

2009年中国零售业市场分析及投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009年中国零售业市场分析及投资趋势研究报告》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.cction.com/report/200901/10623.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 2008年中国零售业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国零售业发展政治环境分析

- (一) 政府对零售企业的扶持政策描述
- (二) 零售业发展政策及其解读
- (三) 公平政策带动民族零售业发展

三、2008年中国零售业发展社会环境分析

第二章 零售业相关概念

一、零售业概述

- (一) 零售业的定义
- (二) 零售业的行业特点
- (三) 零售百货业的定义

二、零售业的准入条件概述

- (一) 注册登记条件
- (二) 资金条件
- (三) 技术、设备条件

三、零售业的业态概述

- (一) 零售业态的划分标准及定义
- (二) 零售业的基本业态
- (三) 零售业态发展规律分析
- (四) 无店铺销售归入零售业态

第三章 2008年全球零售业发展概况分析

一、2008年全球零售业发展环境总体分析

- (一) 当代全球零售业的特点
- (二) 跨国零售商海外市场的进入模式和选择
- (三) 西方零售业态发展的两个理论分析

二、2008年欧洲零售业行业发展状况分析

- (一) 欧洲零售业态格局分析
- (二) 欧洲的十五大零售企业
- (三) 欧洲的网上零售企业
- (四) 欧洲零售企业进军俄市场的部署
- (五) 欧洲的零售农产食品安全认证

三、2008年美国零售业行业发展形势分析

- (一) 美国零售商业营销管理的四个特点
- (二) 美国零售商业高技术的运用
- (三) 美国网络零售业快速发展
- (四) 美国零售业连锁化与郊区化的趋势

四、2008年日本零售业发展局势分析

- (一) 日本零售企业信息化建设的现状
- (二) 日本连锁经营企业成功的理由
- (三) 日本便利店成功的经营策略分析
- (四) 日本百货店业的经营现状与发展方向
- (五) 日本零售业的发展态势

五、2008年其他国家或地区零售业概况分析

- (一) 波兰
- (二) 越南
- (三) 罗马尼亚

第四章 2008年中国零售业发展概况分析

一、2008年中国零售业概述

- (一) 零售业在中国国民经济中的地位分析
- (二) 中国零售业不同历史阶段的特点分析
- (三) 当前国内零售市场的特点
- (四) 中国零售行业的发展格局分析
- (五) 中国零售业进入转型关键时期

二、2008年中国大型零售企业的成长探讨

- (一) 中国大型零售企业成长的特点
- (二) 影响中国大型零售企业成长的因素

(三) 国内大型零售企业成长的路径分析

三、2008年中国零售业存在问题分析

(一) 中国零售业存在的问题及其原因

(二) 中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴

(三) 当前零售市场存在的基本问题

(四) 影响中国零售业健康发展的问题分析

(五) 零售业销售人才缺乏

四、2008年中国零售业应对问题的策略分析

(一) 中国零售业的未来发展策略

(二) 促进中国零售业健康发展的政策

(三) 中国零售行业发展的建议

(四) 国内零售市场的发展对策分析

第五章 2008年中国零售业细分市场发展趋势分析——超市业

一、2008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

二、2008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

三、2008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

四、2009-2012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

第六章 2008年中国零售业细分市场形势浅析——便利店

一、2008年全球部分国家或地区的便利店分析

- (一) 美国是便利店的发源之地
- (二) 英国的便利店行业现状
- (三) 日本便利店经营的发展分析
- (四) 台湾便利店行业的发展

二、2008年中国便利店发展现状分析

- (一) 国内外便利店成功案例分析
- (二) 对中国便利店发展的思考
- (三) 中国便利店市场上的中外资本
- (四) 中国便利店生存的困惑
- (五) 便利店发展中面临的问题
- (六) 中国便利店发展的三个策略

三、2008年中国便利店的投资分析

- (一) 中国发展便利店的必要与优势
- (二) 便利店的定位分析
- (三) 便利店赢利的基础分析
- (四) 便利店市场风险及机遇并存
- (五) 便利店的投资规划建议
- (六) 便利店市场的投资前景看好

