

2016-2022年中国百货行业竞争分析与十三五投资 前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国百货行业竞争分析与十三五投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/240328240328.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

百货店这一零售业的业态形式创始于19世纪的法国。它所采取的按商品类别划分部门和分部门管理等经营管理制度，树立了同资本主义工业组织相适应的资本型商业形态。在零售市场中起到引导和示范作用，成为市场主导业态的地位。但随着买方市场的出现，人们消费价值观念的转化，消费心理呈个性化与行为的多样化之势。人们对价格、质量、品种、方便、服务等各种流通要素的重视程度不断发生变化，因而零售业态不断推陈出新。百货店的领先地位受到挑战。

我国百货业商品同质化十分严重。品牌重合率高、商品大同小异。顾客走进任何一家相同层次的百货店往往会看到很多的品牌几乎每家都有、可供挑选的款式也基本一样。而商品作为百货店经营的主要客体，是吸引消费者的重要因素。商品没有特色，百货店的竞争优势就很难体现出来，更不用说吸引消费者的关注。从而导致百货店经营的商品总是随大流、千篇一律；最终，各百货店之间的竞争不得不靠打折促销等价格战手段，恶性竞争到亏本的惨境。在新的市场环境下，百货企业向专业店或购物中心业态转型，或者多业态经营是一个发展趋势。据统计，在国内零售百强中，进行多业态转变的百货企业市场份额在逐年增长，这也充分表明百货企业多业态发展的可行性与有效性。百货商店不仅展示着新生活的画面，还勾画了未来新生活图景。打造现代百货商店要做到：一紧跟时代。了解现代流行趋势，做到定期改进店内装潢环境，打造成消费者领略时代潮流的橱窗。二是做到富有国际性。

面对犹如洪水猛兽的电商，百货、购物中心以体验化为主旋律的调整仍处于进行时。新业态的迅猛增长和全渠道变革促使传统百货业、购物中心加快调整步伐。未来，百货业将在加大自营比例的同时，向购物中心的经营、管理模式靠拢，购物中心也将探索多种方式与渠道联姻互联网，线上线下无缝组合。

中国报告网发布的《2016-2022年中国百货行业竞争分析与十三五投资前景预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一部分 百货行业运行现状

第一章 2014-2015年全球百货行业运行状况浅析

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、美国百货收入情况分析
- 四、美国百货业的发展趋势

第二节 日本百货业

- 一、日本百货业经营特点
- 二、日本百货两巨头并购：崇光百货总店将被大丸收购
- 三、近几年日本百货收入情况分析
- 四、日本百货业发展呈现三大趋势

第三节 欧盟百货业

- 一、欧盟百货业整体发展现状
- 二、欧盟百货业经营特点
- 三、欧盟百货业的发展趋势
- 四、近几年欧盟百货收入情况
 - 1、英国
 - 2、罗马尼亚
- 五、未来欧盟百货收入预测分析

第二章 2014-2015年中国百货行业整体运行状况分析

第一节 2014-2015年中国百货行业的现状特点

- 一、经营方式
- 二、市场需求
- 三、规模和经营水平
- 四、市场竞争和环境

第二节 2014-2015年中国百货市场动态分析

- 一、广百百货战略进驻深圳市场
- 二、韩乐天百货证实将收购时代零售多数股权
- 三、羊城百货龙头齐齐开疆拓土

第三节 未来中国百货行业发展趋势分析

- 一、“特色化、主题化、品牌化”是百货业竞争的显著特点
- 二、“连锁化、产业化、集约化”是百货业改造的主要内容
- 三、“品牌化、信用化、知识化”是百货业发展的主要手段

第三章 2014-2015年中国百货行业运行环境分析

第一节 2014-2015年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、中国汇率调整
- 九、货币供应量
- 十、中国外汇储备
- 十一、存贷款基准利率调整情况
- 十二、存款准备金率调整情况
- 十三、社会消费品零售总额
- 十四、对外贸易&进出口
- 十五、城镇人员从业状况

第二节 2014-2015年中国百货业政策环境分析

- 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 2014-2015年中国百货产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育情况分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民消费观念和习惯分析

