

2021-2027年中国新零售市 场深度评估与投资战略研究报告

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年中国新零售市场深度评估与投资战略研究报告》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/202108/236374.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

新零售只是互联网实现社会信息化、数字化的过程中零售行业发展变化的一个阶段，只不过在这个阶段，进步与变化出现了加速和集中，变得更快，更具有爆发力。当然，新零售概念也有其独特逻辑：新零售发展孕育的背景是行业成本降低、效益增速，其核心动力依然是经济利益，是企业对于市场利润的寻找和追逐；而新零售的实现基础则是科技进步；新零售的特点可以概括为数字化、全渠道以及更为灵活的供应链；新零售的发展方向依然是跟随着消费者的需求变化。从供给和需求角度看电商企业布局C端

-

B端

C端

需求

21世纪初，实体企业快速成长，立足自身便能实现盈利，对互联网经济依赖度不高

21世纪初，通讯工具升级换代，移动智能手机普及改变了消费方式，对移动端消费需求提升

供给

互联网公司处于创新企业，无实际B端运营经验，资源和积累为企业提供解决方案和工具供给市场空白，且门槛较低

传统电商由于C端运营壁垒相对较低，纷纷布局C端产品。而C端对价格的敏感性又决定了互联网公司只能通过“烧钱模式”跑马圈地，进行传统的流量与用户的争夺。B端与C端产品运营的差异源于核心逻辑的不同

-

B端

C端

运营模式

集采、统储、统配

平台运营/自营

烧钱模式

难以为继

相对容易（习惯、粘性、忠诚度）

核心竞争力

终端店面的参与数量（B端客户）、快速稳定的物流配送体系、地推

数目惊人的C端消费者、快速稳定的快递配送体系、成熟的互联网平台

用户体验要求

较低

较高

用户需求把握

较高

较低，需求可以被教育

需求点和痛点

较难掌握和布局

较易掌握

客户规模

容易定位目标客户群，体量相对可以确定

难以精准统计和预测

交易流程

公司签订，流程复杂，违约风险较大

相对容易

决策方式

明确、理性的决策方式；多人决策

随机决策；单人决策

关注角度

业务关系密切、稳定合作、忠诚度高、针对客户设计营销开发周期

价格敏感度较高，用户忠诚度较低

成交周期

滞后性

即时性，立竿见影

品牌理念不同

供应商实力

关注品牌 中企顾问网发布的《2021-2027年中国新零售市场深度评估与投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了中国新零售行业市场发展环境、新零售整体运行态势等，接着分析了中国新零售行业市场运行的现状，然后介绍了新零售市场竞争格局。随后，报告对新零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国新零售行业发展趋势与投资预测。您若想对新零售产业有个系统的了解或者想投资中国新零售行业，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：

第一章 2014-2019年中国新零售背景下零售行业发展分析

1.1 2014-2019年全球零售行业发展分析

1.1.1 零售行业发展历程

1.1.2 零售行业发展动态

1.1.3 零售市场发展规模

1.1.4 零售市场竞争格局

1.2 2014-2019年中国零售行业运行现状

1.2.1 零售市场发展规模

1.2.2 主要品类市场表现

1.2.3 主要业态市场规模

1.2.4 百强企业零售规模

1.2.5 百强企业运营效益

1.3 中国零售行业企业经营效益

1.3.1 企业数量

1.3.2 资产规模

1.3.3 盈利能力

1.3.4 成本费用

1.3.5 劳动效率

1.4 中国零售市场发展特征

1.4.1 行业转型初现成效

1.4.2 零售业态分化发展

1.4.3 技术驱动智慧零售

1.4.4 零售资本深度整合

1.4.5 持续深化组织变革

1.5 中国零售业存在的问题

1.5.1 行业面临环境挑战

- 1.5.2 行业区域结构失衡
- 1.5.3 企业运营面临的问题
- 1.5.4 企业规模扩张瓶颈
- 1.5.5 市场竞争弊端分析
- 1.6 中国零售业的投资前景
 - 1.6.1 实施O2O战略
 - 1.6.2 采取多样化业态
 - 1.6.3 完善零售供应链
 - 1.6.4 扩大企业的规模
 - 1.6.5 提升管理水平
 - 1.6.6 加强人才培养

