2008年中国零售百货市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2008年中国零售百货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.chinairr.org/report/R09/R0904/200807/03-4167.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

第一章 国内零售百货产业运行分析
第一节 2007年中国零售市场特征分析
一、消费市场/居民消费分析
二、竞争趋势/流通领域变化
三、品牌消费趋势分析
四、消费者关注的热点分析
五、2007年零售企业分析
第二节 百货行业变化趋势和特点分析
一、发展/趋势
二、竞争特点分析
三、百货店改造分析
四、百货店发展分析
第三节 中国零售业连锁分析
一、2006年连锁百强企业分析
二、中国连锁经营100强规模及其他
第四节 2007年中国零售百货行业发展中的问题
第五节 2008年中国零售业连锁发展趋势

第二章 我国零售百货业规模扩张分析
第一节 扩张的理论
一、企业扩张与边界的经典研究
二、特殊经济性质及其规模与边界
三、大型零售企业的规模扩张
第二节 跨区域扩张存在的问题
一、程度低
二、结构单一/结构不合理
三、方式单一/运用错位
第三节 扩张的动力机制与趋势

第三章 零售商自有品牌分析
第一节 零售商自有品牌分析

一、背景

二、发展

三、优势

四、障碍

五、对策

第二节 零售商自有品牌建设条件

一、自有品牌考量

二、必要条件

第三节 零售商自有品牌战略分析

一、战略内涵

二、战略分析

三、战略对策

第四节 零售商自有品牌战略成本分析

一、基本特征

二、基础内容

三、战略成本

四、创建思路

第四章 百货商场业态分析

第一节 从新型零售业态发展看百货店创新

一、市场主体

二、特色经营

三、连锁化、规模化发展

四、业态改良和创新

第二节 我国百货商场的经营效益

第三节 百货商店业态的竞争战略

一、成长期竞争战略

二、成熟期竞争战略

三、衰退期的战略

第四节 中国百货商店的前景和对策

一、前景

二、对策

第五章 大型超市业态分析
第一节 大卖场模式特征及发展前景
一、特征分析
二、发展分析
三、弱点分析
四、面临的竞争
第二节 仓储式商场
一、特征
二、弱点
三、在中国成功的条件
第三节 大型综合超市
一、特点
二、弱点
三、前景
第四节 连锁超市赢利模式的转变分析
一、赢利模式的基础
二、赢利模式的弊端
三、加强供应链管理转换超市赢利模式
第五节 我国超市发展趋势

第六章 专营店业态分析
第一节 特点/地位
第二节 发展趋势
第三节 存在的问题及对策

第七章 其他业态分析
第一节 便利店
一、国外便利店的特点
二、我国便利店的现状
三、我国便利店的战略
第二节 购物中心
一、在中国的发展阶段

二、在中国的发展潜力
第三节 电子零售业
一、中国零售业电子商务的概述
二、中国零售业电子商务存在的问题
三、中国零售业电子商务发展的思路

第八章 重点区域市场分析
第一节 北京市零售业分析
一、发展特点
二、影响因素
三、发展趋势
四、竞争力分析
第二节 上海市零售业发展状况分析
一、环境分析
二、零售业分析
三、大卖场现状与趋势
第三节 广州市零售业发展状况分析
一、竞争环境
二、竞争能力
三、构建/战略
第四节 深圳市零售业发展状况分析
一、发展现状
二、存在问题
三、战略对策
第五节 武汉市零售业发展状况分析
第六节 农村地区零售业发展
一、农村市场开拓
二、农村市场前景

第九章 中国零售百货业竞争格局分析
第一节 中外竞争分析
第二节 影响竞争格局的因素

第三节 国内连锁企业面临的竞争及突破方法
一、竞争态势
二、零售企业突破困境因素
第四节 提高我国零售企业竞争力的方法
第五节 国内零售业未来竞争的特点
一、“个性化”
二、二三线城市成重点
第六节 外资大型零售企业核心竞争力分析及启示
一、外资竞争力
二、对本土零售企业的启示

