

2022-2028年中国百货连锁 市场深度分析与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国百货连锁市场深度分析与市场前景预测报告》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/202204/282285.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

百货连锁是一种商业组织形式和经营制度，一般是指经营同类商品，或服务的若干个经营单位，以一定的形式，组成一个联合体，通过对企业形象和经营业务的标准化、规范化、程序化管理，实行规模经营，从而实现规模效益。

百货行业的运行与宏观经济息息相关，2018Q2以来宏观经济增速逐渐趋缓，社零累计增速也逐季回落，百货主要品类中的服装以及可选消费各品类增速多呈现不同程度的回落。居民可支配收入持续走低，消费观念与消费结构也发生明显变化，大多传统零售企业未能及时把握消费需求调整销售策略，再加上持续受到线上的冲击，造成市场越来越被动，百货的转型之路还有待市场验证。但龙头企业在市场转型期仍能引领变革方向，并保持一定的规模扩张速度，持续提升市场占有率。2017-2019年百货行业收入及预测

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国百货连锁市场深度分析与市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了百货连锁行业市场发展环境、百货连锁整体运行态势等，接着分析了百货连锁行业市场运行的现状，然后介绍了百货连锁市场竞争格局。随后，报告对百货连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了百货连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对百货连锁产业有个系统的了解或者想投资百货连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 研究概述

第一节、研究背景

一、百货连锁行业定义

二、百货零售行业集中度

三、百货连锁行业发展历程

四、百货零售市场细分化

五、百货连锁运营管理规范化、信息化

第二节、研究内容

- 一、研究对象分布
- 二、研究区域分布
- 三、研究内容及要点

第三节、研究方法

- 一、数据说明
- 二、方法特征
- 三、应用指标
- 四、应用原理

第四节、研究结论

- 一、市场前景
- 二、商业模式
- 三、区域扩张
- 四、规范管理
- 五、消费特征
- 六、行业热点
- 七、企业动态
- 八、百货投融资
- 九、机会风险

第二章 国际百货连锁行业现状及发展趋势

第一节、美国百货连锁

- 一、美国百货连锁行业内外环境分析
- 二、2015-2019年美国百货零售市场规模现状及趋势
- 三、2022-2028年美国百货连锁市场规模现状及预测
- 四、美国百货连锁行业信息化管理分析
- 五、美国百货连锁的竞争格局
- 六、美国百货连锁投融资与并购现状
- 七、美国百货连锁海外扩张现状及趋势
- 八、美国百货连锁面临的危机
- 九、美国百货连锁的发展趋势

第二节、英国百货连锁

第三节、德国百货连锁

第四节、日本百货连锁

第五节、中国香港百货连锁

第三章 中国百货连锁内外部发展环境研究

第一节、中国百货连锁政策环境研究

一、政策环境综述

二、宏观经济政策促进百货业发展

三、《关于促进服务业发展的若干意见》

四、百货业的税收优惠政策

五、商业特许经营管理条例

六、中国商业流通领域的网点规划政策

七、政府加快城乡市场协调发展

八、观点：政策环境对百货连锁行业的影响

第二节、中国百货连锁经济环境研究

一、改革开放三十中国经济取得迅猛发展

二、开始中国经济增长速度下行趋势明显

三、2015-2019年中国房地产市场供需现状

四、2015-2019年中国城乡居民可支配收入稳步增长

五、2019年中国经济形势

六、观点：经济环境对百货连锁行业的影响

第三节、中国百货连锁社会环境研究

一、2015-2019年中国人口总量和结构

二、中国居民消费结构出现三大特点

三、新型业态竞相抢占市场份额

四、中国经济社会多层次多元化发展

五、中国众多社会问题制约消费经济升级

六、观点：社会环境对百货连锁行业的影响

第四节、中国百货连锁技术环境分析

一、百货行业网络信息技术现状

二、百货行业电子交易技术现状

三、百货行业网络配送技术现状

第五节、中国百货资本市场环境研究

- 一、次贷危机和人民币汇率影响百货的融资能力
- 二、百货企业资本市场的投融资进入与退出渠道
- 三、2015-2019年中国证券交易市场发展现状
- 四、2015-2019年中国风投和私募市场发展现状
- 五、2019年各大主要资本市场的发展概况
- 六、观点：2019年资本市场环境对百货连锁企业的影响

