

2024-2030年中国新零售行业 前景展望与行业前景预测报告

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

《2024-2030年中国新零售行业前景展望与行业前景预测报告》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/202310/414812.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

2016年的云栖大会上，马云提出的“电商即将消失，新零售即将来临”的观点让新零售被越来越多的人关注，也开始了零售行业的新一轮变革。新零售即个人、企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段并运用心理学知识，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。就零售商业而言，线上线下融合的“新零售”业态，有望成为互联网时代下零售业变革主要方向，O2O线上线下融合的新零售时代开启，科技元素加入其中，实体零售商频频转型。

近年来，在国家政策的大力扶持和业内企业的不断努力下，零售业持续良好发展势头，市场规模持续扩张，经济效益显著。2021年，社会消费品零售总额440823亿元，比上年增长12.5%，两年平均增速为3.9%。2021年，全国网上零售额130884亿元，比上年增长14.1%。2022年，社会消费品零售总额439733亿元，比上年下降0.2%。其中，除汽车以外的消费品零售额393961亿元，下降0.4%。全国网上零售额137853亿元，比上年增长4.0%。其中，实物商品网上零售额119642亿元，增长6.2%，占社会消费品零售总额的比重为27.2%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长16.1%、3.5%、5.7%。

2021年3月22日，国家发展改革委等28个部门 and 单位联合印发了《加快培育新型消费实施方案》，提出培育壮大零售新业态，围绕推动服务消费线上线下融合、加快新型消费基础设施和服务保障能力建设、强化新型消费发展要素保障、改善新型消费营商环境等四大方面，提出24项政策措施，全流程、体系化、广覆盖，涉及新型消费发展的方方面面，将为今后加快培育新型消费提供强大政策制度保障。2021年7月，商务部发布了《“十四五”商务发展规划》，其中提出培育以信息技术为手段、以多业态聚合、多场景覆盖为特征的新型消费，打造消费新增长点；发展商品消费新模式，鼓励定制消费、体验消费、智能消费、时尚消费等发展。推动生活服务智能化，加快促进生活服务业上线上云，引导企业丰富线上服务供给，优化到店与到家双向服务模式体验。2023年3月5日，第十四届全国人民代表大会第一次会议开幕，国务院总理李克强作政府工作报告；政府工作报告提出，着力扩大国内需求；把恢复和扩大消费摆在优先位置；多渠道增加城乡居民收入；推动餐饮、文化、旅游、体育等生活服务消费恢复。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国新零售行业前景展望与行业前景预测报告》共十三章。首先介绍了零售行业的发展现状、新零售面临的发展环境及技术基础，然后报告深入分析了新零售的内涵、意义及方向，随后报告详细传统零售渠道、零售电商以及新型零售渠道的发展情况，随后，报告对新零售环境下物流行业的发展进行了分析。最后，报告对中国新零售

领域的投资进行了分析，并对新零售领域的发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、中企顾问网、中国百货商业协会、中国连锁经营协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对零售行业有个系统深入的了解、或者想投资零售行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2021-2023年新零售背景下零售行业发展分析

