

# 2008年中国零售业市场分析及投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2008年中国零售业市场分析及投资前景预测报告》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.cction.com/report/200807/4981.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2007-2008年中国零售业发展环境分析 1

#### 一、2007-2008年中国经济发展环境分析 1

##### （一）2008年中国宏观经济运行情况 1

##### （二）2009年经济增长趋势预测 6

##### （三）其他宏观因素影响分析 12

#### 二、2007-2008年我国零售业政策环境发展分析 37

##### （一）政府对零售企业的扶持政策 37

##### （二）公平政策带动民族零售业发展 41

##### （三）其他相关政策分析 43

#### 三、“十一五”我国零售业社会环境发展分析 45

### 第二章 全球零售业发展形势分析 49

#### 一、全球零售业发展分析 49

##### （一）世界零售业巨头看好越南 49

##### （二）促进世界零售业发展因素分析 50

##### （三）零售业品牌竞争分析 51

#### 二、2008-2009年世界主要国家零售业动态分析 54

##### （一）美国 54

##### （二）日本 57

##### （三）越南 57

#### 三、世界零售业全球化发展分析 58

#### 四、2008-2010年世界零售业发展趋势分析 58

### 第三章 我国零售业营运格局分析 62

#### 一、2007-2008年我国零售业发展概况分析 62

##### （一）零售业在我国国民经济中的地位分析 62

##### （二）2007年国内零售业长期稳定持续增长 62

##### （三）我国零售业进入转型关键时期 68

##### （四）外资对我国零售业冲击力分析 73

#### 二、2007-2008年我国零售业的现状特点分析 75

- (一) 零售业规模不断扩大 75
  - (二) 企业现代化程度不断提高 76
  - (三) 零售业态进一步细化 76
  - (四) 连锁经营地位日益突出 80
- 三、我国零售业发展存在的问题与对策分析 80

#### 第四章 我国零售业的信息化及电子商务发展分析 83

- 一、2007-2008年我国零售业的信息化发展分析 83
- (一) 零售企业的信息化的商业模式 83
  - (二) 大型零售企业信息系统内外部功能的提高 87
  - (三) 零售业信息化对高端产品的需求 91
  - (四) 我国零售业信息化应用水平低 93
- 二、2007-2008年我国零售业信息化建设的方式分析 98
- (一) 与IT结合进行创新 98
  - (二) 制订有效的IT规划 99
  - (三) 建立完美的供应链 100
  - (四) 注重信息化价值分析 100
- 三、2007-2008年我国零售业电子商务存在的问题和对策分析 101
- (一) 我国零售业电子商务发展中存在的主要问题 101
  - (二) 我国零售类电子商务发展思路 102
  - (三) 我国零售业电子商务发展内部信息化策略 105
  - (四) 我国零售业电子商务发展的外部策略 111

#### 第五章 我国零售业细分市场运行现状分析 125

- 一、超市 125
- (一) 我国超市业发展的规模化道路 125
  - (二) 我国大型综合超市建立的可行性 128
  - (三) 连锁经营成为超市发展的新趋向 129
- 二、便利店 130
- (一) 美国是便利店的发源之地 130
  - (二) 我国发展便利店的必要与优势 134
  - (三) 我国发展便利店的前景广阔 136

### 三、百货店 138

- (一) 消费者牵动的百货业品牌竞争 138
- (二) 百货业亟待“个性化”创新 140
- (三) 百货商场营销策划的三个主要因素 143
- (四) 大型百货店市场制胜的发展策略 145

### 四、购物中心 149

- (一) 商务部将出台规范分级控制购物中心的建设 149
- (二) 城郊区域性购物中心规划与设计 150
- (三) 我国购物中心发展中的潜在风险 157
- (四) 国内发展大型郊区购物中心需谨慎 160

### 五、大卖场 162

- (一) 大卖场业态概述 162
- (二) 大卖场的供应商组合和管理 166
- (三) 大卖场的防损耗管理的内外策略 169

## 第六章 我国零售业的竞争格局分析 173

### 一、2007-2008年我国零售业的竞争结构分析 173

- (一) 零售业的高度竞争性 173
- (二) 规模化的趋势和不同规模之间的竞争 174
- (三) 零售业的进入威胁和进入壁垒 178

### 二、2007-2008年我国零售业的竞争战略分析 179

- (一) 我国零售企业的经营竞争战略定位分析 179
- (二) 我国零售业竞争战略模式的探析 184
- (三) 我国零售业竞争的信息战略 188
- (四) 我国零售企业的“规模”和“强大”辨析 196
- (五) 提高我国零售企业国际竞争力的对策建议 200

### 三、2008-2010年我国零售业竞争趋势分析 204

## 第七章 中国零售业区域分析 208

### 一、北京零售业 208

- (一) 2007年11月北京消费品零售额分析 208
- (二) 北京零售业现状简析 208

- (三) 北京零售业竞争力水平稳步上升 211
- (四) 北京大型零售企业的机遇与挑战 220
- (五) 北京零售业态发展分析 222

## 二、上海零售业 224

- (一) 上海零售业业态分析 224
- (二) 上海零售业态的发展特点 226
- (三) 上海零售业从传统转向现代 227
- (四) 上海开展零售业节能降耗举动 228

## 三、重庆零售业 229

- (一) 重庆零售业从容应对外资的竞争 229
- (二) 重庆零售业的竞争升级 230
- (三) 重庆零售业五大商圈分析 231

## 四、广东零售业 232

- (一) 2007年1-11月广东消费品零售额分析 232
- (二) 广东省零售业市场分析 233
- (三) 广东省各种商业零售业态的发展 234

## 五、长三角零售业 238

- (一) 长三角零售业的市场格局 238
- (二) 长三角零售业发展中的现象分析 240
- (三) 长三角零售业瞄准连锁经营 241
- (四) 长三角零售业的发展趋势 242
- (五) 长三角地区零售市场的发展趋势 243

