

2024-2030年中国零售市场 深度分析与发展趋势研究报告

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

《2024-2030年中国零售市场深度分析与发展趋势研究报告》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/202310/418062.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

直接将商品或服务销售给个人消费者或最终消费者的商业活动，是商品或服务从流通领域进入消费领域的最后环节。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国零售市场深度分析与发展趋势研究报告》共十五章。首先介绍了零售行业市场发展环境、零售整体运行态势等，接着分析了零售行业市场运行的现状，然后介绍了零售市场竞争格局。随后，报告对零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了零售行业发展趋势与投资预测。您若想对零售产业有个系统的了解或者想投资零售行业，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 零售业相关概述

1.1 零售业简介

1.1.1 零售业的定义

1.1.2 零售业的形式

1.1.3 零售贸易的特征

1.1.4 零售贸易的功能

1.2 零售业的准入条件

1.2.1 注册登记条件

1.2.2 资金条件

1.2.3 技术及设备条件

1.3 零售业的产业特点

1.3.1 行业生产要素特征

1.3.2 行业的周期性特征

1.3.3 行业的季节性特征

第二章 中国零售业发展规划背景分析

2.1 经济环境

- 2.1.1 宏观经济概况
- 2.1.2 服务业运行状况
- 2.1.3 固定资产投资
- 2.1.4 经济转型升级
- 2.1.5 宏观经济展望
- 2.2 社会环境
 - 2.2.1 人口流动趋势
 - 2.2.2 城镇化发展水平
 - 2.2.3 快递行业规模
 - 2.2.4 互联网发展分析
- 2.3 消费环境
 - 2.3.1 消费群体分化偏移
 - 2.3.2 消费偏好个性裂变
 - 2.3.3 消费内容提质扩容
 - 2.3.4 消费方式各具特征
 - 2.3.5 消费者品牌偏好分析
- 2.4 关联产业环境
 - 2.4.1 零售业和物流业
 - 2.4.2 零售业和商业地产
 - 2.4.3 零售业和逆向物流

第三章 2017-2022年中国零售业发展全方位剖析

- 3.1 中国零售市场发展特征
 - 3.1.1 商业载体集聚优化
 - 3.1.2 商品服务协同提升
 - 3.1.3 线上线下相互引流
 - 3.1.4 消费场景互动重构
 - 3.1.5 智慧零售优化体验
 - 3.1.6 配送效率显著提升
 - 3.1.7 绿色零售成效增强
- 3.2 2017-2022年中国零售行业运行分析
 - 3.2.1 零售市场发展规模

- 3.2.2 主要品类市场表现
- 3.2.3 主要业态市场运行
- 3.2.4 零售行业企业规模
- 3.2.5 零售业社会贡献度
- 3.3 2017-2022年中国零售行业百强企业经营状况分析
 - 3.3.1 百强企业零售规模
 - 3.3.2 百强前十销售规模
 - 3.3.3 百强企业运营效益
 - 3.3.4 零售百强入围门槛
 - 3.3.5 百强企业规模级别
 - 3.3.6 跨区域经营分析
- 3.4 2017-2022年中国农村零售业发展探析
 - 3.4.1 农村零售业发展现状
 - 3.4.2 农村网络零售规模
 - 3.4.3 农村零售业发展优势
 - 3.4.4 农村零售业主要问题
 - 3.4.5 农村零售业创新对策
- 3.5 中国零售业行业投资并购分析
 - 3.5.1 总体投资并购状况
 - 3.5.2 互联网零售投资并购
 - 3.5.3 传统零售投资并购
 - 3.5.4 重点投资业态分析
 - 3.5.5 重点并购事件分析
 - 3.5.6 行业投资并购趋势
- 3.6 中国零售业发展趋势分析
 - 3.6.1 技术创新趋势
 - 3.6.2 消费升级趋势
 - 3.6.3 差异化发展趋势
- 3.7 2024-2030年中国零售业预测分析
 - 3.7.1 2024-2030年中国零售业影响因素分析
 - 3.7.2 2024-2030年中国社会消费品零售总额预测

