

2025-2031年中国零售百货 市场趋势预测与投资战略规划报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2025-2031年中国零售百货市场趋势预测与投资战略规划报告》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.bosidata.com/report/Z75104FJH5.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】 2025-05-15

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国零售百货市场趋势预测与投资战略规划报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国零售百货市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一章中国零售行业综述第一节 中国零售行业发展概况一、零售业态的定义二、中国零售业态演进历史三、零售业态分类和基本特征第二节 零售百货行业介绍一、百货业态的概念与定义二、零售百货行业的特征三、百货行业的主要壁垒第二章全球百货行业发展状况浅析第一节 美国百货业一、美国百货业整体简况二、美国百货业经营特点三、美国百货业的发展趋势第二节 日本百货业一、日本百货业整体简况二、日本百货业经营特点三、日本百货店的发展趋势第三章2024年中国零售百货行业发展环境分析第一节 经济环境一、2024年中国GDP增长情况分析二、2024年中国工业经济发展形势分析三、2024年中国全社会固定资产投资分析四、2024年中国社会消费品零售总额分析五、2024年中国城乡居民收入与消费分析六、2024年中国对外贸易发展形势分析第二节 政策环境一、行业管理体制二、主要行业法规政策三、汽车家电以旧换新政策四、扩大消费政策措施力度继续加大五、商务部支持流通企业兼并重组六、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》第三节 社会环境一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场二、消费结构升级促进百货业发展三、中国扩大消费政策取得成效四、新农村建设孕育巨大消费潜力五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长六、基础设施及信息物流技术升级提升百货运营效率第四章2024年中国零售业运行状况分析第一节 2024年中国零售业发展规模分析一、中国零售行业总体发展规模二、重点零售企业销售规模分析三、连锁零售业各业态基本情况四、限额以上连锁零售企业分析第二节 城市化下移三四线城市零售业发展分析一、中国零售业态区域发展分析二、政策推进城市化的下移进程三、城市化下移促进零售业发展四、三四线城市零售业迎来机遇第三节 2024年中国零售业发展态势分析第四节 中国连锁百强企业发展态势分析一、中国连锁百强企业排名情况二、中国连锁百强企业特点分析三、连锁百强企业规模增长情况第五章2024年中国百货行业运行状况分析第一节 全球化背景下外资百货在华发展概况一、亚洲百货企业在华发展情况二、美洲百货企业在华发展情况三、欧洲百货企业在华发展情况第二节 2024年中国零售百货行业发展综述一、中国零售百货行业发展回顾二、零售百货业的发展变化概述三、中国零售百货业存在的问题四、制约零售百货业发展的因素第三节 2024年中国零售百货业发展现状分析一、中国百货业的经营模式分析二、中国百货业跨界商发展分析三、百货业二三线城市发展布局四、零售业投资增加促百货业发展第四节 2024年中国零售百货业发展规模分析一、连锁百货门店规模统计二、连锁百货

销售规模统计三、连锁百货企业排名情况

第五节 中国零售百货业网络销售发展情况

一、网络时代零售商遭遇挑战二、中国百货企业纷纷“触网”三、银泰网络百货的经营情况四、零售百货业借助微博发展

第六章 2024年中国零售百货行业竞争格局分析

第一节 中国零售行业竞争现状分析

一、中国零售业竞争总体概况二、中国零售业竞争消费格局三、中国零售业竞争格局变化四、中国零售业价格竞争分析五、中国零售业竞争问题解析六、外资零售商在华竞争情况

第二节 内资百货与外资百货在华竞争格局分析

一、外资百货企业在华发展分析二、本地百货业与外资竞争分析三、本地百货企业区域优势明显四、内资百货企业区域扩张分析

第三节 2024年中国百货行业竞争状况分析

一、一线城市百货供给情况分析二、二三线城市百货业发展分析三、百货企业上市融资应对竞争四、中国百货行业并购重组概况

第四节 2024年中国百货行业竞争策略分析

一、信息化技术应用策略二、零售业态改变经营模式三、改变品牌经营发展战略四、正面竞争转向错位竞争

第七章 2024年中国零售百货竞争行业发展状况分析

第一节 中国连锁超市发展状况

一、中国连锁超市发展概述二、中国超市业态发展规模三、中国连锁超市企业排名四、外资超市在华发展情况五、本土超市营销战略分析六、中国本土仓储式超市动态七、中国连锁超市业并购情况八、超市消费者购买行为分析

第二节 中国便利店发展状况

一、中国便利店总店数量统计二、中国便利店门店规模统计三、中国便利店销售规模统计四、中国便利店经营特点分析五、中国便利店产品策略分析六、中国便利店分销策略分析七、中国便利店发展SWOT分析

