

<<中国百货行业发展报告1999-20>>

图书基本信息

书名：<<中国百货行业发展报告1999-2008>>

13位ISBN编号：9787509604991

10位ISBN编号：7509604990

出版时间：2009-2

出版时间：经济管理出版社

作者：王燕平 编

页数：181

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

中国百货业的发展，走过一条不平坦的路：从海外导入到民族百货的诞生；从杂货店到现代百货的升级；从国有资本独资经营到多种经济形式并存；从计划经济时代走来，到市场化的整个过程，几经风雨，几度春秋，几兴几衰，逐步成熟，并成为中国市场的主导业态。这是改革的成果，这是开放的业绩，也是百货业的老总和同仁不懈努力、刻意进取所换来的成就。王燕平等同志编写的《中国百货行业发展报告（1999—2008）》，虽然只记录了中国百货业改革开放的辉煌十年，但对中国百货业的历史发展过程、现状及问题、未来的展望和对策都进行了深刻的分析、如实的总结、客观的描述和科学的论证，是一本反映百货业发展的教材、好读本，特予推荐，值得一读。

中国百货业走出了一条符合中国国情的路，形成了自己独立的经营模式。

它的成功在于：第一，它是中国零售业率先进行市场化的业态。

中国零售业的改革从百货业开始，20世纪80年代中后期就开始推行“五放开”的改革，即放开经营、放开价格、放开用工、放开工资、放开商品，并开始引进超市（当时叫自选市场）这一新型业态，不断地向市场化迈进；中国城市开放也是从百货业开始，1992年国家就明确在五大特区、六大城市进行百货业合资试点，并以此推动城市中心的改造，推动城市市级中心的升级换代，继而逐步向其他城市推开，带来了中国城市的巨大变化，充当中国商业改革的排头兵和急先锋。

第二，加速从传统百货向现代百货转轨过程。

中国的传统百货是杂货店的“升级版”，推行“大众化”的经营模式，求全求多，以中低档商品为主，甚至作为计划经济分配商品的手段和途径，凭票供应，实行封闭式的管理。

改革以后传统百货加快了向现代百货的转变，广泛应用电子技术于财务、进货、收款、库存管理等环节，做到：一是从经营商品向商品、服务经营并重转变；二是从手工操作向广泛应用IT技术转变；三是从管理商品向管理客户转变；四是从单一经销方式向多种经营方式转变；五是从大众化向精细化转变；六是从单一的价格竞争向全方位竞争转变；七是从传统商业服务向现代服务方式转变；八是从以销售为本向以人为本转变；九是从主体业态向主导业态转变；十是从市中心定位向多中心定位转变。

## <<中国百货行业发展报告1999-20>>

### 内容概要

十年来，中国百货行业发生了巨大变化，不仅经济效益不断提高，而且对提升城市商业文明水平也发挥了越来越重要的作用。

本书首次对1999-2008年中国百货行业的发展进程进行了较全面的回顾，对百货行业的效益状况进行了数据分析，并系统归纳、总结了百货行业的发展特点和发展问题。

同时，本书在市场调查的基础上，完成了对进入中国百货行业的外资企业发展情况的分析报告，此外，根据市场调查结果，编辑了1999-2008年中国百货行业的大事记、兼并收购、倒闭事件、外资进入情况的统计资料。

本书数据翔实、资料丰富，对了解和研究这一阶段的中国百货行业发展状况具有重要的参考价值

。

## 作者简介

王燕平女士，清华大学与香港中文大学合作的金融MBAE页士。  
1999年参与创办国内第一家民办零售市场研究机构——北京锐迪流通经济研究所（Beijing R&D Distribution and Retail Institute）。  
现任该所副所长。

十年来，一直专注于国内零售行业市场研究、咨询，以及零售业中高层经理培训工作，先后参与研究、编写了《北京购物中心发展研究报告》、《世界零售百强发展模式研究》、《世界名牌》、《世界名店》；编辑了《中国连锁经营年鉴（1990-1999）》、《零售战略》等书籍；策划组织了“中国购物中心发展研讨会”、“中国商业企业发展战略研讨会”；参与承办了“中国百货业高峰论坛”等一系列针对国内零售行业的高层次市场活动。