1.1 全球零售行业发展分析

1.1.1 零售行业发展历程

1.1.2 零售电商发展现状

1.1.3 零售市场竞争格局

1.1.4 零售行业发展趋势

1.2 2021-2023年中国零售行业运行现状

1.2.1 社会消费品零售额

1.2.2 主要品类市场表现

1.2.3 零售百强销售规模

1.2.4 零售百强规模结构

1.2.5 零售百强运营效益

1.3 中国零售行业企业经营分析

1.3.1 企业经营状况

1.3.2 企业零售额变化

1.3.3 电商业务概况

1.3.4 实体店经营现状

1.4 中国零售市场发展特征

1.4.1 商业载体集聚优化

1.4.2 商品服务协同提升

1.4.3 线上线下相互引流

1.4.4 消费场景互动重构

1.4.5 智慧零售优化体验

1.4.6 配送效率显著提升

1.4.7 绿色零售成效增强

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 发展布局亟待优化

1.5.3 传统零售企业问题

1.5.4 经营成本持续攀升

1.5.5 市场竞争弊端分析

1.5.6 人才培养急需加强

1.6 中国零售行业经营模式创新发展分析

1.6.1 经营业态模式创新

1.6.2 经营渠道模式创新

1.6.3 零售交易模式创新

1.6.4 物流供应链模式创新

1.6.5 创新面临的问题挑战

1.6.6 创新发展意见建议

1.7 中国零售业发展趋势

1.7.1 优质供给更加全面

1.7.2 消费过程更加便利

1.7.3 基础环境更加放心

1.7.4 政策措施更加完善

第二章 中国新零售的内涵及意义

2.1 新零售发展概况

2.1.1 新零售的概念

2.1.2 新零售政策背景

2.1.3 新零售的内涵

2.1.4 新零售发展动因

2.1.5 新零售实施维度

2.2 新零售的特征

2.2.1 新零售典型特征

2.2.2 零售主体的新角色

2.2.3 零售产出的新内容

2.2.4 零售组织的新形态

- 2.2.5 零售活动的新关系
- 2.2.6 零售经营的新理念
- 2.3 新零售的重要意义
 - 2.3.1 新零售重构商贸流通体系
 - 2.3.2 新技术革新传统行业的做法
 - 2.3.3 新模式来满足升级用户需求
 - 2.3.4 后互联网时代的发展新动力
- 2.4 新零售发展措施建议
 - 2.4.1 发挥大数据作用
 - 2.4.2 加强政策环境建设
 - 2.4.3 增加消费体验感
 - 2.4.4 促进农产品消费
 - 2.4.5 推动企业走出去

第三章 2021-2023年中国新零售行业发展环境分析

- 3.1 经济环境
 - 3.1.1 宏观经济概况
 - 3.1.2 对外经济分析
 - 3.1.3 工业运行情况
 - 3.1.4 固定资产投资
 - 3.1.5 经济发展展望
- 3.2 零售业消费环境
 - 3.2.1 倚重国内市场消费
 - 3.2.2 消费内容偏好变化
 - 3.2.3 消费方式各具特征
 - 3.2.4 消费者品牌偏好分析
- 3.3 消费金融环境
 - 3.3.1 消费金融市场主体
 - 3.3.2 个人消费贷款规模
 - 3.3.3 消费信贷渗透率
 - 3.3.4 消费金融发展对策
 - 3.3.5 消费金融发展趋势

- 3.4 基础设施建设环境
 - 3.4.1 互联网发展分析
 - 3.4.2 交通建设规模
 - 3.4.3 快递行业运行
 - 3.4.4 城镇化发展水平
- 3.5 零售行业发展相关政策
 - 3.5.1 消费品进口关税调整
 - 3.5.2 供应链发展相关政策
 - 3.5.3 跨境电商主要政策
 - 3.5.4 电子商务相关法律法规

第四章 2021-2023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 零售行业技术应用技术
 - 4.1.5 新技术在零售中的价值
- 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 零售业企业应用案例
 - 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 大数据商业价值
 - 4.3.3 大数据应用场景
 - 4.3.4 大数据应用挑战
 - 4.3.5 大数据应用案例
- 4.4 零售物联网
 - 4.4.1 物联网产业发展现状

- 4.4.2 零售物联网的应用价值
- 4.4.3 零售物联网的应用案例
- 4.4.4 物联网编码技术的应用
- 4.4.5 物联网产业发展态势

第五章 2021-2023年中国新零售发展态势分析

- 5.1 我国新零售市场发展动力
 - 5.1.1 供给侧推动
 - 5.1.2 需求侧拉动
- 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
- 5.3 新零售重点投资标的情况全解析
 - 5.3.1 主导企业
 - 5.3.2 苏宁易购
 - 5.3.3 永辉超市
 - 5.3.4 值得买
 - 5.3.5 星期六
- 5.4 新零售给零售行业带来的变革
 - 5.4.1 重构与消费者的关系
 - 5.4.2 重新定义商圈
 - 5.4.3 重构消费价值观
 - 5.4.4 重新定义零售价值
- 5.5 新零售环境下零售渠道格局转变
 - 5.5.1 传统渠道格局转变
 - 5.5.2 零售新物种涌现
 - 5.5.3 自助零售终端兴起
 - 5.5.4 线上线下融合加速
- 5.6 新零售重点发展方向

- 5.6.1 零售业态迭代升级
- 5.6.2 新供应链去中间化
- 5.6.3 新渠道去人工化
- 5.6.4 新流量即时到家
- 5.6.5 新零售发展趋势

第六章 2021-2023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 企业布局重点
 - 6.2.3 企业数字化转型探索
 - 6.2.4 企业营销战略变化
 - 6.2.5 多维度调改升级
 - 6.2.6 百货业发展问题
 - 6.2.7 百货业发展建议
 - 6.2.8 百货业发展趋势
- 6.3 零售连锁
 - 6.3.1 百强企业经营分析
 - 6.3.2 门店建设规模统计
 - 6.3.3 行业销售发展规模
 - 6.3.4 连锁零售商品购进规模
 - 6.3.5 企业空间扩张趋势
- 6.4 超市
 - 6.4.1 超市行业发展历程
 - 6.4.2 超市行业发展现状
 - 6.4.3 超市行业市场规模

