 内部融资

4) 对赌协议

- (2) 零售行业主要融资事件

2.4.6 零售行业投融资趋势分析

第3章：互联网对零售行业的冲击挑战及转型突围策略

3.1 零售行业当前面临的困境分析

3.1.1 终端消费景气度变化及影响

3.1.2 库存危机及解决高库存之痛

3.1.3 生产要素成本上涨对盈利的影响

3.1.4 电商等新业态对行业的冲击力度

3.2 互联网发展现状及带来的变革

3.2.1 互联网发展势不可挡

- (1) 互联网普及应用增长迅猛

- (2) 网络购物市场蓬勃发展

- (3) 移动互联网呈爆发式增长

3.2.2 互联网发展带来巨大变革

- (1) 互联网应用催生多种新兴业态

- (2) 互联网思维颠覆、重塑传统行业

3.3 互联网对零售行业的冲击与挑战

3.3.1 互联网对零售行业的影响层面

- (1) 改变了消费者的消费习惯
- (2) 打破了信息的不对称性格局
- (3) 大数据推动资源利用最大化
- 3.3.2 互联网对零售行业带来的冲击
 - (1) 对线下分流，线下客流下滑
 - (2) 对实体店带来价格冲击
- 3.3.3 互联网对传统零售行业的颠覆与重构
 - (1) 原有定价体系崩塌，新体系需重建
 - (2) 零售行业供应链及价值链面临重构
 - (3) 原有格局被打破，传统品牌需创新迎变
 - (4) 由传统产品驱动向用户驱动转变
- 3.4 互联网思维下传统零售企业转型突围策略
 - 3.4.1 零售企业电商切入模式及运营建议
 - 3.4.2 零售企业O2O战略布局及实施运营
 - 3.4.3 零售业转型O2O的模式简析
 - 3.4.4 零售企业互联网营销推广方式及思路
 - 3.4.5 零售企业如何实现数据化管理
 - 3.4.6 传统零售企业互联网转型优秀案例研究
- 3.5 典型零售企业互联网+转型成功经验借鉴
 - 3.5.1 梅西百货
 - (1) 梅西百货的成长历史
 - (2) 梅西百货的MOM发展战略
 - (3) 梅西百货互联网+转型策略及发展路径
 - (4) 梅西百货全渠道战略实施措施与服务
 - (5) 梅西百货融合各渠道提升购物体验的做法
 - (6) 梅西百货对供应链系统的改进措施
 - (7) 梅西百货的社会化媒体营销之道
 - (8) 梅西百货全渠道转型实施效果分析
 - (9) 梅西百货发展对国内百货业的启示
 - 3.5.2 英国Argos
 - (1) Argos成长历史
 - (2) Argos互联网+路径及运营模式
 - (3) Argos的门店经营创新
 - (4) Argos对物流系统的优化
 - (5) Argos对供应链的高效整合

- (6) Argos全渠道实施效果分析
- (7) Argos发展对国内零售企业的启示

3.5.3Walgreens

- (1) Walgreens的成长历史
- (2) Walgreens全渠道战略落地措施
- (3) Walgreens全渠道转型实施效果分析
- (4) Walgreens发展对国内企业的启示

3.5.4台湾7-ELEVEN

- (1) 台湾7-ELEVEN的成长历史
- (2) 台湾7-ELEVEN的O2O模式特点
- (3) 台湾7-ELEVEN提高顾客美誉度与粘性的做法
- (4) 台湾7-ELEVEN门店内ibon扮演的O2O角色
- (5) 台湾7-ELEVEN线上业务的订购方式及支付方式
- (6) 台湾7-ELEVEN的e-Service服务模式
- (7) 台湾7-ELEVEN发展对国内便利店的启示

