

2021-2027年中国广州零售 市场深度分析与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国广州零售市场深度分析与投资前景报告》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.cction.com/report/202106/223451.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

零售是一个汉语词语，拼音是lǎi shòu，是指包括所有向最终消费者直接销售商品和服务，以供其作个人及非商业性用途的活动。许多机构，诸如生产商、批发商和零售商都从事零售业务。而大部分零售业务是由零售商从事的。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国广州零售市场深度分析与投资前景报告》共十七章。首先介绍了广州零售行业市场发展环境、广州零售整体运行态势等，接着分析了广州零售行业市场运行的现状，然后介绍了广州零售市场竞争格局。随后，报告对广州零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了广州零售行业发展趋势与投资预测。您若想对广州零售产业有个系统的了解或者想投资广州零售行业，本报告是您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。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章广州零售行业发展概述

第一节行业概述

一、行业定义

二、行业分类

三、行业特点

第二节行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

六、行业周期

第三节零售业的准入条件概述

一、注册登记条件

二、资金条件

三、技术、设备条件

第四节零售业的业态概述

一、零售业态的划分标准及定义

二、零售业的基本业态

三、零售业态发展规律分析

四、无店铺销售归入零售业态

第二章2015-2019年中国广州零售行业发展环境分析

第一节宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

三、宏观经济对产业影响分析

四、2021-2027年宏观经济发展预测分析

第二节广州零售行业政策环境分析

一、广州零售行业的管理体制

二、广州零售行业主要政策内容

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节广州零售行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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