第三节 中国购物中心发展状况

一、世界购物中心分类情况分析二、中国购物中心发展历程分析三、中国购物中心类型形态界定四、中国购物中心发展规模分析五、中国购物中心发展指数分析六、中国购物中心开发投资情况七、中国购物中心投资策略分析八、购物中心投资前景调研预测分析

第四节 中国网络购物行业发展状况

一、中国无店铺零售业态发展情况二、中国网络零售规模及现状分析三、中国网络购物发展趋势分析

第五节 中国电视购物行业发展状况

一、电视购物发展概况二、电视购物优点分析三、电视购物弊端分析四、电视购物发展方向五、电视购物发展问题六、电视购物面临挑战

第六节 中国网络团购行业发展分析

一、中国网络团购行业发展规模分析二、中国网络团购消费人群调查分析三、中国网络团购消费行为调查分析

第八章 2020-2024年中国零售百货业区域市场分析

第一节 东北地区

第二节 华东地区

第三节 华中地区

第四节 华北地区

第五节 西南地区

第六节 华南地区

第九章 零售百货业重点企业分析

第一节 大商股份有限公司

一、企业概述二、竞争优势分析三、企业经营分析四、发展战略分析

第二节 王府井百货（集团）股份有限公司

一、企业概述二、竞争优势分析三、企业经营分析四、发展战略分析

第三节 上海百联集团股份有限公司

一、企业概述二、竞争优势分析三、企业经营分析四、发展战略分析

第四节 武汉武商集团股份有限公司

一、企业概述二、竞争优势分析三、企业经营分析四、发展战略分析

第五节 银座集团股份有限公司

一、企业概述二、竞争优势分析三、企业经营分析四、发展战略分析

六节 百盛商业集团有限公司一、企业概述二、竞争优势分析三、企业经营分析四、发展战略分析第十章2025-2031年中国零售百货经营策略分析第一节 中国百货企业市场定位策略分析一、百货店市场定位要素二、百货店市场定位步骤三、百货店定位应注意的问题第二节 中国零售百货行业发展主要对策一、加快重组向规模经营连锁经营转变二、准确市场定位向特色经营转变三、发挥自身优势向服务经营转变四、更新经营理念向动态经营转变五、发展网络信息技术向信息化管理转变六、改进传统经营模式向科学运营转变第三节 中国百货业发展战略的对策一、导入信息化技术二、升级业态改变经营模式三、实施品牌发展战略四、正面竞争转向错位竞争第四节 中国零售百货业自营模式探索一、中国百货业的经营模式二、百货业联营模式存在的问题三、百货业的自营能力不足四、百货业自营模式的探索第五节 提升中国零售百货业核心竞争力的策略选择一、丰富齐全的产品线二、快捷方便的运营效率三、快速灵敏的战略调整四、寻求质优价低成本优势五、把握时尚流行的元素第十一章2025-2031年中国零售百货业发展趋势分析第一节 我国零售业的发展走势一、消费升级提升百货增长空间二、温和通胀促进超市业绩提升三、专业店最具成长潜力第二节 商业模式下的百货业趋势一、商圈两极化外延的地产百货模式二、破解盈利模式之困的多业态融合模式三、延伸连锁空间的相关多元化模式第三节 多业态、多元化融合的行业发展趋势一、购物中心多业态发展趋势二、多元嵌入的连锁式外延扩张第四节 中国零售百货业发展方向一、特色化、主题化、品牌化二、连锁化、产业化、集约化三、品牌化、信用化、知识化第五节 未来中国零售百货业发展趋势一、人才瓶颈进一步凸显二、资本对接将愈加紧密三、商业地产将快速增长四、供应链变革继续深入五、上游厂商争夺流通渠道六、“绿色零售”亟需转化成竞争优势七、奢侈品牌大举进军二三级市场第十二章2025-2031年中国零售百货投资前景研究分析第一节 2025-2031年零售百货趋势预测及投资机遇分析第二节 2025-2031年中国零售百货投资前景分析第三节 中国百货行业并购重组战略分析一、中国大型百货企业并购重组案例分析二、百货行业并购的融资风险防范三、百货行业并购重组遵循原则第四节 2025-2031年中国零售百货业投资前景研究分析一、挖掘新规划经济振兴区域市场二、发展高端百货业态打造高端品牌三、发展二三线城市零售百货业四、创新经营把握新兴消费人群市场五、开发微博、团购等互联网营销方式图表目录图表1：2024年国内生产总值增速（%）图表2：2024年规模以上工业增加值增速月度对比（%）图表3：2024年固定资产投资（不含农户）增速同比（%）图表4：2024年房地产开发投资增速（%）图表5：2024年城镇居民人均可支配收入实际增速（%）图表6：2024年农村居民人均收入实际增速（%）图表7：中国城乡居民家庭恩格尔系数（%）图表8：2020-2024年零售业商品销售额及占GDP比重分析图表9：2024年中国连锁百强榜单图表10：2020-2024年连锁百货门店规模统计更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Z75104FJH5.html>