

2023-2029年中国新零售行业分析与投资战略咨询报告

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

《2023-2029年中国新零售行业分析与投资战略咨询报告》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/202303/346399.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《2023-2029年中国新零售行业分析与投资战略咨询报告》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——ZARA4.4 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 2019-2022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 go9.6 新奇特门店——宏图三胞Brookstone9.6.1 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 2023-2029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 2023-2029年中国商品零售额规模预测13.4.3 2023-2029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：2019-2022年全球零售总额及增速

图表：2019-2022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：2019-2022年中国百家重点大型零售企业零售规模增速

图表：2019-2022年中国百家重点大型零售企业零售规模月度增速

图表：2019-2022年零售行业零售额增速（分品类）

图表：2019-2022年中国主要实体零售业态规模增速

图表：2019-2022年零售业吸纳就业数量

图表：2019-2022年中国零售业规模以上大中型企业资产负债情况

图表：2019-2022年中国零售业规模以上大中型企业资产构成

图表：2019-2022年零售业限上大中型企业利润规模

图表：2019-2022年零售业限上大中型企业盈利能力

图表：2019-2022年零售业限上大中型企业成本费用规模

图表：2019-2022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：2019-2022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：2019-2022年中国云计算产业产值规模

图表：2019-2022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

表：2023-2029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
：2023-2029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/202303/346399.html>