

# 2023-2029年中国北京零售 行业发展态势与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国北京零售行业发展态势与市场运营趋势报告》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/202309/411954.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国北京零售行业发展态势与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章&nbsp;零售业相关概念 1.1&nbsp;零售业概述 1.1.1&nbsp;零售业的定义 1.1.2&nbsp;零售业的产业特点 1.1.3&nbsp;零售百货业的定义 1.2&nbsp;零售业的准入条件概述 1.2.1&nbsp;注册登记条件 1.2.2&nbsp;资金条件 1.2.3&nbsp;技术、设备条件 1.3&nbsp;零售业的业态概述 1.3.1&nbsp;零售业态的划分标准及定义 1.3.2&nbsp;零售业的基本业态 1.3.3&nbsp;零售业态发展规律分析 1.3.4&nbsp;无店铺销售归入零售业态 第二章&nbsp;中国零售业发展现状分析 2.1&nbsp;中国零售业发展综述 2.1.1&nbsp;零售业在中国国民经济中的地位分析 2.1.2&nbsp;中国零售业发展概况 2.1.3&nbsp;中国零售业步入新的历史发展时期 2.1.4&nbsp;我国零售业态发展现状分析 2.1.5&nbsp;金融危机环境下中国零售业发展变化解析 2.1.6&nbsp;中国零售业国际化发展研讨 2.1.7&nbsp;中国农村零售业发展探析 2.2&nbsp;国内零售业发展概况分析 2.2.1&nbsp;我国零售业发展的特点 2.2.2&nbsp;全国零售业经营状况 2.3&nbsp;中国零售业发展存在的问题分析 2.3.1&nbsp;中国零售业存在的问题及其原因 2.3.2&nbsp;中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴 2.3.3&nbsp;中外零售业发展的差距 2.3.4&nbsp;我国零售业发展面临的人才危机 2.4&nbsp;中国零售业应对问题的策略分析 2.4.1&nbsp;中国零售业的发展战略 2.4.2&nbsp;中国零售业健康和谐发展的措施 2.4.3&nbsp;加快我国零售业发展的对策 2.4.4&nbsp;我国零售业态发展策略分析 2.4.5&nbsp;解决零售企业人才危机的对策 第三章&nbsp;北京零售业产业发展环境分析 3.1&nbsp;中国零售业的政策环境分析 3.1.1&nbsp;政府对零售企业的扶持政策描述 3.1.2&nbsp;零售业发展政策及其解读 3.1.3&nbsp;公平政策带动民族零售业发展 3.1.4&nbsp;零售业的政策分析 3.2&nbsp;中国零售业的社会环境分析 3.2.1&nbsp;零售商与银行之间费率的争议 3.2.2&nbsp;零售业和商业地产 3.2.3&nbsp;零售业和物流信息化 3.2.4&nbsp;零售业和逆向物流 3.3&nbsp;北京零售业的经济环境分析 3.3.1&nbsp;中国经济发展的现状 3.3.2&nbsp;北京市工业经济发展状况回顾 3.3.3&nbsp;北京工业经济发展面临新机遇 3.3.4&nbsp;北京市居民经济发展状况分析 3.3.5&nbsp;北京零售业&ldquo;十一五&rdquo;规划 3.4&nbsp;北京居民消费市场分析 3.4.1&nbsp;北京居民消费价格高位运行 3.4.2&nbsp;消费拉动型经济增长模式出现 3.4.3&nbsp;北京社会消费品零售额 第四章&nbsp;北京零售业的发展态势分析 4.1&nbsp;北京零售业的发展概况 4.1.1&nbsp;北京零售业的发展历程 4.1.2&nbsp;北京商业实现跨越式发展 4.1.3&nbsp;北京成内地零售业国际化程度最高城市 4.1.4&nbsp;北京零售业加速升级

4.2&emsp;北京零售业商圈的发展分析 