第4章：中国零售行业细分业态发展现状与趋势分析

4.1零售行业总体发展分析

4.1.1零售业态结构分析

4.1.2零售行业百强业态分布

4.2百货业态发展现状与趋势分析

4.2.1百货业发展现状

- (1) 百货业发展特点
- (2) 百货业并购重组
- (3) 百货企业经营情况
- 1) 百货业态企业平均规模情况
- 2) 百货业态单店经营情况
- 3) 百货业态新开门店与关店情况分析

4.2.2百货业经营模式

- (1) 自营模式
- (2) 联营模式
- (3) 自有品牌经营模式
- (4) 经营模式比较

4.2.3百货业竞争情况

4.2.4百货业存在问题

4.2.5 百货业发展趋势

4.3 超市业态发展现状与趋势分析

4.3.1 超市业态发展现状

- (1) 超市业态现状
- (2) 超市行业规模及增速
- (3) 超市业盈利水平
- (4) 超市及大型超市企业成本情况
- (5) 大型超市店铺经营情况
- (6) 超市店铺经营情况
- (7) 超市企业门店数量变化情况分析

4.3.2 超市业经营模式

- (1) 个体经营和连锁经营
- (2) 自营、联营和代销
- (3) 典型经营模式分析
 - 1) 家乐福经营模式
 - 2) 沃尔玛经营模式
 - 3) 永辉超市经营模式

4.3.3 超市业竞争分析

- (1) 市场竞争格局分析
- (2) 主要企业及市场份额
- (3) 来自农贸市场的竞争

4.3.4 超市业发展趋势

4.4 便利店业态发展现状与趋势分析

4.4.1 便利店业特征分析

4.4.2 便利店业经营分析

4.4.3 便利店业经营模式

- (1) 好德、可的便利店经营模式
- (2) 7-11便利店经营模式

4.4.4 便利店业市场格局

4.4.5 便利店业发展趋势

4.5 专业店业态发展现状与趋势分析

4.5.1 专业店业态总体发展情况

- (1) 专业店业态企业发展规模
- (2) 专业店业态企业经营效率
- (3) 专业店业态企业成本费用情况

4.5.2 家电连锁业发展分析

- (1) 家电连锁业发展状况
- (2) 家电连锁业市场格局
- (3) 家电连锁业存在问题
- (4) 家电连锁业模式创新
 - 1) 美苏模式
 - 2) 汇银模式
 - 3) 大商模式
 - 4) 顺电模式
- (5) 家电连锁业发展趋势

4.5.3 药店连锁业发展分析

- (1) 药店连锁经营情况分析
 - 1) 药店连锁规模分析
 - 2) 药店连锁盈利水平分析
 - 3) 连锁药店行业运行效率情况
- (2) 医药商业连锁业经营模式
 - 1) 直营连锁模式分析
 - 2) 加盟连锁模式分析
- (3) 药店连锁业竞争情况
- (4) 药店连锁业发展趋势

4.5.4 黄金珠宝连锁业发展分析

- (1) 黄金珠宝连锁业运营模式
- (2) 黄金珠宝连锁运营模式比较
 - 1) 行业典型运营模式比较分析
 - 2) 行业主要企业运营模式比较分析
- (3) 黄金珠宝连锁业销售渠道
 - 1) 品牌自营
 - 2) 品牌代理
 - 3) 品牌加盟
 - 4) 非品牌批发
 - 5) 电子商务
- (4) 黄金珠宝连锁业发展趋势

