

2022-2028年中国百货店行业 发展趋势与战略咨询报告

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年中国百货店行业发展趋势与战略咨询报告》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/202202/268011.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

百货店即百货商店，指在一个建筑物内，经营若干大类商品，实行统一管理，分区销售，满足顾客对时尚商品多样化选择需求零售业态。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国百货店行业发展趋势与战略咨询报告》共十一章。首先介绍了百货店相关概念及发展环境，接着分析了中国百货店规模及消费需求，然后对中国百货店市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国百货店面临的机遇及发展前景。您若想对中国百货店有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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2019年中国百货店产业运行环境分析

第一节2019年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节2019年中国百货店产业政策环境分析

一、百货店价格调整策略

二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费

三、百货店相关政策影响分析

第三节2019年中国百货店产业社会环境分析

第二章2019年中国零售业运行态势分析

第一节2019年中国零售业的发展分析

一、零售业发展潜力巨大

二、零售业成本上升促使企业关注内生增长

三、零售行业消费品市场进入新的发展时期

四、国内零售企业开展分等定级

五、社会消费品零售总额分析

六、零售百货行业分析

第二节中国零售业转型进入关键期

一、品牌创造价值

二、服务创造价值

三、现代信用创造价值

四、企业社会责任创造价值

五、安全创造价值

六、商业模式创造价值

七、商业文化创造价值

八、人力资本创造价值

第三节2019年中国零售企业五大问题分析

一、连锁企业漠视品牌经营

二、统一采购仅停留于理论

三、末端优势难以体现

四、定价和促销流于形式

五、存货管理漏洞大

第三章2019年世界百货店产业运行状况分析

第一节2019年世界百货店产业运行综述

一、世界百货店设计创意分析

二、国外百货店运营奢侈品的经验学习

三、世界百货店的标杆

第二节2019年世界百货店产业主要国家运行分析

一、日本

二、美国

三、日本与美国对比分析

第三节2022-2028年世界百货店产业发展趋势分析

第四章世界知名百货店发展情况分析

第一节美国：Bloomingdale百货公司

一、公司基本情况

二、公司经营及市场销售分析

三、公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第二节美国：BergdorfGoodman百货公司

一、公司基本情况

二、公司经营及市场销售分析

三、公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第三节日本：西武百货

一、公司基本情况

二、公司经营及市场销售分析

三、公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第四节英国：哈洛德百货公司Harrods

一、公司基本情况

二、公司经营及市场销售分析

三、公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第五节意大利：LARINASCENTE百货公司

一、公司基本情况

二、公司经营及市场销售分析

三、公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第六节法国：GalleriesLafayette百货公司

一、公司基本情况

二、公司经营及市场销售分析

三、公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第七节印度尼西亚：乐宾百货

一、公司基本情况

二、公司经营及市场销售分析

三、公司竞争优势分析

四、未来国际化发展战略

第五章2019年中国百货店产业运行形势分析

第一节2019年中国百货店业发展概况

一、我国百货业发展本土优势分析

二、白领百货店的经营创新

三、百货店业态销售同比增长速度

第二节2019年中国大型百货运行分析

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

第三节2019年中国百货店产业发展存在的问题分析

第六章2019年中国百货业市场管理及营销手段分析

第一节2019年中国百货业供应商关系管理探析

一、百货业供应商关系管理简述

二、百货业供应商关系管理的作用

三、国内百货业供应商关系管理中的问题

四、百货业供应商管理的发展趋势

第二节2019年中国百货业的营销分析

一、百货店间常用的促销手段

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

第七章2019年中国百货店业市场竞争格局分析

第一节2019年中国百货店竞争现状分析

一、大型、综合百货店的市场竞争优势

二、百货店建立长远竞争优势浅析

三、百货店核心竞争力打造

四、我国百货店新的竞争模式

第二节2019年中国百货店重点省市运行分析

一、北京百货店30年发展

二、上海百货店零售额排行

三、深圳百货店回顾与展望

第三节2019年中国百货店产业提升竞争力策略分析

第八章2019年中国百货店相关竞争产业运营分析——购物中心

第一节2019年中国购物中心发展概况

一、中国购物中心发展的历史阶段剖析

二、中国购物中心发展基本情况简述

三、中国购物中心发展的特点解析

四、中国Shopping Mall发展态势剖析

五、外资抢滩中国购物中心市场

第二节2019年中国购物中心发展存在的问题分析

一、我国大型购物中心发展的阻碍

二、我国购物中心发展面临的挑战

三、大型购物中心在我国遭遇诸多困扰

四、我国购物中心开发存在的误区透析

第三节2019年中国购物中心发展的对策分析

一、促进我国购物中心快速发展的建议

二、大型购物中心建设的要点探讨

三、我国购物中心开发的三大要素

四、大型购物中心可持续发展的对策

第九章2019年中国百货店相关竞争产业运营分析——超市业

第一节2019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

第二节2019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

第三节2019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

第四节2022-2028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

第十章中国百货店经营优势企业竞争力分析

第一节武汉中商集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节银川新华百货商店股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节合肥百货大楼集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节百大集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节昆明百货大楼（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第十一章2022-2028年中国百货店产业发展趋势与投资预测分析（）

第一节2022-2028年中国百货店服务趋势分析

一、服务趋向战略化

二、服务趋向超前性

三、服务趋向情感化

四、服务趋向多样化

五、服务趋向个性化

六、服务趋向信息化

第二节2022-2028年中国百货店产业市场预测分析

一、百货店产业走势预测分析

二、百货店盈利预测分析

三、百货店市场竞争格局预测分析

第三节2022-2028年中国百货店产业投资机会分析

第四节2022-2028年中国百货店产业投资风险分析

第五节投资建议（）

图表目录：

图表：无店铺零售业的基本特点

图表：有店铺零售业态的基本特点

图表：国际主要零售商的并购

图表：零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式

图表：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表：全球零售商最常被盗的商品

图表：2015-2019年百货店业态销售同比增长速度（%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/268011.html>