第四章 2017-2022年零售业态之：超市业分析

4.1 2017-2022年超市行业发展概况

4.1.1 行业发展阶段

4.1.2 市场发展现状

4.1.3 行业增长情况

4.1.4 市场竞争格局

4.1.5 区域发展形势

4.1.6 超市数字化建设

4.2 超市的经营管理

4.2.1 经营的五个不相等

4.2.2 超市管理的关键点

4.2.3 零售超市经营策略

4.2.4 高校超市经营策略

4.2.5 人力资源管理误区

4.3 连锁超市市场营销策略

4.3.1 市场营销SWOT分析

4.3.2 农村连锁超市的发展

4.3.3 生鲜连锁超市的发展

4.3.4 发展存在的主要问题

4.3.5 市场营销的策略选择

4.4 中小超市的竞争战略策略选择

4.4.1 发展优势分析

4.4.2 发展劣势情况

4.4.3 企业战略定位

4.4.4 竞争策略选择

4.5 超市的发展趋势

4.5.1 未来发展方向

4.5.2 行业发展趋势

4.5.3 农村超市前景

第五章 2017-2022年零售业态之：便利店分析

5.1 世界部分国家或地区的便利店分析

- 5.1.1 全球便利店龙头发展规模
- 5.1.2 日本便利店行业发展分析
- 5.1.3 韩国便利店行业发展现状
- 5.1.4 台湾地区便利店行业浅析
- 5.1.5 香港地区便利店行业发展
- 5.2 中国便利店的发展概况
 - 5.2.1 市场发展现状
 - 5.2.2 市场竞争格局
 - 5.2.3 行业利润水平
 - 5.2.4 行业利好政策
 - 5.2.5 城市布局情况
- 5.3 中国便利店发展形势分析
 - 5.3.1 百强企业发展现状
 - 5.3.2 企业扩张模式选择
 - 5.3.3 自营产品发展情况
 - 5.3.4 移动支付普及情况
- 5.4 便利店的投资分析
 - 5.4.1 产业发展必要
 - 5.4.2 市场定位分析
 - 5.4.3 赢利基础分析
 - 5.4.4 投资规划建议
 - 5.4.5 投资前景看好
- 5.5 中国便利店发展存在的问题及对策
 - 5.5.1 发展面临挑战
 - 5.5.2 产业发展建议
 - 5.5.3 经营策略分析
- 5.6 便利店的前景和趋势
 - 5.6.1 行业发展前景
 - 5.6.2 市场发展机遇
 - 5.6.3 城市发展趋势

第六章 2017-2022年零售业态之：购物中心分析

6.1 世界部分国家或地区的购物中心分析

6.1.1 美国购物中心

6.1.2 德国购物中心

6.1.3 日本购物中心

6.1.4 东南亚购物中心

6.2 2017-2022年中国的购物中心分析

6.2.1 行业发展回顾

6.2.2 发展驱动因素

6.2.3 市场利弊分析

6.2.4 商业业态分析

6.2.5 行业发展热点

6.2.6 未来发展趋势

6.3 中国购物中心发展力分析

6.3.1 相关指标解释说明

6.3.2 总体及分项发展力

6.3.3 区域及城市发展力

6.3.4 不同商业模式发展力

6.4 中国购物中心消费者指数调查分析

6.4.1 相关指标说明

6.4.2 总体指数情况

6.4.3 客群人气指数

6.4.4 消费意愿指数

6.4.5 大众欢迎指数

6.4.6 消费者洞察

6.5 中国购物中心开业情况综合分析

6.5.1 开业规模分析

6.5.2 区域开业动态

6.5.3 城市开业状况

6.5.4 商业体量空间

6.5.5 新开项目特点

6.6 中国新开业购物中心区域分布情况

6.6.1 华东区

- 6.6.2 西南区
- 6.6.3 华南区
- 6.6.4 华中区
- 6.6.5 西北区
- 6.6.6 华北区
- 6.6.7 东北区
- 6.7 中国购物中心设计分析
 - 6.7.1 购物中心设计要点
 - 6.7.2 购物中心设计理念
 - 6.7.3 购物中心设计趋势
- 6.8 中国购物中心发展面临的困境
 - 6.8.1 经营成本上涨
 - 6.8.2 商品同质化严重
 - 6.8.3 管理能力有限
 - 6.8.4 配套功能不足
- 6.9 中国购物中心发展对策建议
 - 6.9.1 地区差异化选址
 - 6.9.2 差异化清晰定位
 - 6.9.3 多业态经营发展
 - 6.9.4 注重人性化体验
 - 6.9.5 提高自有品牌建设

