

2020年中国百货市场行业前景分析报告- 行业供需现状与发展前景预测

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《2020年中国百货市场行业前景分析报告-行业供需现状与发展前景预测》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/510864510864.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

目前，我国百货市场正处于数字化转型阶段，多业态、全渠道融合趋势渐明，百货公司开始谋求数字化转型利用互联为线下实体赋能。

我国百货市场发展历程

资料来源：公开资料整理

从竞争格局来看，我国百货企业大多在成立之初便具有地方国营属性，形成了较强的区域属性，集中度相对较低。数据显示，2019年我国百货行业CR3/CR5分别仅为5.2%与8.0%，远低于美国同期的56.4%与76.6%。

2019年我国与美国百货行业市场集中度对比

数据来源：公开资料整理

为拥抱新零售，推进数字化转型，我国百货公司正在积极推进业态转型升级，王府井与天虹股份等重点百货公司积极采取措施推动多业态布局和数字化转型升级。

我国重点百货公司推动多业态布局和数字化转型升级的举措

企业

多业态布局

数字化转型

王府井

百货

截止2019年底，下辖百货业态门店30家，涉及18个省、市、自治区，主营收入贡献占比为69.96%左右。

围绕实体业务和顾客需求，搭建了微信商城、微信社群、直播间等流量入口;王府井网上商城开通了微信端、天猫旗舰店等多个入口，支持线上订购送货上门、线上支付到店核销，线上订购到店提货等跨渠道购物体验。

奥特莱斯

截至2019年底，公司拥有“赛特奥莱”与“王府井奥莱”两个奥莱品牌7家门店，主营收入贡献占比达到17.88%。2017-2019年奥莱业态的营收增速分别达到41.23%/8.52%/24.75%。

购物中心

截至2019年底，公司下辖购物中心业态门店15家，主营收入贡献占比12.16%，已成为公司发展的重要业态之一。

超市

2017年9月，与首航国力商贸合作，成立合资公司共同发展连锁超市业务。公司目前拥有“王府井生活超市”、“王府井首航超市”、“王府井吉选超市”三大品牌。

免税

2020年7月，投资设立北京王府井免税品经营公司，用于开展免税品经营等业务。

天虹股份

百货

公司近年来积极推进百货楼层主题化、购物中心化转型。截至2019年底，公司下辖综合百货门店68家，可比店营收占比为56.04%，较2017年下降7.86pct。

公司以天虹APP作为数字化的统领，是天虹的会员中心、商品中心、营销中心、大数据中心和流量共享中心;整合多渠道业务系统，统一数据架构，构建“数据+业务”双引擎驱动体系，形成了以中台支撑的全链路生态化数字系统。

超市

2016年推出全新超市业态Sp@ce，定位并于2017年1月开业首店。截止2019年底，超市业态门店数达97家，可比店营收占比36.64%，较2017年提升9.04pct。

购物中心

2013年10月落地首家购物中心，并积极推动积极推进现有实体门店向购物中心化。截止2019年底共经营购物中心24家，可比店营收占比6.45%，可比店出租率达到98%以上。

便利店

2014年拓展并运营便利店业务，自建+收购两手抓，截止2019年底共有便利店业态171家，营收占比0.87%，同店增速达到11.51%。资料来源：公开资料整理（shz）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国百货市场行业前景分析报告-行业供需现状与发展前景预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型

分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国百货市场行业发展概述

第一节 百货市场行业发展情况概述

一、百货市场行业相关定义

二、百货市场行业基本情况介绍

三、百货市场行业发展特点分析

四、百货市场行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、百货市场行业需求主体分析

第二节 中国百货市场行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、百货市场行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国百货市场行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国百货市场行业生命周期分析

一、百货市场行业生命周期理论概述

二、百货市场行业所属的生命周期分析

第四节 百货市场行业经济指标分析

一、百货市场行业的赢利性分析

二、百货市场行业的经济周期分析

三、百货市场行业附加值的提升空间分析

第五节 中国百货市场行业进入壁垒分析

一、百货市场行业资金壁垒分析

- 二、百货市场行业技术壁垒分析
- 三、百货市场行业人才壁垒分析
- 四、百货市场行业品牌壁垒分析
- 五、百货市场行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球百货市场行业市场发展现状分析