第二部分 百货行业并购重组分析

第四章 2014-2015年中国百货行业区域性并购重组的预测分析

第一节 华北地区

- 一、华北地区百货发展现状
- 二、地区百货行业发展特征与产业格局分析
- 三、地区百货行业并购重组趋势与可行性分析

第二节 华东地区

- 一、华东地区百货供需规模分析

二、华东地区百货业动态分析

三、地区百货行业并购重组趋势与可行性分析

第三节 华南地区

一、华南地区百货业现状综述

二、华南地区百货行业动态分析

三、地区百货行业并购重组趋势与可行性分析

第四节 华中地区

一、华中地区最大珠宝城落户世贸广场

二、地区百货行业并购重组趋势与可行性分析

第五节 其它地区百货业动态及并购重组趋势与可行性分析

一、西北地区

二、西南地区

三、东北地区

第五章 国外百货企业并购重组案例分析

第一节 沃尔玛收购好又多股权

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第二节 麦德龙收购沃尔玛在德家百货分店

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第三节 意大利文艺复兴百货公司收购法国春天百货公司

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第四节 伊势丹并购三越

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第六章 国外百货企业在中国并购重组趋势分析

第一节 国外百货企业在中国的发展分析

一、投资特点

二、投资区域

三、市场表现

四、投资趋势

第二节 沃尔玛零售百货

一、投资情况

二、核心竞争力分析

三、并购重组趋势与可能性分析

第三节 家乐福零售百货

第四节 荷兰万客隆百货

第五节 德国麦德龙百货

第六节 日本太平洋百货

第七节 日本久光百货

第八节 韩国新世界百货

第九节 马来西亚百盛百货

第三部分 百货行业并购重组竞争

第七章 中国的百货业潜在进入者分析

第一节 美国Sears百货

一、经营情况分析

二、核心竞争力分析

三、在中国的投资趋势以及可能性分析

第二节 J.C.Penney

第三节 塔吉特

第四节 日本永旺集团

第八章 中国百货行业并购重组并购案例分析

第一节 第一百货与华联商厦合并的案例

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第二节 王府井百货兼并徐州华联商厦的案例

第三节 上海百联集团的重组案例

第四节 物美集团收购银川新华百货的案例

第五节 华润集团并购万佳百货的案例

第六节 银泰百货收购百大集团的案例

第九章 2014-2015年中国主要百货行业并购重组并购主体竞争力分析

第一节 上海百联有限公司

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、并购重组趋势

第二节 南京中央商场（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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、并购重组趋势

第三节 北京王府井百货公司

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、并购重组趋势

第四节 新华百货公司

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、并购重组趋势

第五节 广州友谊集团股份有限公司

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、并购重组趋势

第六节 重庆百货大楼股份有限公司

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、并购重组趋势

第四部分 百货行业投资前景分析

第十章 2016-2022年中国百货行业规模性并购重组并购机会分析

第一节 大型规模百货企业并购重组机会分析

一、上海开开商城有限公司

1、并购重组可行性分析

2、并购重组价值分析

二、太平洋百货有限公司

三、北京西单商场

四、广州友谊商场

第二节 中小型规模百货企业并购重组机会分析

一、合肥百货

1、并购重组可行性分析

2、并购重组价值分析

二、武汉中百

三、武汉中商

四、沈阳春天百货

五、重庆三利百货

六、重庆立洋百货

七、杭州昊天百货

八、北京中友百货

九、北京君太百货

第十一章 2016-2022年中国百货行业并购重组并购风险分析

第一节 2014-2015年中国百货行业并购重组背景分析

一、中国百货行业SWOT分析

二、中国百货行业市场升级

第二节 2016-2022年中国百货行业并购重组的障碍分析

一、资金障碍

二、人力资源障碍

三、企业管理障碍

四、经营风险障碍

第三节 2016-2022年中国百货行业并购战略思考

一、选择最有利的融资方式

二、改善经营机制，努力实现借入资金变为自有资金的置换

三、充分考虑投资收益不低于银行存款利率

第四节 中国百货行业并购重组并购建议

图表目录

图表：波兰零售企业和金融机构合作情况

图表：2012-2015年全国百货业商品购进总额分析

图表：2012-2015年全国百货业统一配送商品购进额分析

图表：2012-2015年我国百货行业商品销售额分析

图表：2012-2015年全国百货业零售额分析

图表：2012-2015年全国百货业自有配送中心配送商品购进额分析

图表：2012-2015年全国百货业非自有配送中心配送商品购进额分析

图表：2009-2015年中国GDP及增长率

图表：2009-2015年中国人均GDP及增长率

图表：2012-2015年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2015年固定资产投资到位资金情况