第七章 2017-2022年零售业态之：百货店业分析

- 7.1 中国百货店业运行现状解析
 - 7.1.1 行业整体经营状况
 - 7.1.2 行业发展特征分析
 - 7.1.3 企业线上线下融合
 - 7.1.4 企业并购重组状况
 - 7.1.5 企业经营业态格局
 - 7.1.6 行业未来发展趋势
- 7.2 中国百货行业转型创新发展特征分析
 - 7.2.1 数字化推动全渠道融合

- 7.2.2 与互联网企业展开合作
- 7.2.3 科技创新提升顾客体验
- 7.2.4 数字化升级实现精准营销
- 7.2.5 深度拓展自采自营业务
- 7.3 百货业供应商关系管理探析
 - 7.3.1 百货业供应商关系管理简述
 - 7.3.2 百货业供应商关系管理的作用
 - 7.3.3 百货业供应商关系管理的问题
 - 7.3.4 百货商场供应商冲突管理对策
- 7.4 百货行业营销策略分析
 - 7.4.1 百货店常用的促销手段
 - 7.4.2 百货商场营销的主要因素
 - 7.4.3 百货行业多元化营销模式
 - 7.4.4 百货业营销策略改进措施
- 7.5 百货行业发展存在的问题及对策建议
 - 7.5.1 百货业存在的主要问题
 - 7.5.2 百货行业发展面临挑战
 - 7.5.3 百货行业经营转型模式
 - 7.5.4 传统百货企业创新策略
 - 7.5.5 百货业供应链优化路径

第八章 2017-2022年其他零售业态分析

- 8.1 大卖场
 - 8.1.1 大卖场行业运营现状
 - 8.1.2 大卖场企业并购动态
 - 8.1.3 大卖场企业战略调整
 - 8.1.4 外资大卖场在华布局
 - 8.1.5 大卖场市场竞争态势
 - 8.1.6 大卖场发展问题分析
 - 8.1.7 大卖场经营存在问题
 - 8.1.8 大卖场转型发展策略
 - 8.1.9 大卖场营销策略创新

8.2 仓储式商场

8.2.1 仓储式商场发展历史

8.2.2 仓储式商场发展动力

8.2.3 仓储式商场发展状况

8.2.4 仓储式商场经营分析

8.2.5 仓储式商场营销特征

8.2.6 仓储式商场制约因素

8.2.7 仓储式商场发展策略

8.3 专业店

8.3.1 专业店发展历程

8.3.2 专业店业态种类

8.3.3 专业店发展现状

8.3.4 专业店经营特色

8.3.5 专业店运营管理策略

8.4 专卖店

8.4.1 专卖店相关概念

8.4.2 专卖店经营现状分析

8.4.3 传统专卖店面临转型

8.4.4 京东家电专卖店发展

8.4.5 对专卖店营销的思考

8.4.6 专卖店运营策略建议

第九章 2017-2022年主要商品零售市场发展分析

9.1 服装市场

9.1.1 服装行业产量规模

9.1.2 服装零售市场特征

9.1.3 服装市场零售规模

9.1.4 服装零售价格走势

9.1.5 服装行业影响因素

9.1.6 服装零售行业问题

9.1.7 服装零售趋势预测

9.2 家电市场

- 9.2.1 家电行业总体运行现状
- 9.2.2 家电零售市场发展规模
- 9.2.3 家电零售市场发展特点
- 9.2.4 家电品类零售市场结构
- 9.2.5 家电零售线上线下融合
- 9.2.6 家电零售转型发展建议
- 9.3 汽车市场
 - 9.3.1 汽车产销规模现状
 - 9.3.2 政策鼓励汽车消费
 - 9.3.3 汽车零售市场转型
 - 9.3.4 线上线下渠道融合
- 9.4 食品市场
 - 9.4.1 食品工业发展规模
 - 9.4.2 食品零售市场规模
 - 9.4.3 食品行业经济效益
 - 9.4.4 食品行业产销状况
 - 9.4.5 食品消费价格指数
 - 9.4.6 食品行业销售渠道
 - 9.4.7 食品工业发展趋势
- 9.5 化妆品市场
 - 9.5.1 化妆品市场发展规模
 - 9.5.2 化妆品零售市场规模
 - 9.5.3 化妆品市场销售渠道
 - 9.5.4 化妆品零售市场特征
 - 9.5.5 化妆品电商市场格局
 - 9.5.6 化妆品零售市场趋势

