

2018年中国百货行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

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《2018年中国百货行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/346932346932.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

行业集中度提升是大势所趋

图：中国百货CR4和CR8集中度

数据来源：公开数据整理

图：美国和日本百货CR4集中度

数据来源：公开数据整理

从美国百货行业发展历程来看，并购是推动行业整合和市场集中度提升最为有效的途径。美国前几大百货公司 Macys、Nordstrom、JC Penney、Sears 等都是通过并购区域百货公司来实现规模的快速扩张，从而整个行业市场集中度也得到有效提升。上个世纪 70 年代后期美国有超过 20 家全国性连锁百货，目前不到十家。美国最大的百货企业梅西百货（Macys）历史上就发生过几次并购，1992 年梅西百货申请破产，1994 年梅西百货被联合百货吸收合并。2005 年联合百货收购五月百货，主打的梅西百货品牌成为分店数超过 800 家的美国百货业老大。而全行业的市场集中度 CR4 目前保持在 56%左右。日本百货集中度也很高，最后一次大型并购发生在 2008 年，这一年在伊势丹和三越合并后日本百货行业进入了四强领军时代。

四强分别是三越伊势丹控股(年销售额 1.58 万亿日元)、先驱零售(年销售额 1.17 万亿日元)、高岛屋(年销售额 1 万亿日元)、新千禧零售(年销售额 9,533 亿日元),四家合计为 4.7 万亿日元,占 2007 年日本百货业总销售额(7.7 万亿日元)的 61%。

表：美国和日本最近的一波百货行业并购潮

资料来源：公开资料整理

中国目前百货行业 CR4 集中度在 8%左右，行业集中度相较发达国家美国和日本均有很大的提升空间。美国和日本百货行业发展历史中，并购对龙头公司实现全国布局，规模快速提升起到了巨大的作用。中国幅员辽阔，各个地区都有自己的传统百货品牌，目前能进行全国布局的百货龙头并不多。在行业向前发展过程中，集中度提升一定是未来的趋势，龙头公司必将受益于集中度提升带来的规模效应，扩大在成本和效率方面的优势地位。

三四线及更低线城市蕴含广阔空间

对于已完成刚性住房购买的三四线城市居民，随着房价提升其财富感知效应也在提升，生活压力相对一二线城市居民更小，用于满足可选消费升级需求的可支配收入提升较快。随着一二线城市人口回流，他们将更多一二线城市的生活方式和消费习惯也带到了三四线城市，拉动了当地的消费升级需求。

麦肯锡《2016 中国数字消费者调查报告》显示，2016 年三线及更低线城市的电商零

售额占比 50.1%，首次超过一二线城市的电商零售额占比 49.9%，成为我国最大电商市场。2016 年三线及更低线城市的电商普及率虽然只有 62%，低于一二线城市的 89%，但是由于我国幅员辽阔，广大的三线及更低线城市基数更大，拥有的 2.57 亿网购者数量远高于一二线城市的 1.83 亿。三线及更低线城市的网购者增速 61%也高于一二线城市的网购者增速 43%，高出 18 个百分点。

图：淘宝年货节买家各城市级别购买人数分布

数据来源：公开数据整理

图：低线城市的电商零售额首次赶超一二线城市

数据来源：公开数据整理

表：天虹现有店面在各级城市分布

资料来源：公开资料整理

从天虹新开店布局，也可以看出渠道下沉的迹象。天虹 2018 年已开业的两家店分别位于湖南宁乡和江西余干，已签约未开业的店也多在：苏州、南昌、长沙、佛山、浏阳等二三四线城市。王府井也在 2017 年收购了贝尔蒙特，获得了位于贵州的 7 家门店，加强了自身在西南省份的区域实力。外延扩张的百货企业更值得期待

图：各百货企业每年用于购建固定资产无形资产支付的现金（亿元）

数据来源：公开数据整理

图：各百货企业货币资金情况（亿元）

数据来源：公开数据整理

零售企业现金流充沛，销售端的现金周转能力突出，同时账上货币资金较多，形成较强安全壁垒。我们看到 A 股上市的几家主要百货龙头截止至 2018 年 Q1，账上的货币资金大多都在 40 亿以上：天虹股份 41 亿、王府井 59 亿、百联股份 100 亿、南京新百 45 亿。

对于百货企业而言，开新店的筹备期较长，企业用于资本开支的现金可以被用来衡量扩张速度。在我们选取的八家百货上市企业中，王府井、友阿股份、南京新百 2017 年的“购建固定资产及无形资产的现金”相较 2016 年在增加，天虹与 2016 年保持持平，剩下的四家在资本开支方面呈现紧缩。这表明在行业回暖时期，行业内公司的外延扩张出现了一定程度的分化，有些企业较早的开始了扩张之路（或并购、或自己新开店），有的企业相对保守一些。