第四章 中国百货连锁市场现状及发展趋势研究

第一节、中国百货连锁市场发展特征研究

- 一、行业处于发展阶段
- 二、百货行业盈利率不断下降
- 三、直营连锁占据绝大多数
- 四、百货连锁的规模经济特征日益明显
- 五、国际化程度不断加深
- 六、百货电子商务出现高潮
- 七、百货连锁与资本市场对接日益紧密

第二节、中国百货连锁市场规模现状研究

- 一、2022-2028年中国百货市场规模预测
- 二、2015-2019年百货行业会员企业百强销售规模排序
- 三、2015-2019年利润超千万元的零售企业排序
- 四、2015-2019年利润超千万元的批发企业排序
- 五、2015-2019年利润超千万元的集团公司排序
- 六、2015-2019年利润超千万元的股份制企业排序
- 七、2015-2019年25家上市公司利润总额排序
- 八、2015-2019年利润超千万元企业主要经济指标平均值

第三节、中国百货行业经营效益研究

- 一、2015-2019年百货行业人均销售额
- 二、2015-2019年百货行业人均利润额
- 三、2015-2019年百货行业销售收入增长率
- 四、2015-2019年百货行业利润增长率
- 五、2015-2019年百货行业总资产周转次数
- 六、2015-2019年百货行业净资产利润率

第四节、中国百货连锁市场竞争格局研究

- 一、2015-2019年百货连锁占百货零售市场份额
- 二、2015-2019年主要百货连锁企业数量及门店数量
- 三、2015-2019年百货零售行业集中度指数
- 四、主要百货连锁品牌及发展现状
- 五、2019年百货零售企业前100家销售总额、零售总额统计
- 六、外资百货连锁进入中国市场提速
- 七、百货行业并购重组再次升温

第五节、中国百货连锁行业竞争策略分析

- 一、中国百货连锁企业不同发展阶段的策略选择
- 二、资本层面的竞争策略
- 三、商业模式及品牌定位策略
- 四、提高管理运营效率的竞争
- 五、采购及物流体系的竞争策略
- 六、区域市场扩张渗透策略

第六节、中国百货连锁行业中存在的主要问题

- 一、连而不锁
- 二、市场定位模糊且趋同
- 三、规模增长与效益脱节
- 四、市场营销方式陈旧、雷同，需要创新
- 五、经营人才依然短缺
- 六、资金和品牌的缺乏

第七节、中国百货连锁市场发展趋势研究

- 一、对百货连锁市场发展的有利因素分析
- 二、对百货连锁市场发展的不利因素分析
- 三、多业态成为主要模式
- 四、实体店面与电子商务良好结合
- 五、连锁扩张成为行业共识

第五章 中国主要地区百货连锁行业现状及趋势

第一节、华北地区

- 一、2015-2019年行业发展内外部环境分析

- 二、2022-2028年市场规模现状及预测
- 三、2015-2019年所属行业经济运行规模效益分析
- 四、2015-2019年市场竞争格局分析
- 五、区域性标杆企业优劣势SWOT分析
- 第二节、东北地区
- 第三节、华东地区
- 第四节、华南地区
- 第五节、华中地区
- 第六节、西北地区
- 第七节、西南地区