第十章 2017-2022年中国重点城市零售行业发展状况

- 10.1 北京市
 - 10.1.1 经济总体运行状况
 - 10.1.2 社会消费品零售额
 - 10.1.3 零售企业经营状况

- 10.1.4 购物中心发展状况
- 10.1.5 百货业态转型发展
- 10.1.6 首店经济发展态势
- 10.1.7 行业未来发展趋势
- 10.2 上海市
 - 10.2.1 经济总体运行状况
 - 10.2.2 社会消费品零售额
 - 10.2.3 居民消费价格水平
 - 10.2.4 消费市场发展特征
 - 10.2.5 购物中心开业状况
 - 10.2.6 首店经济发展态势
- 10.3 广州市
 - 10.3.1 经济总体运行状况
 - 10.3.2 社会消费品零售额
 - 10.3.3 零售市场发展特征
 - 10.3.4 零售市场租金指数
 - 10.3.5 商圈空置状况分析
- 10.4 深圳市
 - 10.4.1 经济总体运行状况
 - 10.4.2 社会消费品零售额
 - 10.4.3 居民消费价格水平
 - 10.4.4 商圈体量发展分析
 - 10.4.5 零售市场租金状况
 - 10.4.6 首店经济发展态势
- 10.5 成都市
 - 10.5.1 经济总体运行状况
 - 10.5.2 零售市场发展现状
 - 10.5.3 购物中心发展规模
 - 10.5.4 首店经济发展态势
- 10.6 其他城市
 - 10.6.1 天津市
 - 10.6.2 重庆市