4.2.1&emsp;北京王府井商圈的发展分析 4.2.2&emsp;王府井商圈商业格局变化分析 4.2.3&emsp;金融海啸影响王府井商圈的发展 4.2.4&emsp;西单大街商圈的发展概况 4.2.5&emsp;西安民生百货进入北京燕莎商圈 4.3&emsp;北京零售业发展中存在的问题及对策 4.3.1&emsp;三大问题制约北京零售业发展 4.3.2&emsp;北京零售业业态结构不平衡 4.3.3&emsp;北京市零售业中端复合型人才缺口大 4.3.4&emsp;促进北京市零售业发展的几点建议 4.3.5&emsp;北京零售业的发展策略 第五章&emsp;北京零售业不同业态发展分析 5.1&emsp;北京零售业总体分析 5.1.1&emsp;北京零售业市场发展的总体概况 5.1.2&emsp;北京零售业业态的发展特点 5.1.3&emsp;北京零售业发展分析 5.1.4&emsp;北京市零售企业的发展概况 5.2&emsp;北京便利店的发展现状分析 5.2.1&emsp;北京零售便利店的发展现状 5.2.2&emsp;北京便利店快速发展时机不成熟 5.2.3&emsp;对北京便利店业态发展的建议 5.2.4&emsp;北京便利店业态发展预测 5.3&emsp;北京购物中心的发展形势分析 5.3.1&emsp;北京购物中心的发展概况 5.3.2&emsp;北京限制发展大型购物中心 5.3.3&emsp;北京购物中心发展遭遇瓶颈 5.3.4&emsp;购物中心将成为北京商业的发展主流 5.4&emsp;北京百货店运行格局分析 5.4.1&emsp;北京百货店的发展历程 5.4.2&emsp;北京百货零售业的发展概况 5.4.3&emsp;北京零售百货挑战大型流行百货店 5.4.4&emsp;经济危机对北京百货业的影响分析 5.4.5&emsp;北京百货零售业发展的瓶颈 5.5&emsp;北京零售业其他业态市场运行分析 5.5.1&emsp;北京大卖场向郊区转移 5.5.2&emsp;北京物美商城的平价策略分析 5.5.3&emsp;北京市扶持超市发展 第六章&emsp;北京零售业的连锁经营态势 6.1&emsp;连锁经营的定义和特征 6.1.1&emsp;连锁经营的定义 6.1.2&emsp;连锁经营的形式 6.1.3&emsp;连锁经营的特点 6.1.4&emsp;连锁经营的优势 6.2&emsp;零售业的连锁经营概述 6.2.1&emsp;零售业连锁发展内涵和价值观 6.2.2&emsp;现代连锁店对中国零售业模式的影响 6.2.3&emsp;连锁零售企业的财务管理分析 6.2.4&emsp;新的连锁业零售业态将高速增长 6.3&emsp;北京零售业的连锁经营状况 6.3.1&emsp;北京市连锁零售业的发展状况 6.3.2&emsp;北京连锁经营企业向多业态发展 6.3.3&emsp;北京零售业连锁经营的物流分析 6.4&emsp;北京连锁零售业的前景预测 6.4.1&emsp;连锁业成为北京零售业发展的主导趋势 6.4.2&emsp;北京连锁零售业的发展趋势 6.4.3&emsp;连锁成为21世纪零售业的发展方向 6.4.4&emsp;北京家电连锁企业的发展趋势 6.4.5&emsp;北京连锁超市发展前景良好 第七章&emsp;北京零售业的竞争格局分析 7.1&emsp;中国零售业的竞争结构分析 7.1.1&emsp;零售业的高度竞争性 7.1.2&emsp;规模化的趋势和不同规模之间的竞争 7.1.3&emsp;零售业的进入威胁和进入壁垒 7.1.4&emsp;替代威胁及“业态”的多样化 7.2&emsp;北京零售业的竞争格局分析 7.2.1&emsp;北京零售业竞争力水平稳步上升 7.2.2&emsp;泛零售业加剧北京商圈竞争 7.2.3&emsp;北京零售市场竞争压力增大 7.3&emsp;北京零售业的竞争战略解读 7.3.1&emsp;北京零售企业的竞争战略定位分析 7.3.2&emsp;北京零售业竞争战略模式的探析 7.3.3&emsp;北

