

2024-2030年中国新零售行业 前景展望与战略咨询报告

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战略咨询报告》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/202401/439085.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

零售业是指通过买卖形式将工农业生产者生产的产品直接售给居民作为生活消费用或售给社会集团供公共消费用的商品销售行业。 中企顾问网发布的《2024-2030年中国新零售行业前景展望与战略咨询报告》共十三章。首先介绍了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 中国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 零售市场发展规模 1.1.3 零售市场竞争格局 1.2 中国零售行业运行现状 1.2.1 零售行业企业规模 1.2.2 零售市场发展规模 1.2.3 大型企业运行情况 1.2.4 主要品类市场表现 1.2.5 主要业态市场规模 1.2.6 零售业社会贡献度 1.3 中国零售行业企业经营效益 1.3.1 资产规模 1.3.2 盈利能力 1.3.3 成本费用 1.3.4 劳动效率 1.4 中国零售市场发展现状特征 1.4.1 总体规模平稳增长 1.4.2 新兴业态增长明显 1.4.3 消费升级态势良好 1.4.4 衣食住行消费增长 1.4.5 餐饮消费表现亮眼 1.4.6 区域市场结构优化 1.5 中国零售市场格局分析 1.5.1 实体零售式微 1.5.2 电商冲击明显 1.5.3 境外消费增长 1.6 中国零售行业转型升级分析 1.6.1 数字化程度提高 1.6.2 零售结构升级 1.6.3 品牌化程度提高 1.6.4 支付方式转变 1.7 中国零售行业发展存在的问题 1.7.1 经营模式待升级 1.7.2 商业布局待优化 1.7.3 企业经营成本高 1.7.4 大数据应用不足 1.7.5 市场秩序待完善 1.8 中国零售行业发展建议 1.8.1 发挥政策引导 1.8.2 维护市场秩序 1.8.3 减轻企业负担 1.8.4 强化金融支持 1.8.5 建设公共服务 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 新零售的特点 2.1.3 新零售的本质 2.1.4 新零售的时代来临 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 新零售的创新要点 2.3.1 角色主体换位 2.3.2 内容产出创新 2.3.3 组织形态创新 2.3.4 活动关系转变 2.3.5 经营理念创新 2.4 新零售的重要意义 2.4.1 改变商贸流通领域 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 2.4.5 推动宏观经济发展 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 2022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 社消零总额 3.1.3 居民可支配收入 3.1.4 居民消费支出 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 消费特点分析 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 消费分期观念深入人心 3.4.3 消费金融市场持续增长 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 物流事业快速增长 3.5.3 城市化发展进程 3.5.4 人口流动趋势分析 3.6 政策支持消费升级及产业转型 3.6.1 促进消费推进产业升级 3.6.2 促进实体零售转型 3.6.3 电子商务领域相关政策 3.6.4 商贸物流“十四五”规划

第四章 2022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 零售业云计算发展现状 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 物联网的应用价值 4.4.2 零售物联网重点板块 4.4.3 编码技术的应用 4.4.4 物联网市场规模预测 4.4.5 物联网发展重点预测 4.5 技术集成应用案例——信息化管理平台 4.5.1 数据分析平台 4.5.2 智慧门店管理系统 4.5.3 供应链平台 4.5.4 零售分销信息系统

第五章 2022年中国新零售发展态势分析 5.1 2022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 新零售给零售行业带来的变革 5.2.1 重构与消费者的关系 5.2.2 重新定义商圈 5.2.3 重构消费价值观 5.2.4 重新定义零售价值 5.3 新零售环境下零售渠道格局转变 5.3.1 传统渠道格局转变 5.3.2 零售新物种涌现 5.3.3 自助零售终端兴起 5.3.4 线上线下融合加速 5.4 新零售重点发展方向 5.4.1 购物场景化 5.4.2 生产柔性化 5.4.3 渠道扁平化 5.4.4 消费去中心化 5.4.5 流通便捷化