第二章 中国新零售的内涵及意义

- 2.1 新零售发展概况电子商务目前成为有赞将近50%的收入来源
 - 2.1.1 新零售的概念
 - 2.1.2 新零售的本质
 - 2.1.3 新零售时代来临
- 2.2 新零售的内涵介绍
 - 2.2.1 内核--交易
 - 2.2.2 表现--创新
- 2.3 新零售的特征
 - 2.3.1 零售主体的新角色
 - 2.3.2 零售产出的新内容
 - 2.3.3 零售组织的新形态
 - 2.3.4 零售活动的新关系
 - 2.3.5 零售经营的新理念
- 2.4 新零售的重要意义
 - 2.4.1 重构商贸流通体系
 - 2.4.2 链接所有参与主体
 - 2.4.3 推动生产形式变革
 - 2.4.4 促进社会消费升级
- 2.5 新零售发展措施建议

- 2.5.1 发挥大数据作用
- 2.5.2 构建商业治理体系
- 2.5.3 促进农产品消费
- 2.5.4 推动企业走出去

第三章 2014-2019年中国新零售消费环境分析

- 3.1 宏观经济持续增长
 - 3.1.1 宏观经济环境
 - 3.1.2 居民可支配收入
 - 3.1.3 居民消费支出
 - 3.1.4 宏观经济展望
- 3.2 互联网改变零售形态
 - 3.2.1 转变生活方式
 - 3.2.2 改变链接方式
 - 3.2.3 改变信息环境
 - 3.2.4 改变资源配置方式
 - 3.2.5 创造新的商业模式
- 3.3 消费升级成必然趋势
 - 3.3.1 消费需求转变
 - 3.3.2 消费行为变化
 - 3.3.3 消费结构升级
 - 3.3.4 消费者属性分析
 - 3.3.5 消费结构预测
- 3.4 金融支持释放消费潜力
 - 3.4.1 消费者信心持续向好
 - 3.4.2 消费金融市场发展规模
 - 3.4.3 消费金融市场发展趋势
- 3.5 基建完善及产业转移带动消费下沉
 - 3.5.1 交通基建完善
 - 3.5.2 物流业快速增长
 - 3.5.3 城市化发展进程
 - 3.5.4 人口流动趋势