京零售企业的“规模”和“强大”辨析 7.3.4&emsp;提高北京零售企业竞争力的有力措施 7.3.5&emsp;提高北京零售业竞争力的几点建议 7.3.6&emsp;北京零售企业必须培育核心竞争力 第八章&emsp;北京零售业的品牌与营销分析 8.1&emsp;北京零售业的品牌体系分析 8.1.1&emsp;北京零售企业品牌体系的建立 8.1.2&emsp;北京零售企业自有品牌的渠道整合功能 8.1.3&emsp;北京大型品牌零售企业及其社会责任 8.1.4&emsp;北京零售企业品牌管理中应处理好的关系 8.1.5&emsp;北京大型零售企业自有品牌战略的实施 8.2&emsp;北京零售业的营销方式研究 8.2.1&emsp;北京零售企业体验营销战略的实施 8.2.2&emsp;北京以文化特色促零售业营销 8.2.3&emsp;零售业营销的趋势特点 8.2.4&emsp;未来零售市场以营销创新决胜负 8.3&emsp;北京零售业营销策略创新分析 8.3.1&emsp;商品采购策略 8.3.2&emsp;国际化战略 8.3.3&emsp;市场细分策略 8.3.4&emsp;连锁化策略 8.3.5&emsp;新业态策略 8.3.6&emsp;北京零售业网络营销策略 第九章&emsp;北京零售业重点上市公司关键性财务数据分析 9.1&emsp;北京城乡贸易中心股份有限公司 9.1.1&emsp;公司简介 9.1.2&emsp;企业营业范围 9.1.3&emsp;企业主要财务指标 9.1.4&emsp;主营收入分布情况 9.1.5&emsp;财务比率分析 9.2&emsp;北京华联商厦股份有限公司 9.2.1&emsp;公司简介 9.2.2&emsp;企业营业范围 9.2.3&emsp;企业主要财务指标 9.2.4&emsp;主营收入分布情况 9.2.5&emsp;财务比率分析 9.3&emsp;北京王府井百货(集团)股份有限公司 9.3.1&emsp;公司简介 9.3.2&emsp;企业营业范围 9.3.3&emsp;企业主要财务指标 9.3.4&emsp;主营收入分布情况 9.3.5&emsp;财务比率分析 9.4&emsp;北京市西单商场股份有限公司 9.4.1&emsp;公司简介 9.4.2&emsp;企业营业范围 9.4.3&emsp;企业主要财务指标 9.4.4&emsp;主营收入分布情况 9.4.5&emsp;财务比率分析 9.5&emsp;北京华联综合超市股份有限公司 9.5.1&emsp;公司简介 9.5.2&emsp;企业营业范围 9.5.3&emsp;企业主要财务指标 9.5.4&emsp;主营收入分布情况 9.5.5&emsp;财务比率分析 第十章&emsp;北京零售业的投资分析 10.1&emsp;北京零售业投资机会分析 10.1.1&emsp;北京零售行业面临的发展机遇分析 10.1.2&emsp;北京便利店的发展商机无限 10.1.3&emsp;北京折扣店的发展前景看好 10.2&emsp;北京零售业投资风险分析 10.2.1&emsp;国内的政策风险 10.2.2&emsp;外资不断涌入的产业风险 10.2.3&emsp;投机型模式造成的零售业风险 10.2.4&emsp;零售业扩张中的无效规模陷阱 10.2.5&emsp;北京大型零售企业的风险分析 10.3&emsp;北京零售业的投资建议分析 10.3.1&emsp;加快抢占市场空白点 10.3.2&emsp;充分运用并购重组策略 10.3.3&emsp;投资超市项目以规模化取胜 10.3.4&emsp;谨慎进入百货业 10.3.5&emsp;仔细了解零售店铺审批程序 第十一章&emsp;北京零售业发展趋势预测分析 11.1&emsp;中国零售业发展趋势预测分析 11.1.1&emsp;我国零售业的两大发展趋势 11.1.2&emsp;国内零售业的发展趋势 11.1.3&emsp;零售企业的“国退民进”新趋势 11.1.4&emsp;我国零售业发展前景乐观 11.2&emsp;北京零售业的发展前景展望 11.2.1&emsp;北京零售业的未来发展分析 11.2.2&emsp;北京零售业的三大发展趋势 11.2.3&emsp;北京大型零售企业的机遇分析 11.2.4&emsp;北京市消费品零售额

发展趋势的定量分析 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/411954.html>