七、社会环境对行业的影响分析

第四节技术环境

第五节中国零售业的问题

一、中国零售业存在的问题及其原因

二、中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴

三、当前零售市场存在的基本问题

四、中外零售业发展的差距

五、我国零售业发展面临的人才危机

六、中国零售企业发展面临的挑战

第六节零售业应对问题的策略

一、中国零售业的未来发展策略

二、中国商业零售业寻求突破

三、国内零售市场的发展对策分析

四、新形势下中国零售业发展战略

五、中国零售业的竞争策略

六、我国零售业的信息化建设策略

七、解决零售企业人才危机的对策

第三章2015-2019年广州零售行业总体发展环境

第一节零售业的政策环境分析

一、政府对零售企业的扶持政策描述

二、政府促进零售业发展的政策措施

三、影响国内零售业发展的宏观政策

四、中国零售业的政策解析

第二节零售业的社会环境分析

一、零售商与银行之间费率的争议

二、零售业和商业地产

三、零售业和物流信息化

四、零售业和逆向物流

第三节广州零售业的经济环境分析

一、中国国民经济发展综况

二、深圳市经济运行概述

第四节深圳居民消费市场分析

一、深圳居民消费价格与收入增长概述

二、深圳市消费结构呈现多样化格局

三、深圳市居民网购消费状况

第五节中国广州零售行业财务能力分析

一、所属行业盈利能力分析

二、所属行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四章广州零售业的发展状况

第一节广州零售业发展概况

一、2019年广州社会消费品零售回顾

二、广州社会消费品零售概述

三、广州零售主题定位区域发展

第二节广州零售业发展中存在的问题及对策

一、广州零售业发展与发达地区城市的差距

二、广州零售业态服务短板分析

三、深圳现代零售业发展战略

第三节广州零售业态总体分析

一、广州零售业业态的发展特点

二、广州零售业态发展分析

三、2021-2027年广州零售业态发展重点和方向

第四节广州便利店的发展

一、广州便利店业态发展状况

二、广州市便利店的发展现状分析

三、2021-2027年广州便利店业态发展建议

四、2021-2027年广州便利店的发展空间

五、2021-2027年广州便利店业态发展预测

第六节广州购物中心的发展

一、广州购物中心投资情况

二、广州购物中心发展竞争加剧

三、广州购物中心的发展特点

四、广州中高端购物中心市场供需状况

五、广州郊区型购物中心发展实例分析

第七节广州百货店的发展

一、广州百货店的发展历程

二、广州百货店发展路线

三、广州百货业的发展动态

四、广州百货业态发展面临的困境

五、2021-2027年广州百货店业态发展主张改良和创新

六、2021-2027年广州百货业发展展望

第五章2015-2019年广州零售行业供需分析

第一节广州零售市场现状分析及预测

一、2015-2019年我国广州零售所属行业产值分析

二、2021-2027年我国广州零售行业规模预测

第二节广州零售产品销售收入分析及预测

一、2015-2019年我国广州零售销售收入分析

二、2021-2027年我国广州零售销售收入预测

第三节广州零售市场需求分析及预测

一、2015-2019年我国广州零售市场需求分析

二、2021-2027年我国广州零售市场需求预测

第四节天河商圈

一、天河商圈概述

二、天河商圈运营现状

三、天河商圈二次扩容举措剖析

四、天河商圈发展面临的风险

五、天河商圈发展前景

第五节江南西商圈

一、江南西商圈综述

二、广州江南西“四维”购物空间成型

三、江南西商圈租金变动情况

四、江南西商圈人气提升战略

第六节北京路商圈

一、北京路商圈发展历程

二、北京路商圈的主体商家及其竞争格局

三、北京路商圈开创“旅游+休闲”经营模式

四、北京路商圈发展定位探究

五、北京路商圈发展存在的主要问题及原因

六、地产规划助力北京路商圈发展

第七节番禺商圈

- 一、番禺商圈的崛起
- 二、番禺新城“超级商圈”新势力
- 三、广州南站建设助力番禺商圈发展
- 四、番禺商圈高端化发展受限
- 五、大型城市综合体成番禺新商圈的生力军

第八节上下九商圈

- 一、上下九商圈概述
- 二、广州上下九商圈租金上涨
- 三、上下九商圈着力打造文明购物街

第九节农林下路商圈

第十节火车站商圈

第六章2019年广州零售行业市场竞争格局分析

第一节广州零售行业发展状况分析

- 一、广州零售行业发展阶段
- 二、广州零售行业发展总体概况
- 三、广州零售行业发展特点分析

第二节广州零售行业发展现状

- 一、广州零售行业市场规模
- 二、广州零售行业发展分析
- 三、广州零售企业发展分析

第三节广州零售服务市场分析

- 一、广州零售服务特色
- 二、广州零售服务市场规模及增速
- 三、广州零售服务市场前景预测

第七章广州百货店分析

第一节广州百货发展概况

- 一、广州百货业竞争形势回顾
- 二、广州百货业涉足电子商务
- 三、广州百货业穿着类商品细分化发展

四、广州百货业加速省外扩张势头

五、广州百货业销售增速回落

六、广州百货业市场发展形势解析

第二节广州百货业发展面临的挑战及对策

一、广州传统百货业发展遇到瓶颈

二、广州百货业陷入同质化僵局

三、广州百货企业发展存在的问题

第三节“十三五”广州百货发展展望

一、广州百货业发展应寻找新增长点

二、广州百货业要走差异化发展道路

三、“十三五”广州百货业发展趋势

第二部分行业深度分析

第八章我国广州零售行业运行现状分析

第一节2015-2019年广州零售行业发展现状

一、2015-2019年我国广州零售行业市场规模

二、2015-2019年我国广州零售行业发展分析

三、2015-2019年中国广州零售企业发展分析

第二节2015-2019年广州零售市场情况分析

一、行业发展阶段

二、发展热点回顾

三、市场存在的问题及策略分析

第三节2015-2019年广州零售行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节2021-2027年广州零售行业市场发展趋势

第九章我国广州零售行业重点区域分析

第一节华东地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第二节华北地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节东北地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节华中地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节华南地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节西北地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节西南地区行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

第三部分市场全景调研

第十章我国广州零售行业产业链分析

第一节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国广州零售行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第三节广州零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第四节广州零售上游行业分析

一、广州零售产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2021-2027年上游行业发展趋势

四、上游供给对广州零售行业的影响

第五节广州零售下游分析

一、广州零售下游分布

二、下游重点区域分析

三、2021-2027年下游发展趋势

四、下游需求对广州零售行业的影响

第四部分竞争格局分析

第十一章2021-2027年广州零售行业竞争形势及策略

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、广州零售行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、广州零售行业企业间竞争格局分析