第六章 2022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 市场面临的环境 6.2.2 行业经营情况 6.2.3 代表企业情况 6.2.4 经营模式转变 6.2.5 涉足其他业态 6.2.6 市场存在的问题 6.2.7 市场发展建议 6.3 零售连锁 6.3.1 行业经营情况 6.3.2 连锁百强企业特征 6.3.3 市场竞争格局 6.3.4 区域发展格局 6.4 超市 6.4.1 超市发展历程 6.4.2 行业经营情况 6.4.3 行业盈利水平 6.4.4 未来发展路径 6.5 购物中心 6.5.1 市场发展历程 6.5.2 市场规模现状 6.5.3 市场分布格局 6.5.4 市场发展指数 6.5.5 业态布局分析 6.5.6 运营模式转变 6.5.7 未来发展趋势 6.6 便利店 6.6.1 市场发展规模 6.6.2 市场格局分布 6.6.3 营业成本分析 6.6.4 市场面临的挑战 6.6.5 市场发展趋势 6.7 仓储会员店 6.7.1 仓储会员店市场优势 6.7.2 全球市场发展规模 6.7.3 仓储会员店经营模式 6.7.4 仓储会员店电商市场 6.7.5 仓储式会员店市场增速 6.8 传统零售渠道升级趋势 6.8.1 百货业态升级 6.8.2 拓展奥莱市场 6.8.3 布局便利店 6.8.4 重视生鲜业态 6.8.5 拓展自营品牌

第七章 2022年中国新零售环境下电商渠道发展及变革 7.1 中国网络零售市场运行现状 7.1.1 网络零售市场规模 7.1.2 市场竞争格局分析 7.1.3 电子商务用户规模 7.1.4 主要品类线上渗透率 7.1.5 电商在零售业

的地位 7.2 电子商务市场环境发生的变化 7.2.1 市场增速放缓 7.2.2 市场竞争加剧 7.2.3 消费需求转变 7.3 中国网络零售市场现状特点分析 7.3.1 互联网品牌壮大 7.3.2 线上线下融合 7.3.3 营销模式创新 7.3.4 新技术推动行业升级 7.4 2022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 主流模式分析 7.4.3 市场现状特征 7.4.4 跨境电商的意义 7.5 2022年中国移动电商市场运行分析 7.5.1 市场发展规模 7.5.2 市场参与主体 7.5.3 存在的问题分析 7.6 2018-2022年中国淘品牌发展分析 7.6.1 重点领域分析 7.6.2 市场特征现状

第八章 2022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 零售市场结构转变 8.1.2 获客成本发展逆转 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 融合趋势 8.4 线上线下融合企业布局动态 8.4.1 线下企业触网回顾 8.4.2 线下企业近期动态 8.4.3 线上资本抢占线下 8.4.4 国外零售巨头动态

第九章 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 超级物种发展历程 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 9.2.4 生鲜超市市场前景 9.3 生鲜速配 9.3.1 生鲜产品市场需求 9.3.2 生鲜电商市场现状 9.3.3 生鲜电商经营模式 9.3.4 企业竞争格局 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 市场前景展望 9.5.4 主流企业介绍 9.5.5 典型案例分析——Amazon go 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 中国物流行业运行分析 10.1.1 物流需求规模 10.1.2 物流费用规模 10.1.3 物流需求结构 10.1.4 行业发展成就 10.1.5 行业景气程度 10.2 物流行业运行体系介绍 10.2.1 物流行业概述 10.2.2 物流产业链介绍 10.2.3 物流平台介绍 10.2.4 物流仓储市场 10.3 中国物流行业存在的问题 10.3.1 专业物流欠发达 10.3.2 自动化水平较低 10.3.3 物流结构不平衡 10.3.4 市场集中度较低 10.4 新零售对物流行业提出的要求 10.4.1 新零售驱动行业变革 10.4.2 数字化的作用 10.4.3 物流规模扩大 10.4.4 物流效率提升 10.4.5 仓配体系优化 10.4.6 物流体系末端扩容 10.4.7 智慧物流建设 10.5 新零售环境下B2B物流发展方向 10.5.1 市场发展机遇 10.5.2 柔性化趋势 10.5.3 仓储智能化 10.5.4 个性化趋势

第十一章 2022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 企业经营业绩 11.1.3 新零售发展战略 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 企业经营业绩 11.2.3 企业业务板块 11.2.4 业务拓展分析 11.2.5 供应链体系 11.2.6 企业经营优势 11.3 天虹股份 11.3.1 天虹业务概况 11.3.2 企业经营业绩 11.3.3 新零售探索路径 11.3.4 构建立体电商 11.3.5 打造O2O闭环 11.4 苏