10.6.3 武汉市

第十一章 中国主要零售商业圈分析

11.1 北京主要零售商业圈

11.1.1 王府井商圈

11.1.2 西单商圈

11.1.3 中关村商圈

11.1.4 公主坟商圈

11.1.5 CBD商圈

11.2 上海主要零售商业圈

11.2.1 南京西路商圈

11.2.2 徐家汇商圈

11.2.3 南京东路商圈

11.2.4 陆家嘴商圈

11.2.5 五角场商圈

11.2.6 四川北路商圈

11.3 广州主要零售商业圈

11.3.1 天河路商圈

11.3.2 珠江新城商圈

11.3.3 白云新城商圈

11.3.4 市桥南商圈

11.3.5 万博商圈

11.4 深圳主要零售商业圈

11.4.1 东门商圈

11.4.2 深南中商圈

11.4.3 华强北商圈

11.4.4 南山商圈

11.4.5 宝安中心商圈

11.5 武汉主要零售商业圈

11.5.1 武广商圈

11.5.2 江汉路商圈

11.5.3 汉正街商圈

11.5.4 街道口商圈

11.5.5 光谷商圈

11.5.6 徐东商圈

第十二章 2017-2022年中国零售业电子商务发展分析

12.1 2017-2022年电子商务发展状况分析

12.1.1 电子商务基本概述

12.1.2 电子商务政策环境

12.1.3 电子商务交易规模

12.1.4 电子签名市场规模

12.1.5 电商零售市场份额

12.1.6 电商未来发展趋势

12.2 零售业电子商务行业发展状况分析

12.2.1 行业发展现状

12.2.2 企业发展状况

12.2.3 内在机制效应

12.2.4 行业发展对策

12.2.5 行业发展趋势

12.3 电子商务环境下的传统零售业发展分析

12.3.1 发展现状

12.3.2 发展对策

12.3.3 典型案例

12.4 2017-2022年中国网络零售发展状况分析

12.4.1 网络零售市场规模

12.4.2 网络零售市场份额

12.4.3 网络零售区域布局

12.4.4 网络零售店铺规模

12.4.5 网络购物用户规模

12.4.6 网络购物用户分布

12.4.7 农村网络零售发展

12.4.8 跨境电商零售发展

第十三章 中国重点零售企业运营状况分析

13.1 苏宁易购集团股份有限公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 经营效益分析

13.1.3 业务经营分析

13.1.4 财务状况分析

13.1.5 核心竞争力分析

13.1.6 未来前景展望

13.2 王府井集团股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.2.5 核心竞争力分析

13.2.6 公司发展战略

13.3 上海新世界股份有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.3.5 核心竞争力分析

13.3.6 公司发展战略

13.4 广州市广百股份有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营效益分析

13.4.3 业务经营分析

13.4.4 财务状况分析

13.4.5 核心竞争力分析

13.4.6 未来前景展望

13.5 重庆百货大楼股份有限公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营效益分析

- 13.5.3 业务经营分析
- 13.5.4 财务状况分析
- 13.5.5 核心竞争力分析
- 13.5.6 公司发展战略
- 13.6 大连友谊（集团）股份有限公司
- 13.6.1 企业发展概况
- 13.6.2 经营效益分析
- 13.6.3 业务经营分析
- 13.6.4 财务状况分析
- 13.6.5 核心竞争力分析
- 13.6.6 未来前景展望

第十四章 中国零售业面临的挑战及发展建议

- 14.1 传统零售业SWOT分析及发展建议
 - 14.1.1 传统零售业自身的优势
 - 14.1.2 传统零售业发展的劣势
 - 14.1.3 传统零售业发展的机会
 - 14.1.4 传统零售业面临的挑战
 - 14.1.5 传统零售业的发展对策
- 14.2 百货零售业面临的问题及发展建议
 - 14.2.1 百货零售业发展地位
 - 14.2.2 百货零售业发展问题
 - 14.2.3 百货零售业发展建议
 - 14.2.4 百货零售业发展方向
- 14.3 新零售时代下的零售业面临的挑战及对策
 - 14.3.1 新零售时代零售业面临的机遇
 - 14.3.2 新零售时代零售业的发展问题
 - 14.3.3 新零售时代零售业面临的挑战
 - 14.3.4 新零售时代零售业的竞争优势
 - 14.3.5 新零售时代零售业的发展对策
- 14.4 中国零售行业发展问题分析
 - 14.4.1 经营成本持续攀升

- 14.4.2 发展布局亟待优化
- 14.4.3 创新基础仍待夯实
- 14.4.4 人才培养急需加强
- 14.5 中国实体零售业转型升级路径与对策
- 14.5.1 实体零售发展优劣势
- 14.5.2 实体零售转型制约因素
- 14.5.3 实体零售业转型导向
- 14.5.4 实体零售业转型建议

第十五章 零售业政策方向及规划建议

- 15.1 中国零售业的行业管理体系解析
- 15.1.1 行业主管部门
- 15.1.2 行业主要法规（）
- 15.1.3 行业主要政策
- 15.2 中国零售行业相关新政策解析
- 15.2.1 新中国电子零售商务法
- 15.2.2 促进跨境电商零售发展
- 15.2.3 引导平台经济健康发展
- 15.2.4 发展流通促进商业消费
- 15.2.5 促零售消费24项新举措
- 15.3 我国促进零售业发展的政策措施
- 15.3.1 建立健全商业法律体系
- 15.3.2 协调引导多方融合发展
- 15.3.3 绿色理念指导零售创新
- 15.3.4 加快零售行业改革步伐
- 15.4 中国零售业发展规划探析
- 15.4.1 “十三五”发展规划纲要
- 15.4.2 商贸物流“十三五”规划

图表目录

图表1 2020年GDP初步核算数据

图表2 2017-2022年全国快递服务企业业务收入

图表3 2017-2022年全国快递服务企业业务量及增速

图表4 消费者倾向购买国产品牌及原因占比

图表5 倾向购买国货消费者性别及城市级别占比

图表6 2017-2022年中国社会消费品零售总额

图表7 2020年中国社会消费品零售额月度同比增速

图表8 2020年中国社会消费品零售总额主要数据

图表9 2017-2022年中国社会消费品零售总额月度增速

图表10 2020年中国社会消费品零售总额主要数据

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418062.html>