三、广州零售行业集中度分析

四、广州零售行业SWOT分析

第二节中国广州零售行业竞争格局综述

一、广州零售行业竞争概况

二、中国广州零售行业竞争力分析

三、中国广州零售竞争力优势分析

四、广州零售行业主要企业竞争力分析

第三节广州零售市场竞争格局总结

一、提高广州零售企业竞争力的有力措施

二、提高广州零售企业竞争力的几点建议

三、广州零售提高核心竞争力的建议

第十二章广州零售行业相关企业经营形势分析

第一节广州友谊集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第二节广州市广百股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第三节广州正佳广场

一、企业简介

二、正佳经营策略

三、正佳对商业的影响分析

四、正佳广场微博营销态势向好

第四节广州天河城集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第五节广州岭南国际企业集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第六节广州摩登百货股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第七节广州酒家集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第八节广州王府井百货大楼有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第九节广州市东山百货大楼股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第十节广州市新光百货有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来公司发展战略分析

第五部分发展前景展望

第十三章2021-2027年中国百货经营策略分析

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

第二节中国百货行业发展主要对策

一、变更业态

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、信息化管理

六、百货业向更加智慧商业转型

第四节中国百货行业自营模式探索

一、中国百货行业的经营模式

二、百货行业联营模式存在的问题

三、百货行业的自营能力不足

四、百货行业自营模式的探索

第五节提升中国百货行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

第十四章2021-2027年广州零售行业前景及趋势预测

第一节2021-2027年百货零售市场发展前景

一、2021-2027年百货零售市场发展潜力

二、2021-2027年百货零售市场发展前景展望

三、2021-2027年百货零售细分行业发展前景分析

第二节2021-2027年百货零售市场发展趋势预测

一、2021-2027年百货零售行业发展趋势

二、2021-2027年百货零售市场规模预测

三、2021-2027年百货零售行业需求规模预测

四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节2021-2027年中国百货零售行业供需预测

一、2021-2027年供给预测

二、2021-2027年下游需求预测

三、2021-2027年整体供需格局预测

四、2021-2027年中国百货零售投资规模预测

五、2021-2027年中国百货零售行业供需平衡预测

第四节商业模式下的百货行业趋势

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

第十五章2021-2027年广州零售行业投资机会与风险防范

第一节广州零售行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、广州零售行业投资现状分析

第二节广州零售行业投资机会分析

一、广州零售投资项目分析

二、可以投资的广州零售模式

三、2019年广州零售投资机会

第三节2021-2027年中国广州零售行业发展预测分析

一、未来广州零售发展分析

二、未来广州零售行业技术开发方向

第四节2021-2027年广州零售行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第六部分发展战略研究

第十六章广州零售行业发展战略研究

第一节广州零售行业发展战略研究

- 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

第二节对我国广州零售品牌的战略思考

- 一、广州零售品牌的重要性
- 二、广州零售实施品牌战略的意义
- 三、广州零售企业品牌的现状分析
- 四、我国广州零售企业的品牌战略
- 五、广州零售品牌战略管理的策略
- 六、国内外广州零售品牌对比及策略建议

第三节广州零售经营策略分析

- 一、广州零售市场细分策略
- 二、广州零售市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、广州零售新产品差异化战略

第四节广州零售行业投资战略研究

- 一、2021-2027年广州零售行业投资战略
- 二、2021-2027年细分行业投资战略

第十七章研究结论及发展建议

第一节广州零售行业研究结论及建议

第二节广州零售子行业研究结论及建议

第三节广州零售行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：2015-2019年中国广州零售行业市场规模

图表：2015-2019年广州零售行业重要数据指标比较

图表：中国零售业态的演进历程

图表：中国零售业业态分类

图表：超市和百货行业业态特征对比

图表：中国国内生产总值增长速度趋势图

图表：中国社会消费品零售总额增长速度趋势图

图表：城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表：中国城镇化率变化趋势图

图表：中国限额以上批发和零售业分业态零售额增长情况

图表：中国连锁零售企业基本情况统计

图表：中国连锁零售企业门店总数增长趋势图

图表：中国连锁零售企业从业人员增长趋势图

图表：中国连锁零售企业营业面积增长趋势图

图表：连锁零售业闭店情况统计

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223451.html>