- 6.4.4 超市企业门店规模
- 6.4.5 超市区域竞争格局
- 6.4.6 百强企业经营分析
- 6.4.7 超市企业竞争格局
- 6.4.8 连锁超市创新案例
- 6.4.9 超市行业发展对策
- 6.5 购物中心
 - 6.5.1 行业发展规模
 - 6.5.2 行业发展价值
 - 6.5.3 经济社会贡献研究
 - 6.5.4 企业发展情况
 - 6.5.5 项目投资主体
 - 6.5.6 运营模式转变
 - 6.5.7 运营创新案例
 - 6.5.8 数字化转型趋势
 - 6.5.9 项目发展规划
 - 6.5.10 高质量发展政策建议
- 6.6 便利店
 - 6.6.1 全球市场发展规模
 - 6.6.2 行业团体标准发布
 - 6.6.3 行业发展特点
 - 6.6.4 行业销售规模
 - 6.6.5 行业门店数量
 - 6.6.6 行业市场结构
 - 6.6.7 百强企业经营规模
 - 6.6.8 畅销品牌发展情况
 - 6.6.9 行业发展趋势
- 6.7 仓储式商场
 - 6.7.1 市场发展历史
 - 6.7.2 产业发展模式
 - 6.7.3 发展动力分析
 - 6.7.4 市场发展状况

- 6.7.5 市场竞争格局
- 6.7.6 经营优势解析
- 6.7.7 发展存在问题
- 6.7.8 发展对策建议

第七章 2021-2023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 电商市场规模
 - 7.1.2 电商服务规模
 - 7.1.3 电商就业情况
 - 7.1.4 商业模式创新
 - 7.1.5 电商赋能数字化转型
 - 7.1.6 市场环境改善
- 7.2 中国网络零售市场运行现状
 - 7.2.1 网络零售市场特征
 - 7.2.2 网络零售市场规模
 - 7.2.3 对消费市场贡献度
 - 7.2.4 市场区域发展状况
- 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 区域发展状况分析
 - 7.3.5 农村电商发展问题
 - 7.3.6 农村电商发展对策
 - 7.3.7 农村电商发展趋势
- 7.4 中国跨境电商市场运行分析
 - 7.4.1 市场发展特点
 - 7.4.2 市场发展规模
 - 7.4.3 市场贸易规模
 - 7.4.4 市场贸易品类结构
 - 7.4.5 市场贸易区域分布

- 7.4.6 行业融资状况
- 7.4.7 发展意义分析
- 7.4.8 市场发展趋势
- 7.5 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
 - 7.5.3 社交电商规模
 - 7.5.4 淘品牌市场特征

第八章 2021-2023年中国新零售环境线上线下融合状况及模式分析

- 8.1 线上线下融合发展状况
 - 8.1.1 线上及线下消费行为
 - 8.1.2 实体零售商线上布局
 - 8.1.3 电商企业布局线下实体
 - 8.1.4 线上线下融合发展动力
 - 8.1.5 政策支持线上线下融合
- 8.2 线上线下融合发展形式解析
 - 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
 - 8.2.4 场景延伸的融合
- 8.3 线上线下融合消费者行为分析
 - 8.3.1 全渠道消费者特征分析
 - 8.3.2 消费者购物商品类别
 - 8.3.3 全场景购物行为分析
 - 8.3.4 消费者购物需求分析
- 8.4 线上线下融合新零售发展趋势
 - 8.4.1 全渠道融合态势
 - 8.4.2 双线融合发展前景
 - 8.4.3 新零售技术应用
 - 8.4.4 新零售系统建设
 - 8.4.5 无人零售发展机遇

8.4.6 无人零售发展趋势

第九章 2021-2023年中国零售新物种典型案例分析

9.1 超市重构业态——盒马鲜生

9.1.1 盒马鲜生发展状况

9.1.2 盒马鲜生竞争优势

9.1.3 盒马鲜生零售模式

9.1.4 盒马鲜生发展经验

9.1.5 盒马鲜生品牌布局

9.2 社区团购

9.2.1 社区团购交易规模

9.2.2 社区团购产业链

9.2.3 社区团购用户规模

9.2.4 社区团购融资规模

9.3 生鲜电商

9.3.1 生鲜电商产业链

9.3.2 生鲜电商交易规模

9.3.3 生鲜电商行业渗透率

9.3.4 生鲜电商融资规模

9.4 时尚百货——名创优品

9.4.1 企业定位介绍

9.4.2 企业价值链分析

9.4.3 企业竞争优势

9.4.4 企业经营分析

9.4.5 业务发展布局

9.5 无人零售商店

9.5.1 消费流程介绍

9.5.2 发展模式演变

9.5.3 主要业态分析

9.5.4 行业发展挑战

9.5.5 行业发展重点

9.5.6 发展趋势展望

第十章 2021-2023年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 2021-2023年中国物流行业运行分析