图表：2011-2015年中国固定资产投资及增长

图表：2014-2015年中国固定资产投资

图表：2013-2015年我国财政收入状况分析

图表：2013-2015年我国财政支出状况分析

图表：2013-2015年国家外汇储备分析

图表：2015年银行存贷款利率表

图表：2015年各个银行利率存款利率表

图表：2009-2015年我国社会消费品零售总额及增长

- 图表：2011-2015年我国城镇社会消费品零售总额及增长
- 图表：2011-2015年我国乡村社会消费品零售总额及增长
- 图表：2011-2015年我国商品零售社会消费品零售总额及增长
- 图表：2009-2015年中国进出口总额及增长
- 图表：历年中国大学毕业生数量
- 图表：2012-2015年华北地区百货业商品购进总额分析
- 图表：2012-2015年华北地区百货业统一配送商品购进额分析
- 图表：2012-2015年华北地区百货行业商品销售额分析
- 图表：2012-2015年华东地区百货业商品购进总额分析
- 图表：2012-2015年华东地区百货业统一配送商品购进额分析
- 图表：2012-2015年华东地区百货行业商品销售额分析
- 图表：2012-2015年华南地区百货业商品购进总额分析
- 图表：2012-2015年华南地区百货业统一配送商品购进额分析
- 图表：2012-2015年华南地区百货行业商品销售额分析
- 图表：2012-2015年华中地区百货行业商品销售额分析
- 图表：2012-2015年西北地区百货行业商品销售额分析
- 图表：2012-2015年西南地区百货行业商品销售额分析
- 图表：2012-2015年东北地区百货行业商品销售额分析
- 图表：2015年我国外商投资百货企业销售额占全国百货业销售额比
- 图表：华联商厦股本折成第一百货股本
- 图表：第一百货资产负债表
- 图表：华联商厦资产负债表
- 图表：模拟存续公司资产负债表
- 图表：第一百货利润表
- 图表：华联商厦利润表
- 图表：模拟存续公司利润表
- 图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司每股指标分析
- 图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司财务风险分析
- 图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司现金流量表
- 图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司盈利能力分析
- 图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司盈利质量分析
- 图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司利润表
- 图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司资产负债表
- 图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司运营能力分析
- 图表：2015年南京中央商场（集团）股份有限公司主营构成分析

图表：2014-2015年南京中央商场（集团）股份有限公司成长能力分析

图表：2014-2015年北京王府井百货公司每股指标分析

图表：2014-2015年北京王府井百货公司财务风险分析

图表：2014-2015年北京王府井百货公司现金流量表

图表：2014-2015年北京王府井百货公司盈利能力分析

图表：2014-2015年北京王府井百货公司盈利质量分析

图表：2014-2015年北京王府井百货公司利润表

图表：2014-2015年北京王府井百货公司资产负债表

图表：2014-2015年北京王府井百货公司运营能力分析

图表：2015年北京王府井百货公司主营构成分析

图表：2014-2015年北京王府井百货公司成长能力分析

图表：2014-2015年新华百货公司每股指标分析

图表：2014-2015年新华百货公司财务风险分析

图表：2014-2015年新华百货公司现金流量表

图表：2014-2015年新华百货公司盈利能力分析

图表：2014-2015年新华百货公司盈利质量分析

图表：2014-2015年新华百货公司利润表

图表：2014-2015年新华百货公司资产负债表

图表：2014-2015年新华百货公司运营能力分析

图表：2015年新华百货公司主营构成分析

图表：2014-2015年新华百货公司成长能力分析

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司每股指标分析

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司财务风险分析

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司现金流量表

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司盈利能力分析

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司盈利质量分析

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司利润表

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司资产负债表

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司运营能力分析

图表：2015年广州友谊集团股份有限公司主营构成分析

图表：2014-2015年广州友谊集团股份有限公司成长能力分析

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司每股指标分析

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司财务风险分析

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司现金流量表

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司盈利能力分析

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司盈利质量分析

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司利润表

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司资产负债表

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司运营能力分析

图表：2015年重庆百货大楼股份有限公司主营构成分析

图表：2014-2015年重庆百货大楼股份有限公司成长能力分析

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/240328240328.html>