

2017-2022年中国批发零售市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国批发零售市场深度调查及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/286493.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

批发业是指批发商向批发、零售单位及其他企业、事业、机关批量销售生活用品和生产资料的活动，以及从事进出口贸易和贸易经纪与代理的活动。批发商可以对所批发的货物拥有所有权，并以本单位、公司的名义进行交易活动;也可以不拥有货物的所有权，而以中介身份做代理销售商;还包括各类商品批发市场中固定摊位的批发活动。

零售业指从工农业生产者、批发贸易业或居民购进商品，转卖给城乡居民作为生活消费和售给社会集团作为公共消费的商品流通企业。它是百货商店、超级市场、专门零售商店、品牌专卖店、售货摊等主要面向最终消费者(如居民等)的销售活动。包括以互联网、邮政、电话、售货机等方式的销售活动。还包括在同一地点，后面加工生产，前面销售的店铺(如面包房)。

批发零售业是社会化大生产过程中的重要环节，是决定经济运行速度、质量和效益的引导性力量，是我国市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。2014年，我国批发和零售业销售额达541319.8亿元，同比增长9%。

目前，从宏观经济走势来看，居民收入水平整体上处于较快上升阶段。从长远来看，我国居民消费无论是从总量上，还是从结构上都有相当大的发展空间，这为我国批发零售行业的发展提供了良好的中长期宏观环境。2010-2014年我国批发和零售业销售额（亿元）

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：

第一部分行业发展现状

第一章中国零售业发展概述

第一节中国零售业发展概况

一、零售业态定义

二、零售业态分类和基本特点

三、中国零售业市场规模

第二节我国商业零售业发展分析

一、2016年零售行业发展态势

二、2011-2015年中国零售业发展态势

三、我国商业零售业发展存在问题

四、我国商业零售业发展策略

第三节零售业市场竞争分析

- 一、中国零售民企竞争发展状况
- 二、本土零售企业优劣势分析
- 三、中国零售业竞争格局
- 四、2016年中国区域零售业竞争格局
- 五、我国零售业竞争战略
- 第四节零售业发展趋势分析
 - 一、零售业公司品牌化趋势
 - 二、零售业发展趋势分析
 - 三、零售业发展趋向分析

第二章中国连锁经营发展分析

第一节中国连锁经营发展概况

- 一、连锁经营定义
- 二、连锁经营发展历程
- 三、连锁经营特点
- 四、连锁经营条件分析
- 五、连锁经营分类

第二节中国连锁经营分析

- 一、连锁经营困惑分析
- 二、创业者加盟连锁困惑分析
- 三、中国连锁经营沿革情况
- 四、连锁经营市场机会分析
- 五、连锁经营基本内容
- 六、连锁经营“四化”管理
- 七、连锁经营特征
- 八、连锁经营条件
- 九、中国连锁经营现状
- 十、2016年中国连锁业发展趋向

第三节中国连锁经营人才策略分析

- 一、连锁经营人才状况分析
- 二、连锁企业人才流失原因分析
- 三、连锁企业人才战略

第三章我国批发零售市场发展研究

第一节 2015年我国批发零售市场发展研究

一、2015年1季度我国批发零售市场研究

二、2015年2季度我国批发零售市场研究

三、2015年3季度我国批发零售市场研究

四、2015年4季度我国批发零售市场研究

第二节 2015年我国批发零售市场情况

一、2015年我国批发零售产销情况

二、2015年我国批发零售市场价格情况

三、2015年重点城市批发零售市场发展情况

四、2015年我国批发零售市场发展情况

第三节 2015年我国批发零售市场结构和价格走势分析

一、2015年我国批发零售市场结构和价格走势概述

二、2015年我国批发零售市场结构分析

三、2015年我国批发零售市场价格走势分析

第四节 2015年我国批发零售业市场发展特点分析

一、2015年我国批发零售市场格局特点

二、2015年我国批发零售产品创新特点

三、2015年我国批发零售市场服务特点

四、2015年我国批发零售市场品牌特点

第四章 批发零售区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

四、2011-2015年行业竞争格局分析

五、2017-2022年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

四、2011-2015年行业竞争格局分析

五、2017-2022年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

四、2011-2015年行业竞争格局分析

五、2017-2022年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

四、2011-2015年行业竞争格局分析

五、2017-2022年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

四、2011-2015年行业竞争格局分析

五、2017-2022年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

四、2011-2015年行业竞争格局分析

五、2017-2022年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

四、2011-2015年行业竞争格局分析

五、2017-2022年行业发展趋势分析

第二部分 行业竞争格局

第五章 批发零售行业竞争分析

第一节 中国批发零售产业竞争环境分析

一、目前市场上的参与者之间的竞争

二、有威胁的替代行业现状

三、具有进入可能性或进入中的新参与者

四、上游供应商、参与者与下游客户的关系

第二节 2011-2015年中国批发零售行业竞争分析及预测

- 一、2005年批发零售市场竞争情况分析
- 二、2016年批发零售市场竞争形势分析
- 三、2011-2015年集中度分析及预测
- 四、2011-2015年SWOT分析及预测
- 五、2011-2015年进入退出状况分析及预测
- 六、2011-2015年生命周期分析及预测

