

2024-2029年中国零售行业全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

随着人工智能、机器视觉等新兴技术的逐渐成熟，加上国内全球领先的移动支付态势，以无人零售为代表的新零售受到各大电商平台及知名品牌的关注。无人商店俨然已成为全球零售业的一种新趋势，阿里等传统零售业巨头开始尝试无人商店模式，一些中小型创业公司凭借其较业内领先的人工智能技术也崭露头角。继共享单车之后，无人商店有望成为下一个爆炸性新兴业态。

与无人零售商店行业关联最密切的是其上游行业。无人零售商店行业的上游主要是信息技术行业、智能运输行业、零售产品行业(日常用品、食物等)等。

中国传统零售业整体萧条疲软，行业转型迫在眉睫，“无人零售”作为新零售探索下的新型业态，不仅能够节约土地和人力成本，还能将销售渗透到人们日常的碎片化消费场景中，获得相应消费数据以此精准把握用户需求，布局新兴渠道，为品牌商和渠道商等供应链端提供参考依据，实现良性的生态循环。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国零售行业协会、51行业报告网、中国海关总署全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国零售行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国零售行业发展状况和特点，以及中国零售行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球零售行业发展态势作了详细分析，并对零售行业进行了趋向研判，是零售行业生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前零售行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 零售行业发展概述

第一节 零售行业的相关概述

一、零售行业的基本概念

二、零售行业模式的发展

三、零售行业模式的多元化

四、零售行业的优势分析

第二节 零售业整体情况概述

一、零售业在国民经济中的地位

二、中国零售行业发展情况概述

三、中国大型零售企业销售特点

第三节 零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国零售行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

一、全球宏观经济形势

二、全球贸易环境

三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节 中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况分析

二、消费价格指数cpi、ppi分析

三、全国居民收入情况解读

四、社会消费品零售总额分析

五、工业发展形势走势

六、固定资产投资情况

七、对外贸易进出口分析

八、宏观经济环境对行业的影响

第三节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育情况分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

五、生态环境分析

六、居民消费观念和习惯分析

七、社会环境对行业的影响

第四节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业未来规划

第三章 全球零售行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球零售行业发展分析

一、全球零售行业的发展概况及特点

二、全球零售市场结构

三、全球零售行业竞争格局

四、全球零售市场区域分布

第二节 全球主要市场发展情况分析

一、美国零售发展现状

二、日本零售发展现状

三、英国零售发展现状

第三节 全球知名零售企业分析

一、cvs caremark公司发展分析

二、美国国家得宝公司发展分析

三、沃尔格林发展分析

第四节 国外零售行业发展经验借鉴

一、国外零售行业经营模式借鉴

二、国外零售行业渠道模式借鉴

三、国外零售行业发展特点总结

第二部分 行业深度分析

第四章 中国零售行业运行现状分析

第一节 中国零售行业发展现状分析

一、行业发展阶段

二、行业发展总体概况

三、行业发展特点分析

四、行业发展存在的问题分析

五、行业问题解决建议

第二节 2019-2023年零售行业市场运行现状

一、行业市场规模分析

二、行业资产规模分析

三、行业市场发展特点

第三节 2019-2023年零售行业经营情况

一、行业工业产值分析

二、行业零售总额分析

三、行业利润总额分析

第四节 2019-2023年中国零售行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第五节 零售业信息化发展分析

- 一、中国零售业信息化的发展概况
- 二、零售创新需要进行信息化建设
- 三、零售业靠信息化打造时代竞争力
- 四、零售信息化必须进行深度挖掘
- 五、零售企业的信息化的商业模式
- 六、中国零售业的信息化的发展趋势
- 七、零售业信息化将开始重大转型