10.2.1 物流行业运行形势

10.2.2 物流行业收入状况

10.2.3 物流行业需求规模

10.2.4 社会物流费用规模

10.3 中国零售物流行业存在的问题及对策

10.3.1 零售企业物流环节不足

10.3.2 新零售智慧物流发展问题

10.3.3 零售企业物流治理对策

10.3.4 新零售智慧物流发展策略

10.3.5 新零售物流平台运营策略

10.3.6 新零售物流配送模式创新

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 仓配体系优化

10.4.4 物流末端扩容

10.4.5 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 2020-2023年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 新零售业务布局

11.1.3 2021财年企业经营状况分析

11.1.4 2022财年企业经营状况分析

11.1.5 2023财年企业经营状况分析

11.2 永辉超市

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 经营效益分析

11.2.3 业务经营分析

11.2.4 财务状况分析

11.2.5 核心竞争力分析

11.2.6 公司发展战略

11.2.7 未来前景展望

11.3 京东

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 零售业务板块

11.3.3 新零售布局动态

11.3.4 2020年企业经营状况分析

11.3.5 2021年企业经营状况分析

11.3.6 2022年企业经营状况分析

11.4 天虹股份

11.4.1 企业发展概况

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 公司发展战略

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 经营效益分析
- 11.5.3 业务经营分析
- 11.5.4 财务状况分析
- 11.5.5 核心竞争力分析
- 11.5.6 未来前景展望

第十二章 2021-2023年中国新零售领域投资分析

- 12.1 上市公司在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 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 新零售行业投资动态分析
 - 12.3.1 新零售投资数量
 - 12.3.2 新零售投融资金额
 - 12.3.3 新零售融资轮次分布
 - 12.3.4 新零售投融资领域
 - 12.3.5 新零售投融资动态
- 12.4 零售企业布局消费金融
 - 12.4.1 布局消费金融作用分析
 - 12.4.2 布局消费金融优势分析
 - 12.4.3 企业消费金融发展路径
 - 12.4.4 开展消费金融对策分析
- 12.5 对2023-2027年新零售行业投资价值评估及建议
 - 12.5.1 行业投资价值评估
 - 12.5.2 市场进入时机判断
 - 12.5.3 行业竞争壁垒分析

12.5.4 行业投资风险提示

第十三章 中国新零售行业发展前景及趋势预测

13.1 中国零售业发展前景展望

13.1.1 本土品牌经营转型

13.1.2 实体零售运营变革

13.1.3 新消费趋势转变

13.1.4 互联网电商优化调整

13.1.5 突出价值导向

13.1.6 着重提升体验

13.1.7 新零售行业发展趋势

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 对2024-2030年中国新零售行业预测分析

13.4 对2024-2030年中国新零售行业预测分析

13.4.1 2024-2030年中国新零售行业影响因素分析

13.4.2 2024-2030年中国网上零售交易规模预测

图表目录

图表1 全球零售业发展的“四次革命”

图表2 全球增长最快的零售商情况

图表3 全球前250强零售商区域分布

图表4 全球前250强零售商新进入者情况（一）

图表5 全球前250强零售商新进入者情况（二）

图表6 2023年全球零售商TOP20

图表7 2020-2021年社会消费品零售总额月度同比增速

图表8 2022-2023年社会消费品零售总额同比增速

图表9 2022-2023年按消费类型分零售额同比增速

- 图表10 2023年社会消费品零售总额主要数据
- 图表11 2022-2023年商品零售和餐饮收入同比增速
- 图表12 2022-2023年实物商品网上零售额同比增速
- 图表13 2022-2023年网下商品零售额同比增速
- 图表14 2022-2023年限额以下单位和个体户商品零售额同比增速
- 图表15 2022-2023年限额以下单位和个体户餐饮收入同比增速
- 图表16 2022-2023年限额以上单位汽车零售额同比增速
- 图表17 2022-2023年限额以上单位石油及制品类零售额同比增速
- 图表18 2010-2021年零售百强销售规模
- 图表19 2021年中国零售百强企业规模结构
- 图表20 2013-2021年中国零售百强销售规模占社消零售总额比重
- 图表21 2013-2021年零售百强第1、前3、前5、前10名销售规模占百强整体销售的比重
- 图表22 2021-2022年限额以上零售业各业态零售额同比增速
- 图表23 2022-2023年50家重点大型零售企业零售额增速
- 图表24 2014-2021年零售百强中电商总销售额同比增速
- 图表25 2013-2021年96家以实体为主的零售企业销售额和同比增速
- 图表26 沃尔玛企业运营模式
- 图表27 盒马鲜生经营模式
- 图表28 2018-2022年国内生产总值及其增长速度
- 图表29 2018-2022年三次产业增加值占生产总值比重
- 图表30 2018-2022年货物进出口总额

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414812.html>