第六章 中国重点城市百货连锁市场与竞争研究

- 第一节、北京
 - 一、市场宏观环境PEST分析
 - 二、2022-2028年百货零售市场规模预测
 - 三、2022-2028年百货连锁市场规模预测
 - 四、百货连锁行业现状
 - 五、百货连锁行业竞争格局
 - 六、2015-2019年主要连锁品牌规模对比
- 第二节、上海
- 第三节、南京
- 第四节、深圳
- 第五节、成都
- 第六节、西安
- 第七节、重点城市市场对比分析
 - 一、市场发展阶段对比
 - 二、市场规模对比
 - 三、市场消费特性对比
 - 四、市场消费环境对比

第七章 中国百货连锁行业投融资与并购分析

- 第一节、中国百货连锁行业投融资与并购动因

一、扩大经营规模

二、区域性扩张

三、发展商业地产模式

四、外资进入市场

五、减少关联方交易

第二节、中国百货连锁行业投融资并购概述

第三节、中国百货行业并购案例分析

一、东百收购乐天

1、投融资主体

2、投融资动因

3、投融资过程

4、投融资经验及启示

5、点评投融资案例

二、王府井收购双安

三、金盛百货连锁集团宣布收购南京太平商场

四、百盛收购西安长安百货

五、银泰百货收购宁波华联

第四节、中国百货行业投融资案例分析

一、茂业国际香港融资

1、投融资主体

2、投融资动因

3、投融资过程

4、投融资经验及启示

5、点评投融资案例

二、ITAT集团完成7000万美元融资

三、佳华百货香港主板净融资2.37亿港元

四、王府井百货发可转债融资9.5亿元

第八章 中国百货连锁行业国际企业主体竞争力分析

第一节、百盛

一、公司简介

二、营业规模（收入和店面）

三、经营模式及定位

四、连锁品牌化运作

五、资本运作分析

六、发展战略

七、竞争力SWOT分析

八、战略研究成果

第二节、香港新世界

第三节、太平洋百货

第四节、华堂

第九章 中国百货连锁行业国内主体企业竞争力分析

第一节、王府井百货

一、公司简介

二、2015-2019年经营规模

三、2015-2019年经营效益

四、公司业务BCG模型分析

五、公司资本运作分析

六、发展战略

七、竞争力SWOT分析

八、战略研究成果

第二节、广州友谊

第三节、银座百货

第四节、武商集团

第五节、大商集团

第十章 中国百货连锁市场消费者需求特征及趋势分析

随着市场的逐渐饱和，获取增量流量的成本越来越高昂，为了挖掘顾客的存量价值百货公司借助数字化技术发力会员营销。包括通过渠道手段完成的会员注册，灵活多样的会员激活，标签化的会员留存和分析，以及赠送多种电子权益的沉睡会员唤醒。数字化的技术不仅仅停留在重构消费场景和丰富购物体验上，大数据的累积成为企业深耕消费需求进而推动供需精准匹配的技术途径。随着数字化技术的快速发展，百货公司的会员管理能力也得到了提升，通过技术工具基本可以实现数据采集、会员激活、客户标签、精准营销等一系列举措。越来

越多的百货企业在营销过程中对消费者数据进行收集整理，并利用新技术将其作为分析和决策的工具，通过优化商品组合及为顾客提供个性化产品和服务，以实现精准营销。百货收集消费者数据方式

数据来源：公开资料整理百货收集消费者数据用途

数据来源：公开资料整理

第一节、中国百货连锁市场消费者需求变量分析

一、人口统计变量分析

二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、行为变量分析

第二节、中国百货连锁市场消费者需求特征分析

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第十一章 中国百货连锁行业投资机会与风险分析

第一节、中国百货连锁行业投资优劣势研究

一、中国百货连锁行业投资优势

二、中国百货连锁行业投资劣势

三、中国百货连锁行业投资机会

四、中国百货连锁行业投资风险

第二节、中国百货连锁行业投资风险分析

一、资金财务风险

二、过快扩张风险

三、业务模式风险

四、管理风险

五、市场风险

第十二章 中国百货连锁行业投融资战略决策建议

第一节、中国百货连锁行业战略研究成果

第二节、中国百货连锁行业投融资战略建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/282285.html>