

2020-2026年中国百货行业 发展趋势与投资策略报告

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

《2020-2026年中国百货行业发展趋势与投资策略报告》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/202005/164778.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

在探讨传统百货经营方式转型之前，首先需要明确自营和联营各自的特点与优缺点。传统百货的经营方式是指传统百货为实现自身价值所采取的采购、管理、销售、服务等方式的总称。根据所销售商品是否转移和如何转移所有权的不同，传统百货的经营方式可以分为自采自营、品牌联营和柜台租赁三种形态。因柜台租赁模式与品牌联营模式具有相似性质，且在传统百货中应用较少，故不做深入讨论和具体区分。 自营模式的优势在于更高的毛利率和更高效的供应链管理，这些对于缓解百货的业绩压力有非常大的帮助。而为何如今行业内仍旧形成了联营模式占主体的局面，本节将从历史角度出发，对联营模式的发展进行解析，并寻找百货行业进行自营转型所存在的阻力。

改革开放后，中国摆脱了计划经济体制，工业消费品不再由商业部门统购包销，工业部门的自销权和商业部门的选购权得到扩大，百货企业开始探索商品的自采自销模式。到1990年，百货商店商品自营比例已达90%，业内也出现了代批代销、引厂进店、出租柜台等多种经营模式。但到了90年代中期，随着中国商业地产的兴起和发展，百货行业规模出现激增，从1991年到1995年，百货店数量增速达560%，但由于商业地产开发商并不擅长零售经营，只能依靠租赁或联营的形式引进百货业态，使得百货业的场地出租和联合经营得到强化。2000年之后，人们的商品需求逐渐由生活必需品转向中高档消费品，百货企业则更加致力于引进知名品牌来吸引客流，对商品自采自销的空间越来越少。因此，联营逐渐取代自营成为主要经营模式，高档百货店联营比例也从90年代中期的50%，逐渐发展至今天的90%左右。中国百货经营模式的演变

年代	阶段	内容
1978年以前	计划经济	工业消费品基本上由商业部门统购包销。
1978-1980年	百货探索自营	商业部门改进工业消费品购销模式，取消工业品包销，扩大工业部门自销权和商业部门选购权，百货行业开始探索商品的自采自销模式
1980-1990年	自营迅速发展	商品购销形式不断变革，百货店开始派出采购人员到全国各地进行货品采购，主要实行商品买断。伴随着市场紧缺状况的缓解，以及零售市场供应的扩大，自营模式下百货快速发展，自营比例达90%左右。
1990年代以来	自营转联营	传统百货商店扩张过于迅猛，行业内鱼龙混杂，许多开发商不具备商业零售经验，自营百货经营压力大。同时，联营模式可以引进高端品牌，吸引客流，逐渐被百货商店所青睐。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国百货行业发展趋势与投资策略报告》共十五章。首先介绍了中国百货行业市场发展环境、百货整体运行态势等，接着分析了中国百货行业市场运行的现状，然后介绍了百货市场竞争格局。随后，报告对百货做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国百货行业发展趋势与投资预测。您若想对百货产业有个系统的了解或者想投资中国百货行业，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 百货行业报告摘要