第六章 批发零售企业竞争策略分析

第一节 批发零售市场竞争策略分析

- 一、2016年批发零售市场增长潜力分析
- 二、2016年批发零售主要潜力项目分析
- 三、现有批发零售竞争策略分析
- 四、批发零售潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 批发零售企业竞争策略分析

- 一、金融危机对批发零售行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后批发零售行业竞争格局的变化
- 三、2017-2022年我国批发零售市场竞争趋势
- 四、2017-2022年批发零售行业竞争格局展望
- 五、2017-2022年批发零售行业竞争策略分析
- 六、2017-2022年批发零售企业竞争策略分析

第七章 重点批发零售企业分析

第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第三节 企业三

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第四节企业四

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第五节企业五

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第六节企业六

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第七节企业七

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第八节企业八

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第九节企业九

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第十节企业十

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第三部分行业前景预测

第八章批发零售行业发展趋势预测

第一节批发零售行业前景分析

- 一、未来批发零售的发展趋势展望
- 二、中国批发零售未来发展前景广阔
- 三、2016年我国批发零售产业发展趋势
- 四、2016年中国批发零售市场发展预测
- 五、2017-2022年批发零售发展方向探讨
- 六、2008-2011年批发零售市场规模预测

第二节2017-2022年批发零售市场趋势分析

- 一、2011-2015年批发零售市场趋势总结
- 二、2017-2022年批发零售发展趋势分析
- 三、2017-2022年批发零售市场发展空间
- 四、2017-2022年批发零售产业政策趋向
- 五、2017-2022年批发零售价格走势分析

第三节2017-2022年批发零售市场预测

- 一、2017-2022年批发零售市场结构预测
- 二、2017-2022年批发零售市场需求前景
- 三、2017-2022年批发零售市场价格预测
- 四、2017-2022年批发零售行业集中度预测

第四部分投资战略研究

第九章批发零售行业投资现状分析

第一节 2014年批发零售行业投资情况分析

- 一、2014年总体投资及结构
- 二、2014年投资规模情况
- 三、2014年投资增速情况
- 四、2014年分行业投资分析
- 五、2014年分地区投资分析
- 六、2014年外商投资情况

第二节 2015年批发零售行业投资情况分析

- 一、2015年总体投资及结构
- 二、2015年投资规模情况
- 三、2015年投资增速情况
- 四、2015年分行业投资分析
- 五、2015年分地区投资分析
- 六、2015年外商投资情况

第十章 批发零售行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2011-2015年我国宏观经济运行情况
- 二、2017-2022年我国宏观经济形势分析
- 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2016年批发零售行业政策环境
- 二、2016年国内宏观政策对其影响
- 三、2016年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2016年社会环境发展分析
- 三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析

第十一章 批发零售行业投资机会与风险

第一节 批发零售行业投资效益分析

- 一、2011-2015年批发零售行业投资状况分析
- 二、2017-2022年批发零售行业投资效益分析
- 三、2017-2022年批发零售行业投资趋势预测
- 四、2017-2022年批发零售行业的投资方向
- 五、2017-2022年批发零售行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响批发零售行业发展的主要因素

- 一、2017-2022年影响批发零售行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响批发零售行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2022年影响批发零售行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2022年我国批发零售行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022年我国批发零售行业发展面临的机遇分析

第三节批发零售行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年批发零售行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年批发零售行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年批发零售行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年批发零售同业竞争风险及控制策略
- 五、2017-2022年批发零售行业其他风险及控制策略

第十二章批发零售行业投资战略研究

第一节批发零售行业发展战略研究

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

第二节对批发零售品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、批发零售实施品牌战略的意义
- 三、批发零售企业品牌的现状分析
- 四、批发零售企业的品牌战略
- 五、批发零售品牌战略管理的策略

第三节批发零售行业投资战略研究

- 一、2015年批发零售行业投资战略
- 二、2016年批发零售行业投资战略
- 三、2017-2022年批发零售行业投资战略
- 四、2017-2022年细分行业投资战略

图表目录：

图表：服务业三种类型的营销

图表：西方连锁商店的兴起

图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素

图表：影响顾客光顾超市的因素

图表：顾客判断超市价位的依据

图表：顾客对卖场人员服务的需求情况

图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析

图表：综合超市消费者满意度测量模型

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较

图表：中外连锁超市毛利率对比

图表：中外食品超市平均利率对比

图表：中外大型超市平均利率对比

图表：中外连锁超市长期负债/中资产对比

图表：中外连锁超市短期负债/总资产对比

图表：中外连锁超市长短期负债/总资产对比

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286493.html>