第十章 优势企业
第一节 上市商业零售企业分析
一、百联股份
二、大商股份
三、北京西单商场股份有限公司
四、广州友谊股份有限公司
五、重庆百货大楼股份有限公司
第二节 国内零售百货代表企业分析
一、苏宁电器
二、国美电器
三、苏果超市
四、物美集团
第三节 主要外资零售企业分析
一、沃尔玛
二、家乐福
三、麦德龙

第十一章 零售百货营销与盈利模式分析
第一节 营销思路
一、营销现状及问题
二、营销的内核探究

第二节 连锁零售企业面对国际化竞争的营销战略
一、连锁经营战略
二、工商协同战略
三、企业品牌战略
四、信息化建设战略
五、物流体系优先战略
第三节 连锁超市赢利模式调研分析
一、市场基础
二、赢利模式的弊端
三、加强供应链管理

第十二章 2008年我国零售业发展的趋势
第一节 影响零售业的因素
一、供给商品的性质构成
二、零售单位的行业构成
三、零售单位的经济类型构成
四、零售商品售卖的对象构成
五、零售商品需求的城乡构成
第二节 2008年零售百货展望
一、2008年消费持续景气
二、消费升级支撑我国零售业的成长
三、内外动力驱动零售公司业绩持续增长
第三节 新兴零售模式
一、仓储俱乐部
二、网络零售
三、折扣店
第四节 我国零售业态发展趋势
一、梯次化趋势
二、多元化趋势
三、均衡化趋势
四、组合化趋势
五、融合化趋势

第五节 我国中型商场的市场定位与发展趋势
一、标准界定
二、市场定位
三、发展趋势

第十三章 零售百货业投资前景及建议
第一节 中国零售百货行业经济效益分析
一、行业效益分析
二、行业增长分析
三、行业资本性分析
第二节 零售业投资前景分析
一、投资要点
二、2008年零售业投资策略
第三节 零售业跨区域扩张的资本风险
一、跨区域扩张分析
二、扩张的资本风险
三、降低资本风险的策略
第四节 中国零售业未来发展策略
一、选择业态的战略
二、发展方向的转移
三、零售方式的创新
四、盈利模式的转变

第十四章 零售行业特点及投资特性分析
第一节 零售业特点
一、基本业态
二、业态分类
第二节 零售业连锁投资特性分析
一、发展内涵及其价值观
二、发展的准入机会
第三节 中国零售业的投资发展规律
一、民营企业集中

二、新兴连锁零售业态集中
三、连锁家电卖场成长
第四节 民营投资零售百货业特性分析
一、高度保护的零售业拒绝认同度低的民营企业
二、行业进入壁垒
三、民营资本如何切入

第十五章 中国零售百货行业政策环境
第一节 2007-2008年中国零售百货行业环境分析
一、2007年居民消费价格分析
二、零售百货行业政策环境
第二节 政策变化分析
一、《零售商供应商公平交易管理办法》
二、《公平交易管理办法》
第三节 人民币升值对零售行业影响
第四节 外资零售业进入对我国产生的影响分析
一、正面影响
二、负面影响

第十六章 WTO与中国零售业
第一节 零售行业的开放政策
第二节 加入WTO对中国零售业的影响及对策
一、快速发展中的中国零售业
二、多元经营法制化
三、外资零售业带动内资零售业发展
四、零售业的对策谋划
第三节 WTO环境下国内零售企业的机会
一、搭起商业平台
二、竞争积累经验
三、扩展市场空间
第四节 外资进入对中国零售业的影响
一、正面影响

二、负面影响

第十七章 发达国家零售百货业的现状及趋势
第一节 国际零售业发展的特点及新理念
一、特点
二、新理念
第二节 美国零售百货业
一、2007年美国零售业分析
二、美国零售业格局的借鉴
第三节 日本零售百货业
一、2006年日本零售业回顾
二、2007年日本零售业分析
三、日本零售业发展的趋势
第四节 其他国家零售业分析
一、俄罗斯零售业
二、越南零售业
三、新西兰零售业
四、印度零售业
第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点
一、多样化
二、国际化、连锁化
三、集中化、规模化
四、主导化
五、商业网点转移
六、高技术化、现代化

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/200807/03-4167.html