4.6 新兴零售业态发展现状与趋势分析

4.6.1 购物中心发展分析

- (1) 国内购物中心零售业态分析

- (2) 国内购物中心发展规模
- (3) 国内主要购物中心发展情况
- (4) 国内购物中心发展趋势

4.6.2 无店铺销售发展分析

- (1) 无店铺销售的发展规模
- (2) 网络零售市场竞争情况
- (3) 网络零售市场发展趋势

第5章：中国主要商品零售市场分析与发展趋势

5.1 食品类零售市场分析与发展趋势

5.1.1 食品零售总额及增速

- (1) 限额以上食品企业零售总额
- (2) 规模以上食品企业销售规模

5.1.2 食品消费价格分析

5.1.3 食品零售市场发展趋势

5.2 服装类零售市场分析与发展趋势

5.2.1 服装零售总额及增速

- (1) 限额以上服装企业销售规模
- (2) 规模以上服装企业销售规模

5.2.2 服装消费结构分析

5.2.3 服装消费价格分析

5.2.4 服装零售经营模式

- (1) 传统模式
- (2) SPA模式

1) SPA模式的发展

2) SPA模式特征

3) SPA四大模块

- (3) 虚拟经营模式
- (4) 电子商务模式

5.2.5 服装零售市场特点

5.2.6 服装零售市场发展趋势

5.3 日用品类零售市场分析与发展趋势

5.3.1 日用品零售总额及增速

5.3.2 日用品销售方式分析

5.3.3 日用品零售特点分析

5.3.4日用品零售市场发展趋势

5.4化妆品类零售市场分析与发展趋势

5.4.1化妆品零售总额及增速

- (1) 全部化妆品企业零售总额
- (2) 限额以上化妆品企业零售总额
- (3) 规模以上化妆品企业销售规模

5.4.2化妆品消费结构分析

5.4.3化妆品销售方式分析

5.4.4化妆品零售市场特点

5.4.5化妆品零售市场发展趋势

- (1) 化妆品零售发展趋势
- (2) 化妆品零售前景预测

5.5家电类零售市场分析与发展趋势

5.5.1家电市场产销情况

- (1) 空调产销量情况
- (2) 家用电冰箱产销量情况
- (3) 家用洗衣机产销量情况
- (4) 彩色电视机产销量情况

5.5.2家电零售规模及增速

5.5.3家电销售方式分析

5.5.4家电零售市场特点

5.5.5家电零售市场发展趋势

5.6药品类零售市场分析与发展趋势

5.6.1药品零售规模及增长

- (1) 药品零售总额
- (2) 限额以上中西药品零售总额

5.6.2药品销售结构分析

5.6.3药品销售方式分析

- (1) 按销售对象分：批发、纯销平分天下
- (2) 药品配送方式
- (3) 药品销售区域结构

5.6.4药品零售市场发展特点

5.6.5药品零售市场发展趋势

- (1) 药品零售发展趋势
- (2) 药品零售前景预测

5.7黄金珠宝类零售市场分析与发展趋势

5.7.1黄金珠宝零售总额及增速

- (1) 限额以上黄金珠宝企业零售总额
- (2) 规模以上黄金珠宝企业销售规模

5.7.2黄金珠宝消费结构分析

5.7.3黄金珠宝销售方式分析

5.7.4黄金珠宝零售市场特点

5.7.5黄金珠宝零售市场发展趋势

第6章：中国零售行业典型区域市场分析

6.1环渤海经济带零售行业市场分析与发展趋势

6.1.1环渤海经济带总体发展分析

6.1.2北京市零售行业发展分析

- (1) 北京市零售行业发展规模分析
- (2) 北京市零售行业重点企业分析
- (3) 北京市零售行业发展前景分析

6.1.3山东省零售行业发展分析

- (1) 山东省零售行业发展规模分析
- (2) 山东省零售行业重点企业分析
- (3) 山东省零售行业发展前景分析

6.2长三角经济带零售行业市场分析与发展趋势

6.2.1长三角经济带总体发展分析

6.2.2上海市零售行业发展分析

- (1) 上海市零售行业发展规模分析
- (2) 上海市零售行业重点企业分析
- (3) 上海市百货行业发展分析
- (4) 上海市零售行业发展前景分析

6.2.3江苏省零售行业发展分析

- (1) 江苏省零售行业发展规模分析
- (2) 江苏省零售行业重点企业分析
- (3) 江苏省零售行业发展前景分析

6.2.4浙江省零售行业发展分析

- (1) 浙江省零售行业发展规模分析
- (2) 浙江省零售行业重点企业分析
- (3) 浙江省零售行业发展前景分析

6.3 珠三角经济带零售行业市场分析与发展趋势

6.3.1 珠三角经济带总体发展分析

6.3.2 广州市零售行业发展分析

(1) 广州市零售行业发展规模分析

(2) 广州市零售行业重点企业分析

(3) 广州市零售行业发展前景分析

6.3.3 深圳市零售行业发展分析

(1) 深圳市零售行业发展规模分析

(2) 深圳市零售行业重点企业分析

(3) 深圳市零售行业发展前景分析

第7章：中国零售行业领先企业分析

7.1 百货业态领先企业经营分析

7.1.1 大商股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.2 广州友谊集团股份有限公司

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.3广州市广百股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 公司发展战略分析

7.1.4北京王府井百货(集团)股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.5上海百联集团股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.6合肥百货大楼集团股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

(8) 公司最新发展动向

7.1.7长春欧亚集团股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

(8) 公司最新发展动向

7.1.8重庆百货大楼股份有限公司

- (1) 公司概况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (5) 公司互联网+布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 公司发展战略分析

7.1.9中百控股集团股份有限公司

- (1) 公司概况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (5) 公司互联网+布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 公司发展战略分析

7.1.10银座集团股份有限公司

- (1) 公司概况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 公司发展战略分析