第六节 零售业消费者行为分析

- 一、中国零售消费者行为特点分析
- 二、网络零售消费者行为特点分析
- 三、基于消费者行为零售营销创新
- 四、零售商业卖场设计与消费心理

第五章 新零售发展模式及现状

第一节 新零售的发展概况

- 一、新零售的定义及内涵
- 二、新零售的新思维
- 三、新零售与传统零售的区别

第二节 新零售产业发展背景

- 一、消费升级
- 二、线上线下融合发展
- 三、传统零售面临转型升级
- 四、消费体验倒逼产业技术升级

第三节 中国新零售行业商业模式分析

- 一、阿里系新零售商业模式分析

二、京东系新零售商业模式分析

三、两种线路带给新零售行业的启示

第四节 中国新零售产业发展现状

一、主要巨头布局现状

二、传统零售企业布局新零售的投资规模

三、互联网企业布局新零售的投资规模

四、中国新零售产业竞争格局分析

第五节 新零售生态系统构建分析

一、大数据行业发展分析

二、移动支付行业发展分析

三、物流行业发展分析

四、金融行业发展分析

五、供应链行业发展分析

六、物联网行业发展分析

第六节 新零售带来的影响分析

一、新零售对夫妻店、社区店的影响

二、新零售对商超、便利店的影响

三、新零售对购物中心、百货商场的的影响

第七节 新零售在各个消费领域的应用情况

一、零售业

二、生鲜

三、纺织服装

四、食品饮料

五、家电

六、旅游

七、医药

八、家居

九、母婴

十、化妆品

第八节 新零售成功案例分析

一、盒马鲜生

二、京东便利店

三、天猫小店

第九节 新零售的发展机遇分析

一、政策支持

二、消费需求拉动

三、市场竞争加剧

四、信息技术带来的福利

第十节 新零售行业发展趋势及前景

一、新零售行业发展趋势

二、新零售行业投资规模预测

三、新零售行业市场空间预测

第三部分 市场全景调研

第六章 零售行业市场营销分析

第一节 零售行业营销理念分析

一、渠道价值理念

二、消费价值理念

三、品牌价值理念

第二节 零售行业经营业态分析

一、百货公司

二、超市

三、便利店、折扣店

四、大型购物中心与大卖场

五、无店铺零售

第三节 零售行业营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第四节 零售行业营销策略分析

一、目标市场策略

二、产品策略

1、价格策略

2、渠道策略

3、促销策略

4、自由品牌策略

三、服务营销策略

第五节 零售业营销需要面对的五大挑战

一、传播渠道分散化，传统媒体话语权旁落

二、受众阅读时间碎片化，阅读趣味难把握

三、传播节奏加速，热点难持久

四、热点事件随机化，传统权威边缘化

五、舆情导向复杂化，价值判断多元化

第七章 中国零售业发展态势分析

第一节 中国零售行业发展态势

一、中国零售业发展概述

二、零售业融资事件回顾

三、零售业开闭店情况分析

四、主要零售商市场份额

五、零售行业子业态所处竞争格局

第二节 中国零售企业发展态势

一、零售行业并购重组分析

三、零售企业上市情况分析

四、外资零售企业遭遇挫折

五、本土零售企业市场动态

第三节 三四线市场零售业分析

一、三四线市场消费需求分析

二、三四线区域零售市场现状

三、三四线市场商业成本分析

四、三四线市场零售经营策略

第四节 民营零售企业成长瓶颈

一、民营企业的转型之痛

二、民营企业的转型思路

三、民营企业的应对策略

第五节 农村零售行业发展现状

一、中国农村零售业发展的特点

- 二、中国发展农村零售业的必要性
- 三、中国农村零售业现存业态模式
- 四、中国农村零售业业态创新措施
- 五、中国农村零售业连锁经营优势

第四部分 行业竞争格局

第八章 零售行业竞争分析

第一节 行业五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业swot分析

- 一、行业发展优势
- 二、行业发展劣势
- 三、行业发展机会
- 四、行业发展威胁

第三节 零售行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第四节 中国零售行业竞争格局综述

- 一、行业品牌竞争格局
- 二、行业企业竞争格局

三、行业产品竞争格局

第五节 零售行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第九章 零售行业领先企业分析

第一节 屈臣氏集团(香港)有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第二节 苏宁易购集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第三节 国美控股集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第四节 华润创业有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第五节 北京京东世纪贸易有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第六节 牛奶国际控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第七节 周大福珠宝金行有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第八节 上海百联集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第九节 统一企业超商股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道分析