3.6 零售行业相关政策

3.6.1 跨境电商零售政策

3.6.2 消费品关税调整措施

3.6.3 供应链发展指导意见

3.6.4 促进消费升级相关政策

3.6.5 商贸物流“十三五”规划

第四章 2014-2019年中国新零售领域重点技术基础

4.1 新技术在零售领域的应用概况

4.1.1 工业技术发展历程

4.1.2 数字经济发展现状

4.1.3 技术在零售中的应用

4.1.4 零售行业技术发展现状

4.1.5 新技术在零售领域的价值

4.2 云计算

4.2.1 云计算在零售业的应用

4.2.2 云计算产业发展规模

4.2.3 零售业云计算应用现状

4.2.4 零售业企业应用偏好

4.2.5 云计算应用中的障碍

4.3 大数据

4.3.1 大数据市场规模

4.3.2 大数据应用价值

4.3.3 大数据应用场景

4.3.4 大数据应用案例--ZARA

4.4 零售物联网

4.4.1 物联网产业发展成就

4.4.2 零售物联网的应用价值

4.4.3 零售物联网的重点板块

4.4.4 物联网编码技术的应用

4.4.5 物联网发展重点预测

第五章 2014-2019年中国新零售发展态势分析

5.1 2014-2019年中国零售市场主要变化

5.1.1 需求侧拉动

5.1.2 供给侧推动

5.2 新零售市场运行综况

5.2.1 新零售的特点

5.2.2 技术基础分析

5.2.3 发展规模分析

5.2.4 发展效益及成本

5.2.5 行业发展热点

5.2.6 重点细分市场

5.3 新零售给零售行业带来的变革

5.3.1 重构与消费者的关系

5.3.2 重新定义商圈

5.3.3 重构消费价值观

5.3.4 重新定义零售价值

5.4 新零售环境下零售渠道格局转变

5.4.1 传统渠道格局转变

5.4.2 零售新物种涌现

5.4.3 自助零售终端兴起

5.4.4 线上线下融合加速

5.5 新零售重点发展方向

5.5.1 购物场景化

5.5.2 生产柔性化

5.5.3 渠道扁平化

5.5.4 消费去中心化

5.5.5 流通便捷化

第六章 2014-2019年中国新零售环境下传统零售渠道发展与变革

6.1 零售渠道发展历程

6.1.1 百货商场阶段

6.1.2 连锁商店阶段

6.1.3 超级市场阶段

6.1.4 购物中心阶段

6.1.5 线上经营阶段

6.2 百货

6.2.1 行业总体运行状况

6.2.2 全渠道数字化布局

6.2.3 企业进行战略合作

6.2.4 积极朝多业态转型

6.2.5 经营模式转变升级

6.2.6 加强与供应商合作

6.2.7 行业未来发展方向

6.3 零售连锁

6.3.1 企业经营情况

6.3.2 企业经营特征

6.3.3 国企亟待改革

6.3.4 企业发展展望

6.4 超市

6.4.1 市场发展现状

6.4.2 区域发展格局

6.4.3 市场业绩状况

6.4.4 市场关店情况

6.4.5 市场转型升级

6.4.6 投资预测

6.5 购物中心

6.5.1 开业规模现状

6.5.2 区域发展格局

6.5.3 商业体量分析

6.5.4 市场竞争状况

6.5.5 市场发展态势

6.5.6 运营模式转变

6.5.7 投资预测

6.6 便利店

6.6.1 市场销售规模

6.6.2 市场经营状况

6.6.3 商品结构分析

6.6.4 运营成本提升

6.6.5 市场趋势预测

6.6.6 市场发展趋势

6.7 仓储式商场

6.7.1 市场发展历史

6.7.2 发展动力分析

6.7.3 市场发展状况

6.7.4 经营优势解析

6.7.5 发展存在问题

6.7.6 发展对策建议

第七章 2014-2019年中国新零售环境下电商渠道发展及变革

7.1 电子商务市场环境发生的变化

7.1.1 市场发展特点

7.1.2 市场竞争加剧

7.1.3 消费需求转变

7.2 2014-2019年中国网络零售市场运行现状

7.2.1 网络电商发展环境

7.2.2 网络零售市场规模