7.1.11天虹商场股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.12湖南友谊阿波罗商业股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.13长沙通程控股股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.14 上海豫园旅游商城股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.15 上海新世界股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.16 茂业国际控股有限公司

(1) 公司概况分析

- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 公司营收情况分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (5) 公司互联网+布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 公司发展战略分析
- (8) 公司最新发展动向

7.1.17 西安民生集团股份有限公司

- (1) 公司概况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (5) 公司互联网+布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 公司发展战略分析

7.1.18 新华都购物广场股份有限公司

- (1) 公司概况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 公司发展战略分析

7.1.19银泰商业(集团)有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 公司营收情况分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.1.20武汉中商集团股份有限公司

(1) 公司概况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.2超市业态领先企业经营分析

7.2.1联华超市股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 公司营收情况分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

7.2.2 华润万家有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 公司发展战略分析

7.2.3 人人乐连锁商业集团股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司发展战略分析

7.2.4 步步高商业连锁股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

7.2.5 新一佳超市有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布及经营业绩情况

(4) 企业经营优劣势分析

7.2.6 沃尔玛(中国)投资有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 公司互联网+布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 公司竞争能力分析

7.2.7 家乐福(中国)管理咨询服务有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

7.2.8 北京物美商业集团股份有限公司

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 公司营收情况分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

7.3 便利店业态领先企业经营分析

7.3.1 农工商超市(集团)有限公司

(1) 公司发展简况分析

- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.3.2 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 公司发展战略分析

7.3.3 四川省互惠商业有限责任公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营优劣势分析

7.3.4 北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营优劣势分析

7.3.5 全家便利商店股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.3.6 柒 - 拾壹 (北京) 有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营优劣势分析

7.4 专业店业态领先企业经营分析

7.4.1 苏宁云商集团股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析

- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (5) 公司互联网+布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 公司发展战略分析

7.4.2 国美电器控股有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
 - 1) 公司营收情况分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (5) 公司互联网+布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析

7.4.3 广东潮宏基实业股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (5) 公司互联网+布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 公司发展战略分析

7.4.4老凤祥股份有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.4.5深圳市海王星辰医药有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 公司互联网+布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析