1.1 百货行业报告研究范围

1.1.1 百货行业专业名词解释

1.1.2 百货行业研究范围界定

1.1.3 百货行业分析框架简介

1.1.4 百货行业分析工具介绍

1.1.5 百货行业研究机构

1.2 百货行业报告研究摘要

1.2.1 百货行业发展现状分析

1.2.2 百货行业市场规模分析

1.2.3 百货行业发展趋势预测

1.2.4 百货行业投资前景展望

1.2.5 百货行业投资建议

第二章 百货行业概述

2.1 百货行业基本概述

2.1.1 百货行业基本定义

2.1.2 百货行业主要分类

2.1.3 百货行业市场特点

2.2 百货行业商业模式

2.2.1 百货行业商业模式

2.2.2 百货行业盈利模式

2.2.3 百货行业互联网+模式

2.3 百货行业产业链

2.3.1 百货行业产业链简介

2.3.2 百货行业上游供应分布

2.3.3 百货行业下游需求领域

2.4 百货行业发展特性

2.4.1 百货行业季节性

2.4.2 百货行业区域性

2.4.3 百货行业周期性

第三章中国百货行业发展环境分析

3.1 百货行业政策环境分析

3.1.1 行业主管部门及监管体制

3.1.2 行业主要协会

3.1.3 主要产业政策及主要法规

3.2 百货行业经济环境分析

3.2.1 2014-2019年宏观经济分析

3.2.2 2020-2026年宏观经济形势

3.2.3 宏观经济波动对行业影响

3.3 百货行业社会环境分析

3.3.1 中国人口及就业环境分析

3.3.2 中国居民人均可支配收入

3.3.3 中国消费者消费习惯调查

3.4 百货行业技术环境分析

3.4.1 行业的主要应用技术分析

3.4.2 行业信息化应用发展水平

3.4.3 互联网创新促进行业发展

第四章国际百货行业发展经验借鉴

4.1 美国百货行业发展经验借鉴

4.1.1 美国百货行业发展历程分析

4.1.2 美国百货行业运营模式分析

4.1.3 美国百货行业发展趋势预测

4.1.4 美国百货行业对我国的启示

4.2 英国百货行业发展经验借鉴

4.2.1 英国百货行业发展历程分析

- 4.2.2 英国百货行业运营模式分析
- 4.2.3 英国百货行业发展趋势预测
- 4.2.4 英国百货行业对我国的启示
- 4.3 日本百货行业发展经验借鉴
 - 4.3.1 日本百货行业发展历程分析
 - 4.3.2 日本百货行业运营模式分析
 - 4.3.3 日本百货行业发展趋势预测
 - 4.3.4 日本百货行业对我国的启示
- 4.4 韩国百货行业发展经验借鉴
 - 4.4.1 韩国百货行业发展历程分析
 - 4.4.2 韩国百货行业运营模式分析
 - 4.4.3 韩国百货行业发展趋势预测
 - 4.4.4 韩国百货行业对我国的启示

第五章中国百货行业发展现状分析

- 5.1 中国百货行业发展概况分析
 - 5.1.1 中国百货行业发展历程分析
 - 5.1.2 中国百货行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国百货行业发展特点分析
- 5.2 中国百货行业发展现状分析
 - 5.2.1 中国百货行业市场规模
 - 5.2.2 中国百货行业发展分析

百货店样本企业自采自营比例	自采自营比例	百货店样本	≤5%	45.80%	5.1%-10%
16.70%	10.1%-15%	8.30%	15.1%-20%	14.60%	≥20.1%
				14.60%	

- 5.2.3 中国百货企业发展分析
- 5.3 2020-2026年中国百货行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国百货行业面临的困境及对策
 - 1、中国百货行业面临困境
 - 2、中国百货行业对策探讨
 - 5.3.2 中国百货企业发展困境及策略分析
 - 1、中国百货企业面临的困境
 - 2、中国百货企业的对策探讨

5.3.3 国内百货企业的出路分析

第六章中国互联网+百货行业发展现状及前景

6.1 中国互联网+百货行业市场发展阶段分析

6.1.1 互联网+百货行业发展阶段的研究

6.1.2 互联网+百货行业细分阶段的分析

6.2 互联网给百货行业带来的冲击和变革分析

6.2.1 互联网时代百货行业大环境变化分析

6.2.2 互联网给百货行业带来的突破机遇分析

6.2.3 互联网给百货行业带来的挑战分析

6.2.4 互联网+百货行业融合创新机会分析

6.3 中国互联网+百货行业市场发展现状分析

6.3.1 中国互联网+百货行业投资布局分析

1、中国互联网+百货行业投资切入方式

2、中国互联网+百货行业投资规模分析

3、中国互联网+百货行业投资业务布局

6.3.2 百货行业目标客户互联网渗透率分析

6.3.3 中国互联网+百货行业市场规模分析

6.3.4 中国互联网+百货行业竞争格局分析

1、中国互联网+百货行业参与者结构

2、中国互联网+百货行业竞争者类型

3、中国互联网+百货行业市场占有率

6.4 中国互联网+百货行业市场发展前景分析

6.4.1 中国互联网+百货行业市场增长动力分析

6.4.2 中国互联网+百货行业市场发展瓶颈剖析

6.4.3 中国互联网+百货行业市场发展趋势分析

第七章中国百货行业运行指标分析

7.1 中国百货行业市场规模分析及预测

7.1.1 2014-2019年中国百货行业市场规模分析

7.1.2 2020-2026年中国百货行业市场规模预测

7.2 中国百货行业市场供需分析及预测

7.2.1 中国百货行业市场供给分析

- 1、2014-2019年中国百货行业供给规模分析
- 2、2020-2026年中国百货行业供给规模预测

7.2.2 中国百货行业市场需求分析

- 1、2014-2019年中国百货行业需求规模分析
- 2、2020-2026年中国百货行业需求规模预测

7.3 中国百货行业企业数量分析

7.3.1 2014-2019年中国百货行业企业数量情况

7.3.2 2014-2019年中国百货行业企业竞争结构

7.4 2014-2019年中国百货行业财务指标总体分析

7.4.1 行业盈利能力分析

7.4.2 行业偿债能力分析

7.4.3 行业营运能力分析

7.4.4 行业发展能力分析

第八章中国百货行业应用领域分析

8.1 中国百货行业应用领域概况

8.1.1 行业主要应用领域

8.1.2 行业应用结构分析

8.1.3 应用发展趋势分析

8.2 应用领域一

8.2.1 市场发展现状概述

8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章中国百货行业竞争格局分析

9.1 百货行业竞争五力分析

9.1.1 百货行业上游议价能力

9.1.2 百货行业下游议价能力

9.1.3 百货行业新进入者威胁

9.1.4 百货行业替代产品威胁

9.1.5 百货行业内部企业竞争

9.2 百货行业竞争SWOT分析

9.2.1 百货行业优势分析（S）

9.2.2 百货行业劣势分析（W）

9.2.3 百货行业机会分析（O）

9.2.4 百货行业威胁分析（T）

9.3 百货行业重点企业竞争策略分析

第十章中国百货行业竞争企业分析

10.1 大商股份

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.2 百货大楼

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.3 上海豫园旅游商城股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.4 王府井百货（集团）股份有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.5 武汉武商集团股份有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.6 百盛商业集团有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