7.2.3 网络零售用户规模

7.3 中国农村网络零售市场发展综况

7.3.1 农村电商发展模式

7.3.2 农村电商动力机制

7.3.3 农村电商交易规模

7.3.4 企业布局农村电商

7.3.5 农村电商发展对策

7.4 2014-2019年中国跨境电商市场运行分析

7.4.1 市场发展规模

7.4.2 主流发展模式

7.4.3 发展意义分析

7.4.4 市场发展趋势

7.5 2014-2019年中国移动电商市场运行分析

7.5.1 市场用户规模

7.5.2 市场参与主体

7.6 2014-2019年中国淘品牌发展分析

7.6.1 市场主要主体

7.6.2 市场特征现状

第八章 2014-2019年中国新零售环境下线上线下融合现状及模式分析

8.1 企业面临的发展环境

8.1.1 线上品牌抢占市场

8.1.2 线下品牌创新发展

8.1.3 政策支持实体零售

8.2 线上线下融合的含义

8.2.1 会员体系的融合

8.2.2 供应链的融合

8.2.3 购物体验的融合

8.3 消费行为过程中线上线下的融合

8.3.1 购买前

8.3.2 购买中

8.3.3 购买后

8.3.4 融合趋势

8.4 线上线下融合新零售发展趋势

8.4.1 无人零售发展机遇

8.4.2 零售行业依托技术

8.4.3 重视零售系统建设

第九章 2014-2019年中国零售新物种典型案例分析

9.1 体验式商场--超级物种

9.1.1 超级物种发展规模

9.1.2 超级物种产品布局

- 9.1.3 超级物种经营模式
- 9.1.4 超级物种竞争优势
- 9.1.5 超级物种VS盒马鲜生
- 9.2 社区生活超市
 - 9.2.1 市场现状特征
 - 9.2.2 企业布局动态
 - 9.2.3 市场竞争情况
- 9.3 生鲜市场
 - 9.3.1 生鲜产业链结构
 - 9.3.2 生鲜市场交易规模
 - 9.3.3 生鲜电商市场规模
 - 9.3.4 生鲜市场布局状况
- 9.4 时尚百货--名创优品
 - 9.4.1 企业经营分析
 - 9.4.2 企业定位介绍
 - 9.4.3 企业价值链分析
 - 9.4.4 企业竞争优势
- 9.5 无人便利店
 - 9.5.1 消费流程介绍
 - 9.5.2 发展模式演变
 - 9.5.3 市场发展规模
 - 9.5.4 发展趋势展望
 - 9.5.5 主流企业介绍
 - 9.5.6 企业布局动态
- 9.6 新奇特门店--宏图三胞Brookstone
 - 9.6.1 企业转型背景
 - 9.6.2 企业发展现状
 - 9.6.3 企业发展定位
 - 9.6.4 供应链体系
 - 9.6.5 商业模式转型

第十章中国新零售环境下物流行业发展及变革

- 10.1 物流行业运行体系介绍
 - 10.1.1 物流行业概述
 - 10.1.2 物流产业链介绍
 - 10.1.3 物流平台介绍
 - 10.1.4 物流仓储市场
 - 10.1.5 物流运输市场
- 10.2 2014-2019年中国物流行业运行分析
 - 10.2.1 物流行业收入状况
 - 10.2.2 物流行业需求规模
 - 10.2.3 社会物流费用规模
 - 10.2.4 社会物流需求结构
 - 10.2.5 物流行业发展成就
- 10.3 中国零售物流行业存在的问题及对策
 - 10.3.1 零售企业物流环节的不足之处
 - 10.3.2 零售业物流存在的问题及对策
 - 10.3.3 零售企业实施物流治理的对策
 - 10.3.4 零售企业现代物流策略的开展
 - 10.3.5 零售企业逆向物流的管理战略
- 10.4 新零售对物流行业提出的要求
 - 10.4.1 驱动行业变革
 - 10.4.2 数字化的作用
 - 10.4.3 物流效率提升
 - 10.4.4 仓配体系优化
 - 10.4.5 物流末端扩容
 - 10.4.6 智慧物流建设
- 10.5 新零售环境下物流发展方向
 - 10.5.1 市场发展机遇
 - 10.5.2 到店消费模式
 - 10.5.3 B2C订单模式
 - 10.5.4 到家配送模式