此外，还策划举办了针对零售企业中高层经理的培训课程。  
内容涉及顾客管理、促销规划、商品结构调整、人力资源管理、财务管理等。

书籍目录

第一部分 中国百货行业发展历史回顾(1900—1998) 一、中国百货商店发展历史的回顾 二、中国百货商店发展历史的评析 第二部分 中国百货行业发展报告(1999—2008) 一、中国百货行业发展环境 (一) 经济环境分析 (二) 政策环境分析 (三) 消费环境分析 (四) 竞争环境分析 二、中国百货行业发展概况 (一) 发展规模分析 (二) 发展结构分析 (三) 经营业绩分析 三、中国百货行业发展特点 (一) 发展战略方面 (二) 营销管理方面 四、中国百货行业发展问题 五、中国百货行业发展趋势 (一) 未来的发展环境 (二) 未来的发展趋势 六、中国百货行业发展对策 第三部分 进入中国百货业的外资企业发展报告(1990—2008) 一、外资进入中国百货业概况 (一) 历史回顾 (二) 发展概况 (三) 发展特点 二、外资对中国百货业的影响 (一) 正面影响 (二) 负面影响 三、进入中国的国际及港台著名百货商店 (一) 英国玛莎百货 (二) 法国春天百货 (三) 法国老佛爷百货 (四) 日本伊势丹百货 (五) 日本伊藤洋华堂 (六) 日本八百伴 (七) 韩国乐天百货 (八) 马来西亚百盛 (九) 香港连卡佛百货 (十) 香港美美百货 (十一) 台湾太平洋百货 第四部分 中国百货行业信息技术应用报告(1999—2008) 一、发展背景 二、应用概况 (一) 初步试探阶段(1992~1995年) (二) 逐步发展阶段(1996~2000年) (三) 规模扩张阶段(2001~2007年) (四) 全面提升阶段(2008年至今) 三、应用特点 (一) 应用范围从单纯统计到管理分析 (二) 应用方法从全新采购到系统升级 (三) 应用对象由单体店到连锁店 四、应用问题 (一) 要用数据为企业的未来经营提供决策指导..... 第五部分 中国百货行业十年发展论文选登(1999-2008) 第六部分 中国百货行业十年发展重要资料后记

## 章节摘录

在过去的五年里，中国百货零售行业在快速发展的过程中，取得了可喜的成绩，同时也暴露出许多问题。

1. 规模增长与效益增长脱节 2003年以来，虽然国内百货企业的销售规模增长较快，但总体上，效益的增长情况还不尽如人意，体现出高增长、低效益的状况。

据统计，2003~2007年国内百货零售企业销售规模年均增长率为21.02%，限额以上百货连锁企业的销售规模年均增长更达到30%以上，限额以上百货连锁企业的门店数量增长幅度也达到了33.6%，但同期的利润率仅为2.06%，利润增长幅度较低，体现出规模增长与效益增长不匹配。

这说明，首先，我国百货零售业快速发展的内在动力还不足。

其次，百货零售企业门店数量与市场份额不同步，据统计，2004~2007年门店数量的年均增幅为33.6%，而同期的市场份额年均增幅仅为13.8%，说明国内百货零售企业虽然门店数量在快速增加，其市场份额却有所下降，其他业态的市场份额增长要高于百货业态。

第三，国内百货零售企业的销售量增加了20%以上，但从整体上，百货企业的人均劳效和人均创利水平还比较低，人均劳效的年均增长幅度为9%。

这说明，在国内百货零售企业进行规模发展的同时，经营管理水平还有待提高。

2. 定位趋同加剧竞争 随着竞争加剧，国内百货企业对差异化经营的战略意义和作用都有了比较清晰的认识，但在实际运作中，受品牌资源、资金实力等方面的影响，真正做到特色化经营还有难度，定位趋同现象仍较普遍，加剧了同业间激烈的竞争。

近年来，在大中型城市中，受经济增长、居民收入增加的推动，百货行业出现了一股提高经营档次的潮流，“中高档定位”几乎成为企业普遍的选择，新建、改建、扩建的中高档百货店数量有明显增长。

例如，2005年天津市新建、续建5000平方米以上大型商业设施项目共52个，总投资90亿元，同比增长19%。

全年项目竣工总数达到32个，其中新增10个重点商业设施，总建筑面积达316万平方米。

这些新建商业设施不仅在硬件水准和购物环境上有所提升，而且定位越来越高档。

仅南京路滨江道一带就云集了伊势丹、友谊新天地和国际商场3家新的高档百货店，总建筑面积约15万平方米。

在北京，受奥运等因素影响，2006~2007年间，仅CBD区新开业的高端百货商店就有新光三越、银泰中心、美美百货等，营业面积达20多万平方米，给赛特购物中心、燕莎友谊商城等90年代开业的高端百货商店造成了较大的经营压力。

除此之外，许多大中型城市中的百货商店改扩建之后，都纷纷将目光锁定在中高档定位。

目前，这股“高档”风潮仍在持续，它所带来的风险不可忽视。

编辑推荐

《中国百货行业发展报告(1999~2008)》数据翔实、资料丰富,对了解和研究这一阶段的中国百货行业发展状况具有重要的参考价值。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>