第十一章 中国百货行业经典案例分析

11.1 经典案例一

11.1.1 基本信息分析

11.1.2 经营情况分析

11.1.3 产品/服务分析

11.1.4 商业模式分析

11.2 经典案例二

11.2.1 基本信息分析

11.2.2 经营情况分析

11.2.3 产品/服务分析

11.2.4 商业模式分析

11.3 经典案例三

11.3.1 基本信息分析

11.3.2 经营情况分析

11.3.3 产品/服务分析

11.3.4 商业模式分析

第十二章 2020-2026年中国百货行业发展前景及趋势预测

12.1 2020-2026年中国百货市场发展前景

12.1.1 2020-2026年百货市场发展潜力

12.1.2 2020-2026年百货市场发展前景展望

12.1.3 2020-2026年百货细分行业发展前景分析

12.2 2020-2026年中国百货市场发展趋势预测

12.2.1 2020-2026年百货行业发展趋势

12.2.2 2020-2026年百货行业应用趋势预测

12.2.3 2020-2026年细分市场发展趋势预测

12.3 2020-2026年中国百货市场影响因素分析

12.3.1 2020-2026年百货行业发展有利因素

12.3.2 2020-2026年百货行业发展不利因素

12.3.3 2020-2026年百货行业进入壁垒分析

第十三章 2020-2026年中国百货行业投资机会分析

13.1 百货行业投资现状分析

13.1.1 百货行业投资规模分析

13.1.2 百货行业投资资金来源构成

13.1.3 百货行业投资项目建设分析

13.1.4 百货行业投资资金用途分析

13.1.5 百货行业投资主体构成分析

13.2 百货行业投资机会分析

13.2.1 百货行业产业链投资机会

13.2.2 百货行业细分市场投资机会

13.2.3 百货行业重点区域投资机会

13.2.4 百货行业产业发展的空白点分析

第十四章 2020-2026年中国百货行业投资风险预警

14.1 百货行业风险识别方法分析

14.1.1 调查法

14.1.2 故障树分析法

14.1.3 敏感性分析法

14.1.4 情景分析法

14.1.5 核对表法

14.1.6 主要依据

14.2 百货行业风险评估方法分析

14.2.1 敏感性分析法

14.2.2 项目风险概率估算方法

14.2.3 决策树

14.2.4 决策法

14.2.5 层次分析法

14.2.6 对比及选择

14.3 百货行业投资风险预警

14.3.1 2020-2026年百货行业市场风险预测

14.3.2 2020-2026年百货行业政策风险预测

14.3.3 2020-2026年百货行业经营风险预测

14.3.4 2020-2026年百货行业技术风险预测

14.3.5 2020-2026年百货行业竞争风险预测

14.3.6 2020-2026年百货行业其他风险预测

第十五章 2020-2026年中国百货行业投资策略建议

15.1 提高百货企业竞争力的策略

15.1.1 提高中国百货企业核心竞争力的对策

15.1.2 百货企业提升竞争力的主要方向

15.1.3 影响百货企业核心竞争力的因素及提升途径

15.1.4 提高百货企业竞争力的策略

15.2 对我国百货品牌的战略思考

15.2.1 百货品牌的重要性

15.2.2 百货实施品牌战略的意义

15.2.3 百货企业品牌的现状分析

15.2.4 我国百货企业的品牌战略

15.2.5 百货品牌战略管理的策略

15.3 百货行业建议

15.3.1 行业发展策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：百货产业链分析

图表：百货上游供应分布

图表：百货下游需求领域

图表：百货行业生命周期

图表：2014-2019年百货行业市场规模分析

图表：2020-2026年百货行业市场规模预测

图表：2014-2019年中国百货行业供给规模分析

图表：2020-2026年中国百货行业供给规模预测

图表：2014-2019年中国百货行业需求规模分析

图表：2020-2026年中国百货行业需求规模预测

图表：2014-2019年中国百货行业企业数量情况

图表：2014-2019年中国百货行业企业竞争结构

图表：2004-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比2015年涨跌幅度

图表：2004-2019年固定资产投资及其增长速度

图表：2004-2019年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2019年人口数及其构成

图表：2004-2019年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2019年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国百货行业投资风险分析

图表：中国百货行业投资建议

图表：中国百货行业发展趋势预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164778.html>