第十一章重点企业新零售布局分析

11.1 阿里巴巴

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 企业经营状况

11.1.3 新零售投资前景

11.1.4 新零售布局历程

11.1.5 企业合作动态

11.2 永辉超市

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 新零售业务布局

11.2.3 财务经营状况

11.2.4 核心竞争力分析

11.2.5 公司投资前景

11.2.6 未来前景展望

11.3 京东

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 主要业务板块

11.3.3 无人零售布局

11.3.4 企业经营状况

11.4 天虹股份

11.4.1 天虹业务概况

11.4.2 经营效益分析

11.4.3 业务经营分析

11.4.4 财务状况分析

11.4.5 核心竞争力分析

11.4.6 公司投资前景

11.4.7 未来前景展望

11.5 苏宁易购

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 智慧零售布局

11.5.3 财务经营状况

11.5.4 核心竞争力分析

11.5.5 未来前景展望

第十二章 2014-2019年中国新零售领域投资分析

12.1 A股及新三板上市公司在商贸零售行业投资动态分析

12.1.1 投资项目综述

12.1.2 投资区域分布

12.1.3 投资模式分析

12.1.4 典型投资案例

12.2 商贸零售行业上市公司投资动态分析

12.2.1 投资规模统计

12.2.2 投资区域分布

12.2.3 投资模式分析

12.2.4 典型投资案例

12.3 零售行业投资动态分析

12.3.1 零售行业投融资事件规模

12.3.2 零售行业投融资动态分析

12.3.3 无人零售市场投融资案例

12.3.4 无人零售市场投融资动态

12.3.5 零售行业并购整合动态

12.4 零售企业布局消费金融

12.4.1 消费金融对零售企业的积极意义

12.4.2 零售企业开展消费金融的优势

12.4.3 新零售企业开展消费金融对策

12.5 2021-2027年新零售行业投资价值评估及建议

12.5.1 投资价值综合评估

12.5.2 市场进入时机判断

12.5.3 行业投资壁垒分析

12.5.4 项目投资前景提示

12.5.5 行业投资建议综述

第十三章 中国新零售行业趋势预测及趋势预测

13.1 中国零售业趋势预测展望

13.1.1 零售业发展态势

- 13.1.2 零售业发展目标
- 13.1.3 零售业数字化趋势
- 13.1.4 高端零售趋势预测
- 13.2 中国零售行业未来发展方向
 - 13.2.1 业态多元化发展
 - 13.2.2 线上线下融合
 - 13.2.3 业态协同趋势
 - 13.2.4 社区零售整合化
 - 13.2.5 自助购物普及化
- 13.3 2021-2027年中国新零售市场趋势调查分析
 - 13.3.1 2021-2027年中国新零售行业发展驱动因素分析
 - 13.3.2 2021-2027年中国新零售行业市场规模预测

图表目录：

图表 零售行业发展历程

图表 2014-2019年全球零售总额及预测

图表 2019年度全球零售商排行榜

图表 2017-2019年全国社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 限额以上企业零售额及必需消费品类当月同比

图表 限额以上企业零售额及可选消费品类当月同比

图表 商贸零售板块子行业涨跌状况

图表 2014-2019年零售百强销售额及同比增速

图表 社会消费品零售总额、实体店零售额、网上实物零售额同比增速

图表 2014-2019年电商销售增速、对百强增长的贡献度及占比

图表 2017年零售百强中7家电商销售情况

图表 2019年零售百强中各业态销售占比及增长速度

图表 2014-2019年零售上市公司净利润增长率中位数

图表 2014-2019年零售百强企业中外资零售企业（非电商）销售额占比及增速

图表 2019年零售百强企业中主要外资企业销售情况

图表 2019年、2019年主要外资零售企业新开店数和关店数

图表 2017-2019年中国零售业经营单位数量

图表 2017-2019年中国零售业规模以上大中型企业资产负债情况

图表 2017-2019年中国零售业规模以上大中型企业资产构成

图表 2017-2019年零售业限上大中型企业利润规模

图表 2017-2019年零售业限上大中型企业盈利能力

图表 2017-2019年零售业限上大中型企业成本费用规模

图表 2017-2019年零售业限上大中型企业成本费用相对水平

图表 2019年零售业人均劳效及相关指标增速

图表 线上线下融合趋势显著

图表 零售交易涉及的对象

图表 新零售的特点

图表 推式供应链和拉式供应链模式对比

图表 线上线下消费者属性对比

图表 线上线下消费者购物需求对比

图表 2020-2030年中国消费结构预测

图表 中国消费者信心指数

图表 2014-2019年中国消费信贷市场规模变化趋势

图表 中国高速铁路网中长期规划（2030年）

图表 全国快递业务发展情况

图表 技术进步发展历程

图表 零售与技术结合的发展阶段

图表 新零售解决方案图解

图表 新技术为新零售创造的价值

图表 云计算为零售业大数据分析提供计算基础

图表 2014-2019年全球云计算市场及渗透率持续增长

图表 2021-2027年中国公有云市场规模

图表 2021-2027年中国大数据市场规模

图表 大数据在零售行业应用价值

图表 大数据在提高客户体验方面的具体应用

图表 大数据在实现商品管理和供应链网络方面的具体应用

图表 大数据在实现智慧运营方面的具体应用

图表 2014-2019年我国物联网行业专利申请数量

图表 物联网在改善客户体验中的价值

图表 零售物联网三大板块

图表 编码技术分类及特点

图表 2021-2027年超高频RFID各细分市场发展规模

图表 二维码在零售行业的应用价值

图表 融合后的新零售生态图

图表 新技术渗透新零售各个环节

图表 2021-2027年我国新零售商店交易规模增长趋势

图表 新零售坪效远高于传统门店

图表 无人零售的投入成本和运营成本

图表 2014-2019年百货行业收入发展趋势

图表 2014-2019年百货毛利增速

图表 2014-2019年百货扣非净利率增速

图表 2014-2019年百货行业毛利率和费用

图表 百货店样本开展O2O情况

图表 百货店当前开展电子商务情况

图表 百货店当前采取的电子商务模式

图表 百货店自建移动端手机APP意向

图表 百货店自建移动端手机APP情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/236374.html>