- 第一节 全球百货市场行业发展历程回顾
- 第二节 全球百货市场行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲百货市场行业地区市场分析
 - 一、亚洲百货市场行业市场现状分析
 - 二、亚洲百货市场行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲百货市场行业市场前景分析
- 第四节 北美百货市场行业地区市场分析
 - 一、北美百货市场行业市场现状分析
 - 二、北美百货市场行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美百货市场行业市场前景分析
- 第五节 欧盟百货市场行业地区市场分析
 - 一、欧盟百货市场行业市场现状分析
 - 二、欧盟百货市场行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟百货市场行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界百货市场行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球百货市场行业市场规模预测

第三章 中国百货市场产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品百货市场总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国百货市场行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规

第三节 中国百货市场产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国百货市场行业运行情况

第一节 中国百货市场行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国百货市场行业市场规模分析

第三节 中国百货市场行业供应情况分析

第四节 中国百货市场行业需求情况分析

第五节 我国百货市场行业进出口形势分析

- 一、进口形势分析
- 二、出口形势分析
- 三、进出口价格对比分析

第六节 我国百货市场行业细分市场分析（2015-2019年）

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第七节 中国百货市场行业供需平衡分析

第八节 中国百货市场行业发展趋势分析

第五章 中国百货市场所属行业运行数据监测

第一节 中国百货市场所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国百货市场所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国百货市场所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国百货市场市场格局分析

第一节 中国百货市场行业竞争现状分析

一、中国百货市场行业竞争情况分析

二、中国百货市场行业主要品牌分析

第二节 中国百货市场行业集中度分析

一、中国百货市场行业市场集中度分析

二、中国百货市场行业企业集中度分析

第三节 中国百货市场行业存在的问题

第四节 中国百货市场行业解决问题的策略分析

第五节 中国百货市场行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国百货市场行业需求特点与动态分析

第一节 中国百货市场行业消费市场动态情况

第二节 中国百货市场行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 百货市场行业成本分析

第四节 百货市场行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国百货市场行业价格现状分析

第六节 中国百货市场行业平均价格走势预测

- 一、中国百货市场行业价格影响因素
- 二、中国百货市场行业平均价格走势预测
- 三、中国百货市场行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国百货市场行业区域市场现状分析

第一节 中国百货市场行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区百货市场市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区百货市场市场规模分析
- 四、华东地区百货市场市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区百货市场市场规模分析
- 四、华中地区百货市场市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区百货市场市场规模分析
- 四、华南地区百货市场市场规模预测

第九章 2017-2020年中国百货市场行业竞争情况

第一节 中国百货市场行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国百货市场行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国百货市场行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第四节 中国百货市场行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 百货市场行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业2

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业3

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业4

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国百货市场行业发展前景分析与预测

第一节 中国百货市场行业未来发展前景分析

一、百货市场行业国内投资环境分析

二、中国百货市场行业市场机会分析

三、中国百货市场行业投资增速预测

第二节 中国百货市场行业未来发展趋势预测

第三节 中国百货市场行业市场发展预测

一、中国百货市场行业市场规模预测

二、中国百货市场行业市场规模增速预测

三、中国百货市场行业产值规模预测

四、中国百货市场行业产值增速预测

五、中国百货市场行业供需情况预测

第四节 中国百货市场行业盈利走势预测

一、中国百货市场行业毛利润同比增速预测

二、中国百货市场行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国百货市场行业投资风险与营销分析

第一节 百货市场行业投资风险分析

一、百货市场行业政策风险分析

二、百货市场行业技术风险分析

三、百货市场行业竞争风险分析

四、百货市场行业其他风险分析

第二节 百货市场行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国百货市场行业发展战略及规划建议

第一节 中国百货市场行业品牌战略分析

- 一、百货市场企业品牌的重要性
- 二、百货市场企业实施品牌战略的意义
- 三、百货市场企业品牌的现状分析
- 四、百货市场企业的品牌战略
- 五、百货市场品牌战略管理的策略

第二节 中国百货市场行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国百货市场行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 百货市场行业竞争力提升策略

- 一、百货市场行业产品差异性策略
- 二、百货市场行业个性化服务策略
- 三、百货市场行业的促销宣传策略
- 四、百货市场行业信息智能化策略
- 五、百货市场行业品牌化建设策略
- 六、百货市场行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国百货市场行业发展策略及投资建议

第一节 中国百货市场行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国百货市场行业定价策略分析

第三节 中国百货市场行业营销渠道策略

一、百货市场行业渠道选择策略

二、百货市场行业营销策略

第四节 中国百货市场行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国百货市场行业重点投资区域分析

二、中国百货市场行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/510864510864.html>