宁控股 11.4.1 企业经营业绩 11.4.2 企业转型历程 11.4.3 多元化业务布局 11.4.4 布局智慧零售

第十二章 2022年中国新零售领域投资分析 12.1 上市公司在商贸物流领域投资动态分析 12.1.1 投资项目综述 12.1.2 投资区域分布 12.1.3 产业转型分析 12.1.4 投资模式分析 12.1.5 典型投资案例 12.2 零售行业上市公司经营分析 12.2.1 营收规模 12.2.2 行业集中度 12.2.3 行业格局 12.2.4 细分渠道分析 12.2.5 细分领域分析 12.3 零售行业投资动态分析 12.3.1 企业上市动态 12.3.2 行业并购加速 12.3.3 企业并购动态 12.4 零售企业布局消费金融 12.4.1 零售企业消费金融布局动态 12.4.2 消费金融市场发展情况 12.4.3 消费金融对零售企业的积极意义 12.4.4 零售企业开展消费金融的优势

第十三章 中国新零售行业发展前景及趋势预测 13.1 零售行业发展趋势展望 13.1.1 线上线下融合趋势 13.1.2 多业态跨界趋势 13.1.3 社交化场景趋势 13.1.4 智能供应链体系趋势 13.1.5 社区商业发展趋势 13.2 中国零售消费市场发展规模预测 13.2.1 市场规模预测 13.2.2 消费结构预测 13.3 零售领域重点发展方向 13.3.1 食物市场 13.3.2 奢侈品市场 13.3.3 健康市场 13.4 2024-2030年中国零售行业发展预测 13.4.1 中国零售行业发展因素分析 13.4.2 2024-2030年中国商品零售额规模预测 13.4.3 2024-2030年中国网络零售市场规模预测

图表目录 图表：零售行业发展历程 图表：2018-2022年全球零售总额及增速 图表：2018-2022年全球电商零售市场规模及增速 图表：2022年全球零售行业TOP企业 图表：2022年全球零售行业250强区域分布 图表：2022年全球零售行业250强子行业分布 图表：2022年全球主要经济体零售业增速 图表：2018-2022年中国百家重点大型零售企业零售规模增速 图表：2018-2022年中国百家重点大型零售企业零售规模月度增速 图表：2018-2022年零售行业零售额增速（分品类） 图表：2018-2022年中国主要实体零售业态规模增速 图表：2018-2022年零售业吸纳就业数量 图表：2018-2022年中国零售业规模以上大中型企业资产负债情况 图表：2018-2022年中国零售业规模以上大中型企业资产构成 图表：2018-2022年零售业限上大中型企业利润规模 图表：2018-2022年零售业限上大中型企业盈利能力 图表：2018-2022年零售业限上大中型企业成本费用规模 图表：2018-2022年零售业限上大中型企业成本费用相对水平 图表：2022年零售业人均劳效及相关指标增速 图表：2022年限额以上企业各类商品零售额增速 图表：新零售的特点 图表：零售交易涉及的对象 图表：新零售的创新点 图表：推式供应链和拉式供应链模式对比 图表：2022年我国经济增长速度 图表：2022年全国居民人均支出构成 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：2022年初以来我国消费者信心指数走势 图表：大学生分期消费使用意愿 图表：2018-2022年中国互联网消费金融市场交易规模及预测 图表：技术进步发展历程 图表：全球数字经济快速发展 图表：零售与技术结合的发展阶段 图表：新技术为新零售创造的价值 图表：新零售解决方案图解 图表：云计算为零售业大数据分析提供计算基础 图表：2018-2022年中国云计算产业产值规模 图表：2018-2022年中国大数据市场规模及增速 图表

：大数据在零售行业应用价值 图表：大数据打造购物体验 图表：大数据实现商品管理和供应链网络 图表：大数据实现智慧运营 图表：ZARA数据运营模式示意图 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：2024-2030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：2024-2030年全球物联网安装基数预测 图表：全球物联网市场规模预测 图表：思创医惠可视化数据平台 图表：智慧门店系统 图表：智慧仓储系统示意图 图表：供应链与门店管理解决方案 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/439085.html>