四、2009-2012年中国便利店的前景和趋势分析

- (一) 中国发展便利店的前景广阔
- (二) 便利店的发展趋势分析

第七章 2008年中国零售业细分市场状况解析——百货店业

一、2008年中国百货店发展现状分析

- (一) 中国百货商店的发展简析
- (二) 消费者牵动的百货业品牌竞争

- (三) 中国百货业的竞争力分析
- (四) 百货业应对市场的竞争挑战的对策
- (五) 中国百货店的复兴之道
- (六) 百货业亟待“个性化”创新

二、2008年中国百货业的营销分析

- (一) 百货店常用的促销手段
- (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

三、2008年中国大型百货业发展态势分析

- (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

第八章 2008年中国零售业细分市场发展态势剖析——购物中心

一、2008年全球部分国家或地区的购物中心分析

- (一) 东南亚购物中心
- (二) 美国购物中心
- (三) 德国购物中心
- (四) 日本购物中心

二、2008年中国的购物中心发展状况分析

- (一) 国内购物中心发展回顾
- (二) 中国购物中心发展现状分析
- (三) 商务部将出台规范分级控制购物中心的建设
- (四) 区域型购物中心成为发展趋势

三、2008年中国购物中心发展面临的问题及风险

- (一) 国内购物中心的运作失误
- (二) 中国购物中心发展存在的问题
- (三) 购物中心发展中需注意的几个问题
- (四) 国内购物中心建设的三个误区

(五) 中国购物中心发展中的潜在风险

四、2008年中国购物中心的发展建议分析

(一) 中国购物中心健康发展的对策

(二) 中国购物中心的开发策略

(三) 国内发展大型郊区购物中心需谨慎

第九章 2008年中国其他零售业态发展分析

一、2008年中国大卖场市场发展状况分析

(一) 大卖场业态概述

(二) 大卖场的供应商组合和管理

(三) 大卖场的防损耗管理的内外策略

(四) 其他零售业态对大卖场产生的竞争力分析

二、2008年中国仓储式商场发展态势分析

(一) 仓储式商场的兴起与发展

(二) 仓储式商场的四个营销特点

(三) 中国仓储式商场经营管理中的问题

(四) 仓储式商场发展中的问题及制约因素

(五) 中国仓储式商场的发展对策及建议

三、2008年中国专业店行业发展形势分析

(一) 专业店的变迁过程

(二) 专业店的发展及经营特色

(三) 专业店的发展特点

(四) 中国专业店的发展现状

(五) 外资专业店在中国发展之路解析

四、2008年中国专卖店发展状况分析

(一) 专卖店概述

(二) 对专卖店营销的思考

(三) 针对加强专卖店建设的建议

第十章 2008年中国零售业的市场竞争格局分析

一、2008年中外零售企业竞争力的比较研究

(一) 管理技术的比较

- (二) 人力资本的比较
- (三) 企业规模的比较
- (四) 营销战略比较
- (五) 中外资零售企业所在国政府管理的比较

二、2008年中国零售业的竞争结构分析

- (一) 零售业的高度竞争性
- (二) 规模化的趋势和不同规模之间的竞争
- (三) 零售业的进入威胁和进入壁垒
- (四) 替代威胁及“业态”的多样化

三、2008年中国零售业的竞争现状分析

- (一) 中国内外资零售企业的竞争格局
- (二) 中国零售业竞争格局的变化
- (三) 中国零售业的低价运作竞争
- (四) 中国零售业的竞争误区和失范

四、2008年中国零售业的竞争战略分析

- (一) 中国零售企业的竞争战略定位分析
- (二) 中国零售业竞争战略模式的探析
- (三) 中国零售业竞争的信息战略
- (四) 中国零售企业的“规模”和“强大”辨析
- (五) 提高中国零售企业全球竞争力的对策建议

