

2023-2029年中国新零售行业 发展趋势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

《2023-2029年中国新零售行业发展趋势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/202211/325595.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，英文是New Retailing，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，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。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国新零售行业发展趋势与投资战略研究报告》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 2017-2022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 零售市场发展规模

1.1.3 零售电子商务现状

1.1.4 零售市场竞争格局

1.1.5 零售行业发展动态

1.1.6 零售行业发展趋势

1.2 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 百强企业零售规模

1.2.4 百强前十销售规模

1.2.5 百强企业运营效益

1.3 中国零售行业企业经营分析

1.3.1 零售企业数量

- 1.3.2 企业经营状况
- 1.3.3 电商业务分析
- 1.3.4 实体店经营现状
- 1.3.5 企业员工规模
- 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 促进农产品消费

2.4.4 推动企业走出去

第三章 2017-2022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 转型升级态势

3.2 零售业消费环境

3.2.1 消费群体分化偏移

3.2.2 零售消费市场特征

3.2.3 消费内容偏好变化

3.2.4 消费方式各具特征

3.2.5 消费者品牌偏好分析

3.3 消费金融环境

3.3.1 中国消费趋势指数

3.3.2 银行消费贷款规模

3.3.3 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 快递行业规模

3.4.4 城镇化发展水平

3.4.5 人口流动趋势

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 商贸物流发展规划

3.5.4 跨境电商主要政策

3.5.5 电子商务相关法律法规

第四章 2017-2022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 大数据应用价值
 - 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——ZARA
- 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 物联网产业发展趋势

第五章 2017-2022年中国新零售发展态势分析

- 5.1 2017-2022年中国零售市场供需状况
 - 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 区域分布格局
 - 5.2.5 发展效益及成本
 - 5.2.6 行业竞争格局
 - 5.2.7 行业发展热点
 - 5.2.8 重点细分市场
- 5.3 新零售行业消费分析
 - 5.3.1 消费者年龄分布

- 5.3.2 消费者需求偏好
- 5.3.3 消费者价格偏好
- 5.3.4 消费者品牌偏好
- 5.4 新零售重点投资标的情况全解析
 - 5.4.1 苏宁易购
 - 5.4.2 永辉超市
 - 5.4.3 值得买
 - 5.4.4 星期六
- 5.5 新零售给零售行业带来的变革
 - 5.5.1 重构与消费者的关系
 - 5.5.2 重新定义商圈
 - 5.5.3 重构消费价值观
 - 5.5.4 重新定义零售价值
- 5.6 新零售环境下零售渠道格局转变
 - 5.6.1 传统渠道格局转变
 - 5.6.2 零售新物种涌现
 - 5.6.3 自助零售终端兴起
 - 5.6.4 线上线下融合加速
- 5.7 新零售重点发展方向
 - 5.7.1 零售业态迭代升级
 - 5.7.2 新供应链去中间化
 - 5.7.3 新渠道去人工化
 - 5.7.4 新流量即时到家
 - 5.7.5 新零售发展趋势

第六章 2017-2022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 行业总体运行状况

6.2.2 全渠道融合发展

6.2.3 百货行业发展动态

6.2.4 百货深耕私域流量

6.2.5 强化线下场景体验

6.2.6 百货业发展问题

6.2.7 百货业发展建议

6.2.8 百货业影响

6.2.9 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 区域龙头经营状况

6.3.3 企业转型发展策略

6.3.4 连锁企业发展展望

6.4 超市

6.4.1 超市行业发展现状

6.4.2 百强企业经营分析

6.4.3 超市区域竞争格局

6.4.4 超市卖场集中度

6.4.5 企业新零售布局动态

6.4.6 超市行业转型升级

6.4.7 行业未来发展趋势

6.5 购物中心

6.5.1 综合发展力指数

6.5.2 开业规模现状

6.5.3 区域发展格局

6.5.4 商业体量分析

6.5.5 市场竞争状况

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 盈利能力分析
- 6.6.5 企业融资情况
- 6.6.6 行业影响
- 6.6.7 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 2017-2022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 商业模式创新
 - 7.1.3 消费需求转变
- 7.2 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 B2B电商交易规模
 - 7.2.3 网络零售市场规模
- 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 农村电商发展特点
 - 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 市场发展规模

7.4.2 市场运行态势

7.4.3 发展意义分析

7.4.4 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

7.5.5 未来发展趋势

第八章 2017-2022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 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

8.1.4 线上线下融合动力

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 2017-2022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 超级物种市场规模
- 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 新零售生鲜盈利模式

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 市场发展现状
- 9.5.4 主要业态分析
- 9.5.5 企业布局动态
- 9.5.6 发展趋势展望

第十章 2017-2022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 2017-2022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 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 新零售物流平台运营策略

10.3.5 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 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 发展战略

11.1.3 投资布局

11.1.4 合作动态

11.1.5 企业经营状况分析

11.1.6 未来前景展望

11.2 永辉超市

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 业务发展

11.2.3 经营效益分析

11.2.4 业务经营分析

11.2.5 财务状况分析

11.2.6 公司发展战略

11.3 京东

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 业务板块

11.3.3 布局动态

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 公司发展战略

11.3.6 未来前景展望

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

11.5 苏宁易购

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 布局动态

11.5.3 经营效益分析

- 11.5.4 业务经营分析
- 11.5.5 财务状况分析
- 11.5.6 核心竞争力分析

第十二章 2017-2022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 新零售投融资规模
- 12.3.2 新零售投融资领域
- 12.3.3 新零售投融资动态
- 12.3.4 社交新零售投融资

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 开展消费金融对策分析

12.5 2023-2029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
- 12.5.5 行业总体投资策略

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 零售业发展态势
 - 13.1.2 零售业发展目标
 - 13.1.3 零售产业链融合趋势
 - 13.1.4 高端零售发展前景
 - 13.1.5 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 2023-2029年中国新零售行业预测分析
 - 13.3.1 2023-2029年中国新零售行业影响因素分析
 - 13.3.2 2023-2029年中国网络零售额预测

图表目录

- 图表1 全球零售业发展的“四次革命”
 - 图表2 2023-2029年全球零售销售额及预测
 - 图表3 2022年全球零售品牌前10强
 - 图表4 2017-2022年印度电子商务交易额及同比增长率数据图
 - 图表5 2017-2022年泰国电子商务交易额及同比增长率数据图
 - 图表6 2017-2022年日本电子商务交易额及同比增长率数据图
 - 图表7 2017-2022年新加坡电子商务交易额及同比增长数据图
 - 图表8 2017-2022年韩国电子交易额同比增长率数据图
 - 图表9 2017-2022年英国电子商务交易额及同比增长率数据图
 - 图表10 2017-2022年法国电子商务交易额及同比增长率数据图
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202211/325595.html>