7.4.6国药控股国大药房有限公司

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

图表目录：

图表1：现代国际零售业的发展特征

图表2：2013-2015年全球零售业市场规模（单位：万亿美元）

图表3：全球前20强零售商排行榜（单位：百万美元，，%）

图表4：全球零售业前150强地域分布构成图（单位：家，亿美元，%）

图表5：跨国零售商进入海外市场的模式简介

图表6：零售商选择海外市场进入模式时应综合考察的因素

图表7：根据文化距离与市场进入难度确定进入模式

图表8：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表9：国际零售业的发展对我国零售业的启示

- 图表10：全球零售业发展趋势简析
- 图表11：2017-2022年全球零售业市场规模预测（单位：亿美元）
- 图表12：欧盟经济的特点
- 图表13：2009-2016年欧盟28国GDP增速变化趋势（单位：%）
- 图表14：2009-2016年欧盟28国消费者信心指数变化趋势（单位：%）
- 图表15：欧洲地区零售商排名一览表
- 图表16：2009-2016年美国GDP现价同比增长趋势（单位：%）
- 图表17：2010-2016年美国密歇根大学消费者信心指数（单位：%）
- 图表18：美国零售商排名一览表
- 图表19：2013-2015财年美国零售商TOP6销售额（按零售收益）（单位：百万美元）
- 图表20：2009-2016年日本GDP现价变化趋势（单位：%）
- 图表21：2012-2016年日本消费者信心指数（单位：%）
- 图表22：日本零售商排名一览表
- 图表23：日本零售商TOP4销售额（按零售收益）（单位：百万美元）
- 图表24：2013-2016年沃尔玛主要经营数据（单位：亿美元）
- 图表25：2010-2016年家乐福全球净销售额情况（单位：亿欧元）
- 图表26：2016年家乐福在华门店分布情况情况（单位：亿欧元）
- 图表27：零售业态分类简介
- 图表28：2008-2016年中国社会消费品零售总额（单位：亿元）
- 图表29：2016年中国社会消费品零售总额分地域情况（单位：%）
- 图表30：2016年限额以上企业商品零售额增速（单位：%）
- 图表31：2004年-2015年中国零售百强销售总额及其增长情况（单位：亿元，%）
- 图表32：2004年以来零售行业销售过百亿企业数量统计（单位：家）
- 图表33：2005年以来零售行业百强企业入围门槛（单位：亿元，%）
- 图表34：2006年以来零售行业百强销售额在社会消费品零售总额中的占比变化（单位：%）
- 图表35：2007年以来零售百强销售规模占比分布（单位：%）
- 图表36：零售百强销售规模增速对比（单位：%）
- 图表37：零售百强企业单店销售和门店增长及贡献度情况（单位：%）
- 图表38：2007年以来百亿级企业中跨区域企业与区域性企业数量（单位：家）
- 图表39：2008-2015年零售百强企业中外资零售企业销售额占比及增速（单位：%）
- 图表40：2015年零售百强企业中主要外资企业销售及门店变化情况（单位：万元，%）
- 图表41：2013年-2015年主要外资零售企业在华新开门店对比（单位：家）
- 图表42：2013-2015年主要外资零售企业新开门店分布（%）
- 图表43：2009年以来国家出台的区域振兴规划列举

图表44：国务院发布的促进国内消费的有关政策

图表45：行业其他相关政策规划列举

图表46：2008-2016年我国社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元，%）

图表47：2008-2016年我国GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表48：2008-2016年我国GDP增速与零售业增速的变化趋势图（单位：%）

图表49：2015-2016年全国居民消费价格走势（单位：%）

图表50：2010-2016年中国城镇和农村居民收入变动情况（单位：元，%）

图表51：2010-2016年城镇居民收入增速和零售业增速对比（单位：%）

图表52：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表53：2001-2016年中国城镇化率情况（单位：%）