五、2008年提升本土零售业竞争力的对策分析

- (一) 本土零售企业的竞争优势分析
- (二) 本土零售企业竞争力的劣势分析
- (三) 本土零售业的竞争战略分析

第十一章 中国零售业上市公司分析

一、新全球

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展战略分析

二、重庆百货

- (一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

三、王府井

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

四、苏宁电器

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

五、广州友谊

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

第十二章 2008年中国零售业物流体系运行状况分析

一、2008年国内外物流业发展现状分析

(一) 中国物流业特点分析

(二) 企业物流运作的五大功能分析

(三) 中国物流行业中存在的问题

(四) 加速中国物流业发展的策略建议

(五) 物流技术和装备的发展趋势

(六) 全球物流业的四个发展趋势

二、2008年中国第三方物流发展状况分析

(一) 第三方物流企业经营战略类型分析

(二) 第三方物流深入采购与生产运作的方法

(三) 中国航空快递企业第三方物流运作模式

(四) 第三方物流企业在电子商务中的发展前景

三、2008年中国物流与零售企业发展形势分析

(一) 零售企业现代物流策略的开展

(二) 零售企业跨区域发展的物流服务及评价

(三) 现代物流是零售企业竞争力的重要手段

(四) 中国零售企业物流环节的不足之处

四、2008年中国连锁零售业的物流分析

(一) 中国连锁零售业物流配送的概况

(二) 第三方物流与连锁零售业的结合趋势

(三) 零售业的缺货率原因及缺货对策

(四) 中国连锁零售业物流的趋势

第十三章 2008年中国的流通业发展局势分析

一、2008年中国流通业发展现状分析

(一) 国外零售商跨国扩张对中国流通产业的影响

(二) 流通力的内涵及流通业的重要性

(三) 开放背景下中国流通业面临变革

(四) 中国流通业的现状及发展规划

(五) 中国流通业与发达国家的差距

(六) 中国流通业的误区及对策

(七) 中国流通业的发展策略分析

二、2008年中国部分行业的流通态势分析

(一) 中国家电流通业的发展历程

(二) 中国钢材流通体系建设分析

(三) 中国药品流通监管迈入网络时代

(四) 中国汽配流通市场现状和发展趋势

三、2008年中国农村流通体系分析

(一) 中国农村市场流通业发展现状

(二) 中国农村市场流通存在的问题分析

(三) 加强农村流通体系建设的建议

四、2009-2012年中国流通业的发展趋势分析

(一) 西方发达国家流通业发展的趋势

(二) 国外流通业发展的新趋势向

(三) 全球经济环境下流通业的整合趋势

(四) 流通企业强强联合成为新的发展趋势

第十四章 2009-2012年中国零售业的发展及投资前景分析

一、2009-2012年全球零售业的发展趋势分析

- (一) 全球百货零售业的发展趋势
- (二) 全球零售业的主要发展趋势
- (三) 亚太地区零售业的发展趋势

二、2009-2012年中国零售业发展趋势分析

- (一) 零售行业整体持续向好
- (二) 新的连锁业零售业态将高速增长
- (三) 零售行业内部整合的步伐加快
- (四) 零售企业的“国退民进”新趋势

三、2009-2012年中国零售业的主要发展方向分析

- (一) 零售业业态的多元化
- (二) 经营方式特色化
- (三) 企业发展规模化
- (四) 市场定位科学化
- (五) 企业经营全球化
- (六) 管理手段的现代化
- (七) 自助购物普及化

四、2009-2012年中国零售业营销策略创新分析

- (一) 商品采购策略
- (二) 全球化战略
- (三) 市场细分策略
- (四) 连锁化策略
- (五) 新业态策略

五、2009-2012年中国零售业投资机会分析

- (一) 中国便利店的发展商机无限
- (二) 购物中心成为商业业态的新形式
- (三) 中国折扣店的发展前景看好
- (四) 专业店的内地市场前景光明

六、2009-2012年中国零售业投资风险分析

- (一) 国内的政策风险
- (二) 外资不断涌入的产业风险
- (三) 投机型模式造成的零售业风险

（四）零售业扩张中的无效规模陷阱

七、2009-2012年中国零售业投资建议分析

（一）加快抢占市场空白点

（二）充分运用并购重组策略

（三）投资超市项目以规模化取胜

（四）谨慎进入百货业

（五）仔细了解零售店铺审批程序

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200901/10623.html>