## 第八章 全球零售业优势企业分析 244

### 一、沃尔玛 244

- (一) 企业发展历程分析 244
- (二) 沃尔玛成本控制策略 248
- (三) 企业竞争战略分析 251

### 二、家乐福 252

- (一) 企业发展历程分析 252
- (二) 家乐福的经营特点 257
- (三) 家乐福发展规划 259

### 三、德国麦德龙 259

（一）企业发展历程分析 259

（二）企业经营特点分析 260

（三）企业自有品牌战略分析 261

### 四、易初莲花 262

（一）企业简介 262

（二）企业竞争战略分析 262

（三）易初莲花计划开新店分析 268

### 五、华润万家 269

（一）企业简介 269

（二）企业竞争战略分析 270

（三）企业发展规划分析 270

### 六、世纪联华 271

（一）企业发展历程分析 271

（二）企业经营模式分析 271

（三）企业发展战略及规划分析 274

## 第九章 我国零售业上市公司数据统计及竞争力分析 277

### 一、新世界 277

（一）企业基本概况分析 277

（二）企业经营状况分析 278

（三）企业发展动态分析 281

### 二、重庆百货 282

（一）企业基本概况分析 282

（二）企业经营状况分析 282

（三）企业发展动态分析 286

### 三、王府井 289

（一）企业基本概况分析 289

（二）企业经营状况分析 289

（三）企业发展动态分析 293

### 四、苏宁电器 293

（一）企业基本概况分析 293

(二) 企业经营状况分析 295

(三) 企业发展动态分析 300

## 五、广州友谊 300

(一) 企业基本概况分析 300

(二) 企业经营状况分析 301

(三) 企业发展动态分析 304

## 第十章 我国零售业的品牌与营销状况分析 306

### 一、2007-2008年我国零售业的品牌分析 306

(一) 零售企业品牌体系的建立 306

(二) 零售企业自有品牌的渠道整合功能 310

(三) 大型品牌零售企业及其社会责任 317

(四) 零售企业品牌管理中应处理好的关系 323

(五) 我国大型零售企业自有品牌战略的实施 326

### 二、2007-2008年我国零售业的营销状况分析 329

(一) 零售企业体验营销战略的实施 329

(二) 以文化特色促零售业营销 333

(三) 我国零售业营销的趋势特点 336

(四) 未来零售市场以营销创新决胜负 337

### 三、2007-2008年我国零售业营销策略创新分析 341

(一) 商品采购策略 341

(二) 国际化战略 341

(三) 市场细分策略 342

(四) 连锁化策略 343

(五) 新业态策略 343

## 第十一章 我国零售业的连锁经营策略分析 344

### 一、2007-2008年我国零售业的连锁经营概述 344

(一) 零售业连锁发展内涵和价值观 344

(二) 现代连锁店对我国零售业模式的影响 346

(三) 连锁零售企业的财务管理分析 348

### 二、2007-2008年我国连锁零售企业打开农村市场的策略研究 351

- (一) 内部能力分析 351
- (二) 微观环境分析 352
- (三) 进军农村市场SWOT分析模型 353
- 三、未来我国连锁零售业的发展前景分析 354
  - (一) 我国连锁零售业发展的速度加快 354
  - (二) 我国连锁零售业的发展趋势 355
  - (三) 连锁成为21世纪零售业的发展方向 356

## 第十二章 我国零售业的发展前景 359

- 一、国际零售业的发展趋势 359
  - (一) 全球百货零售业的发展趋势 359
  - (二) 国际零售业的主要发展趋势 361
  - (三) 世界零售业发展趋势 363
  - (四) 国际零售业的变化趋势 365
  - (五) 亚太地区零售业的发展趋势 369
- 二、中国零售业的趋势分析 373
  - (一) 零售行业整体持续向好 373
  - (二) 新的连锁业零售业态将高速增长 374
  - (三) 零售行业内部整合的步伐加快 374
  - (四) 零售企业的“国退民进”新趋势 375
- 三、中国零售业的主要发展方向 376
  - (一) 零售业业态的多元化 376
  - (二) 经营方式特色化 378
  - (三) 企业发展规模化 379
  - (四) 市场定位科学化 380
  - (五) 企业经营国际化 380
  - (六) 管理手段的现代化 382
  - (七) 自助购物普及化 382

## 第十三章 我国零售业投资分析 383

- 一、投资机会 383
  - (一) 中国便利店的发展商机无限 383

- (二) 购物中心成为商业业态的新形式 384
- (三) 中国折扣店的发展前景看好 386
- (四) 专业店的内地市场前景光明 386

## 二、投资风险分析 389

- (一) 国内的政策风险 389
- (二) 外资不断涌入的产业风险 390
- (三) 投机型模式造成的零售业风险 390
- (四) 零售业扩张中的无效规模陷阱 391

## 三、投资建议 391

- (一) 加快抢占市场空白点 391
- (二) 充分运用并购重组策略 391
- (三) 投资超市项目以规模化取胜 392
- (四) 谨慎进入百货业 392
- (五) 仔细了解零售店铺审批程序 392

## 附录 393

附录一：《全国商品市场体系建设纲要》 393

附录二：新《商品条码管理办法》 400

附录三：新《零售商品称重计量监督管理办法》 405

附录四：流通业改革发展纲要 407

附录五：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》 412

附录六：2005年中国零售企业前100家销售总额、零售总额统计 416

详细图表见正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/4981.html>