图表54：中国城乡消费结构对比（单位：%）

图表55：各国中产阶级消费者升级消费最多的四大类产品品类（单位：%）

图表56：2012-2016年我国消费者信心指数变化趋势

图表57：2009-2016年商业地产投资完成额情况（单位：亿元，%）

图表58：2009-2016年商业地产销售面积情况（单位：万平方米，%）

图表59：2013-2016年商业用地地价季度变化情况（单位：元/平方米，%）

图表60：2017-2022年商业地产投资完成额预测情况（单位：亿元）

图表61：2008-2016年中国社会物流总额变动情况（单位：万亿元，%）

图表62：2016年中国社会物流总额构成（单位：%）

图表63：2008-2016年中国社会物流总费用及GDP比重（单位：万亿元，%）

图表64：2008-2016年中国社会物流总费用变动情况（单位：万亿元，%）

图表65：2016年中国社会物流总费用构成（单位：%）

图表66：2009-2016年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元，%）

图表67：促进我国移动电子商务健康发展的举措

图表68：2016年主要上市百货企业营收和净利润情况（单位：亿元，家，%）

图表69：2016年上市超市企业和电器企业营收和净利润情况（单位：亿元，家，%）

图表70：零售企业供应链管理流程图

图表71：各种零售业态创新方向

图表72：2017-2022年中国社会消费品零售总额发展规模预测（单位：万亿元）

图表73：2003-2016年零售行业VC/PE投资金额及交易数量（单位：百万美元，起）

图表74：国家关于刺激消费已出台或可能出台的相关政策

图表75：2009-2016年产业资本增持上市公司股份部分记录列举（单位：元，万股，%）

图表76：2008-2016年我国社会消费品零售总额增速变化趋势（单位：%）

图表77：2013-2016年中国消费者信心指数（单位：%）

图表78：2005-2016年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

- 图表79：2015-2016年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）
- 图表80：2015-2016年中国网民各类手机网络应用的使用率（单位：万，%）
- 图表81：2009-2016年我国网络零售市场交易规模（单位：亿元，%）
- 图表82：2009-2016年网络零售占社会消费品零售总额的比重（单位：%）
- 图表83：2007-2016年我国移动网民规模及占网民比例（单位：万人，%）
- 图表84：2011-2016年中国移动购物市场规模变动（单位：亿元）
- 图表85：2012-2022年中国网购交易额PC端和移动端占比（单位：%）
- 图表86：互联网企业跨界融合机会简析
- 图表87：互联网催生信息消费新业态简析
- 图表88：2012-2016年中国网络购物网民数及使用率（单位：万人，%）
- 图表89：零售行业典型供应链组成
- 图表90：全渠道模式下供应链管理
- 图表91：零售企业互联网营销主要推广方式简析
- 图表92：零售企业数据化管理的阶段性目标
- 图表93：梅西百货美国门店分布
- 图表94：2006年以来梅西百货门店数、面积及主要单店指标
- 图表95：梅西百货主要自有品牌及独家品牌统计
- 图表96：1987年以来梅西百货收入、同店及净利润增速
- 图表97：1904年以来梅西百货分品类收入占比
- 图表98：1997年以来梅西百货总门店数及面积
- 图表99：1987年以来梅西百货坪效及人效
- 图表100：1986年以来梅西百货毛利率、期间费用率、营业利润率及净利率
- 图表101：1987年以来梅西百货杜邦分析
- 图表102：1986年以来梅西百货经营活动现金流量净额及与净利润比值
- 图表103：1986年以来梅西百货资本开支及增速
- 图表104：2009年以来Walgreens关闭店铺数目与净开张店铺数目
- 图表105：2009年以来Walgreens销售额中处方药、非处方药及日用品的占比
- 图表106：2010年以来Walgreens营收与净利率的变化
- 图表107：台湾7-Eleven旗下电商网站7net的主要订购方式
- 图表108：7net支付方式
- 图表109：7net下单后可通过ibon的代码缴费选项进行付款
- 图表110：e-Service目前的服务电商（部分）
- 图表111：有店铺零售业态分类及基本特点
- 图表112：无店铺零售业态分类及基本特点
- 图表113：我国百货业发展特点

图表114：2012-2016年中国部分百货企业兼并收购交易

图表115：2011-2015年零售百强百货业态平均规模（单位：百个，亿元，%）

图表116：2013年-2015年百货公司单店经营业绩（单位：亿元，%）

图表117：10大百货拓展地区分布（单位：家）

图表118：10大百货公司新开门店情况（单位：家）

图表119：2016年百货公司关店统计

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/300615.html>