五、企业品牌定位分析

六、企业发展战略分析

第十节 百丽国际控股有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主营产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业品牌定位分析
- 六、企业发展战略分析

第五部分 投资发展前景

第十章 2024-2029年零售行业投资发展前景

第一节 中国零售行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业盈利模式分析
- 三、影响行业的盈利因素分析

第二节 2024-2029年零售行业投资机会分析

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第三节 2024-2029年零售行业发展前景分析

- 一、行业发展趋势分析
 - 1、注重提升商品和服务品质
 - 2、“互联网+”提升人性化购物体验
 - 3、高颜值+高性价比品牌将更受青睐
 - 4、品牌上新速度将加快
 - 5、充分利用共享经济整合增效
- 二、行业细分行业发展前景

1、食品零售行业发展前景

2、医药零售行业发展前景

3、服装零售行业发展前景

4、家电零售行业发展前景

5、日化用品零售行业发展前景

三、2024-2029年零售行业发展前景预测

1、2024-2029年零售行业零售总额预测

2、2024-2029年零售行业线上交易规模预测

第四节 2024-2029年零售业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、产业政策风险

三、市场竞争分析

四、经营风险分析

第五节 2024-2029年零售业投资策略分析

一、零售行业整体投资策略

二、商业零售行业经营策略

三、开拓网络市场策略分析

四、把握行业并购扩张机遇

第十一章 零售行业面临的机遇与挑战

第一节 零售行业面临的机遇分析

一、互联网+

二、“一带一路”

三、智能化数据时代

第二节 中国零售行业面临的挑战及对策

一、消费者更注重精神需求

二、客流两极化明显

三、线下消费者进店购物目的性较弱

第三节 零售品牌颜值提升途径

一、商品所陈列环境

二、商品组合提供场景式消费

三、增加与消费者互动

四、品牌宣传

第六部分 发展战略研究

第十二章 零售行业投资发展战略研究

第一节 中国零售企业发展策略分析

一、人才策略分析

二、客户服务策略

三、管理策略分析

四、执行策略分析

五、蓝海策略分析

六、拦截攻略分析

第二节 零售渠道与终端布局策略

一、终端陷阱分析

二、发展契机分析

三、突破之路分析

第三节 零售业提高品牌忠诚度策略

一、打造核心能力

二、提供优质服务

三、培养忠诚员工

第四节 网络时代的零售企业危机公关

一、企业危机公关难点分析

二、企业危机管理成本策略

三、危机公关的非理性冲突

四、降低企业风险策略分析

第五节 同业态零售商业企业竞合策略

一、零售企业实力较量主要手段

二、零售业非价格竞争主要策略

三、同业态企业的竞争合作策略

第六节 零售终端供应商联盟战略分析

一、零售终端与供应商关系分析

二、创造合作文化氛围策略分析

三、建立相适应的组织结构策略

四、在竞争合作中增强学习能力

第七节 零售行业投资战略及建议

一、2024-2029年零售企业投资战略

二、2024-2029年行业投资方式建议

三、2024-2029年行业投资方向建议

图表目录

图表：零售行业产品的分类结构

图表：零售行业成长周期图

图表：2019-2023年gdp初步核算数据

图表：gdp环比和同比增长速度

图表：2019-2023年中国gdp季度累计增长图

图表：2015 -2019-2023年中国消费价格指数增长趋势图

图表：2019-2023年中国居民人均收入情况

图表：2019-2023年中国居民恩格尔系数情况

图表：2019-2023年中国居民可支配收入情况

图表：2019-2023年中国对外贸易进出口情况

图表：零售行业全球市场规模

图表：2019-2023年零售行业区域集中度

图表：2019-2023年零售行业企业集中度

图表：2019-2023年零售行业市场集中度

图表：2019-2023年行业市场结构

图表：2019-2023年零售行业企业数量

图表：2024-2029年零售行业市场规模预测

图表：2024-2029年零售行业销售收入预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20190411/115069.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)