在行业集中度提升的大背景下，我们认为有全国扩张能力，较早进行外延拓张之路的百货企业能更多的受益于此轮行业复苏，值得更多的期待。（GYWWJP）观研天下发布的《2018 年中国百货行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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 2016-2018年中国百货行业发展概述

第一节 百货行业发展情况概述

- 一、百货行业相关定义
- 二、百货行业基本情况介绍
- 三、百货行业发展特点分析

第二节 中国百货行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、百货行业产业链条分析
- 三、中国百货行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国百货行业生命周期分析

- 一、百货行业生命周期理论概述
- 二、百货行业所属的生命周期分析

第四节 百货行业经济指标分析

- 一、百货行业的赢利性分析

- 二、百货行业的经济周期分析
- 三、百货行业附加值的提升空间分析
- 第五节 国中百货行业进入壁垒分析
 - 一、百货行业资金壁垒分析
 - 二、百货行业技术壁垒分析
 - 三、百货行业人才壁垒分析
 - 四、百货行业品牌壁垒分析
 - 五、百货行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球百货行业市场发展现状分析

- 第一节 全球百货行业发展历程回顾
- 第二节 全球百货行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲百货行业地区市场分析
 - 一、亚洲百货行业市场现状分析
 - 二、亚洲百货行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲百货行业市场前景分析
- 第四节 北美百货行业地区市场分析
 - 一、北美百货行业市场现状分析
 - 二、北美百货行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美百货行业市场前景分析
- 第五节 欧盟百货行业地区市场分析
 - 一、欧盟百货行业市场现状分析
 - 二、欧盟百货行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟百货行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界百货行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球百货行业市场规模预测

第三章 中国百货产业发展环境分析

- 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 中国百货行业运行情况

第一节 中国百货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

三、行业发展特点分析

第二节 中国百货行业市场规模分析

第三节 中国百货行业供应情况分析

第四节 中国百货行业需求情况分析

第五节 中国百货行业供需平衡分析

第六节 中国百货行业发展趋势分析

第五章 中国百货所属行业运行数据监测

第一节 中国百货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 2016-2018年中国百货市场格局分析

第一节 中国百货行业竞争现状分析

一、中国百货行业竞争情况分析

二、中国百货行业主要品牌分析

第二节 中国百货行业集中度分析

一、中国百货行业市场集中度分析

二、中国百货行业企业集中度分析

第三节 中国百货行业存在的问题

第四节 中国百货行业解决问题的策略分析

第五节 中国百货行业竞争力分析

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 2016-2018年中国百货行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国百货行业消费特点

第二节 中国百货行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 百货行业成本分析

第四节 百货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 中国百货行业价格现状分析

第六节 中国百货行业平均价格走势预测

一、中国百货行业价格影响因素

二、中国百货行业平均价格走势预测

三、中国百货行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国百货行业区域市场现状分析

第一节 中国百货行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地百货市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区百货市场规模分析

四、华东地区百货市场规模预测

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、华中地区百货市场规模分析

四、华中地区百货市场规模预测

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、华南地区百货市场规模分析

第九章 2016-2018年中国百货行业竞争情况

第一节 中国百货行业竞争结构分析（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 百货行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国百货行业发展前景分析与预测

第一节 中国百货行业未来发展前景分析

一、百货行业国内投资环境分析

二、中国百货行业市场机会分析

三、中国百货行业投资增速预测

第二节 中国百货行业未来发展趋势预测

第三节 中国百货行业市场发展预测

一、中国百货行业市场规模预测

二、中国百货行业市场规模增速预测

三、中国百货行业产值规模预测

四、中国百货行业产值增速预测

五、中国百货行业供需情况预测

第四节 中国百货行业盈利走势预测

一、中国百货行业毛利润同比增速预测

二、中国百货行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国百货行业投资风险与营销分析

第一节 百货行业投资风险分析

- 一、百货行业政策风险分析
- 二、百货行业技术风险分析
- 三、百货行业竞争风险分析
- 四、百货行业其他风险分析

第二节 百货行业企业经营发展分析及建议

- 一、百货行业经营模式
- 二、百货行业销售模式
- 三、百货行业创新方向

第三节 百货行业应对策略

- 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 2018-2024年中国百货行业发展策略及投资建议

第一节 中国百货行业品牌战略分析

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

第二节 中国百货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

第十四章 2018-2024年中国百货行业发展策略及投资建议

第一节 中国百货行业产品策略分析

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 中国百货行业定价策略分析

第三节 中国百货行业营销渠道策略

一、百货行业渠道选择策略

二、百货行业营销策略

第四节 中国百货行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国百货行业重点投资区域分析

二、中国百货行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/346932346932.html>