

2024-2029年中国零售O2O行业全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

升级为服务性电商模式，包括商品(服务)、下单、支付等流程，把之前电商模块变得更加高频、生活化。由于传统服务行业效率低，劳动力消化不足，在新模式的推动和资本的催化下，O2O开始迅速发展。滴滴打车、网购订餐、上门生鲜、上门化妆等各种O2O模式层出不穷。在这个阶段，用户的使用频率和忠诚度上升。在线支付的功能开始与零售业、餐饮业和交通业联系起来，O2O与用户的日常生活开始融合，逐渐变得密不可分。

线上+线下=完整市场，线上与线下的紧密结合才是未来一个完成的市场概念;传统企业不停的触电，已不简单的涉及快消、鞋服，电子商务已经扩展到更广泛的领域;国内互联网市场有良好的市场空间跟政策基础，电商行业格局已经趋于清晰，消费者趋于成熟。未来企业在发展战略中电商体系的建设将决定企业的生死;互联网企业向下延生、传统企业向上延生，都是因为需求市场的变化，O2O其实就是两线并和的一种手段。未来的经济市场将不在两线独立，而更多的是融合互通。消费者的需求决定了市场的发展及市场业态的变化，国内的消费主体已是E时代的80后未来的市场业态中能融合好线上线下资源的企业及渠道商才会是真正的胜利者。

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、中国连锁经营协会、中国百货商业协会、CCFA官网、中国零售网、联商网、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O2O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O2O行业发展状况和特点，以及中国零售O2O行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球零售O2O行业发展态势作了详细分析，并对零售O2O行业进行了趋向研判，是零售O2O生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前零售O2O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o2o行业发展综述

第一节 零售o2o行业定义及特征

一、零售o2o行业定义

二、零售o2o行业特征

三、零售o2o行业发展历程

第二节 零售o2o行业关联产业分析

一、物流行业发展现状及前景分析

二、电子商务行业发展现状及前景分析

三、互联网行业发展现状及前景分析

第二章 中国零售o2o行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球宏观经济环境

二、国家宏观经济环境

三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

一、行业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

第四节 技术环境分析

一、it技术发展分析

二、LBS技术发展分析

三、技术发展趋势分析

第三章 国际零售o2o行业发展分析及经验借鉴

第一节 西方零售业的变革

一、百货商店的诞生

二、连锁商店的兴起

三、超级市场的诞生

四、信息技术的促进

第二节 全球零售o2o市场总体情况分析

- 一、全球零售o2o市场结构
- 二、全球零售o2o行业发展分析
- 三、全球零售o2o行业竞争格局

第三节 美国零售o2o行业发展经验借鉴

- 一、美国零售o2o行业发展历程及现状
- 二、美国零售o2o行业成功案例分析
- 三、美国零售o2o行业发展趋势预测
- 四、美国零售o2o行业对中国的启示

第四节 零售o2o行业发展经验借鉴

- 一、欧洲零售o2o行业发展历程及现状
- 二、欧洲零售o2o行业成功案例分析
- 三、欧洲零售o2o行业发展趋势预测
- 四、欧洲零售o2o行业对中国的启示

第二部分 市场深度分析

第四章 中国零售o2o行业运行现状分析

第一节 中国零售o2o行业发展现状分析

- 一、中国零售o2o行业发展阶段
- 二、中国零售o2o行业发展总体概况
- 三、中国零售o2o行业发展特点分析
- 四、中国零售o2o行业存在的问题

第二节 2019-2023年零售o2o行业运行状况分析

- 一、中国零售o2o行业发展趋势
- 二、中国零售o2o行业发展模式

三、中国零售o2o企业发展分析

四、中国零售o2o行业品牌发展分析

第三节 2019-2023年零售o2o市场情况分析

一、中国零售o2o市场规模分析

二、中国零售o2o经营产品分析

三、中国零售o2o市场发展趋势分析

四、中国零售o2o行业产品市场结构分析

五、中国零售o2o行业市场集中度分析

第四节 中国零售o2o消费者行为影响因素分析

一、品牌

二、购买渠道

三、产品质量

四、产品价格

第五章 中国零售o2o行业细分市场分析

第一节 2019-2023年食品零售o2o行业发展分析

一、中国食品零售o2o企业数量及分布

二、中国食品零售o2o市场规模分析

三、中国食品零售o2o行业发展趋势分析

第二节 2019-2023年日化用品零售o2o行业发展分析

一、中国日化用品零售o2o企业数量及分布

二、中国日化用品零售o2o市场规模分析

三、中国日化用品零售o2o行业发展趋势分析

第三节 2019-2023年服装零售o2o行业发展分析

一、中国服装零售o2o企业数量及分布

二、中国服装零售o2o市场规模分析

三、中国服装零售o2o行业发展趋势分析

第四节 2019-2023年化妆品零售o2o行业发展分析

一、中国化妆品零售o2o企业数量及分布

二、中国化妆品零售o2o市场规模分析

三、中国化妆品零售o2o行业发展趋势分析

第六章 零售o2o行业面临的机遇与挑战

第一节 零售o2o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o2o面临的挑战及对策

一、线上线下利益分配问题

二、o2o闭环难题

三、零售o2o行业发展建议

第三部分 竞争格局分析

第七章 零售o2o市场竞争格局及集中度分析

第一节 零售o2o行业国际竞争格局分析

一、国际零售o2o企业竞争分析

二、国际零售o2o市场竞争分析

三、国际零售o2o市场集中度分析

四、国际零售o2o重点企业竞争力分析

第二节 国内零售o2o行业竞争结构分析

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

第三节 零售o2o行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、市场集中度分析

三、产品集中度分析

第四节 零售o2o品牌竞争状况分析

一、国内o2o行业主要品牌

二、外资零售o2o主要品牌

三、国内零售o2o行业swot分析

第八章 零售o2o行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域分布特点分析

二、行业规模指标区域分布分析

三、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区零售o2o行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、行业发展前景预测

三、行业主要细分市场分析

第三节 华南地区零售o2o行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、行业发展前景预测

三、行业主要城市发展分析

第四节 华中地区零售o2o行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、行业优势情况

三、行业发展前景分析

第五节 华北地区零售o2o行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、行业发展优势分析

三、行业主要集中地分析

第六节 西南地区零售o2o行业发展分析

一、主要市场分析

二、行业存在问题

第七节 东北地区零售o2o行业发展分析

一、行业主要企业发展分析

二、行业发展现状分析

第九章 中国零售o2o行业重点企业经营分析

第一节 优衣库

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第二节 砖石小鸟

一、企业概况

- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第三节 美特斯邦威

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第四节 海尔

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第五节 苏宁云商

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第六节 银泰

- 一、企业概况

- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第七节 万达

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第八节 美乐乐

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第九节 京东

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第十节 大润发

- 一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四部分 发展前景展望

第十章 2024-2029年零售o2o行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年零售o2o市场发展前景

一、零售o2o市场发展潜力

二、零售o2o市场发展前景展望

三、零售o2o细分市场发展前景分析

第二节 2024-2029年零售o2o市场发展趋势预测

一、零售o2o行业技术发展趋势分析

二、零售o2o行业市场规模预测

三、零售o2o行业细分市场发展趋势预测

第十一章 2024-2029年零售o2o行业投资发展战略

第一节 中国零售o2o行业投资特性分析

一、零售o2o行业进入壁垒分析

二、零售o2o行业盈利模式分析

三、影响零售o2o行业的盈利因素分析

第二节 中国零售o2o行业投资情况分析

一、零售o2o行业总体投资及结构

二、零售o2o行业投资规模情况

三、零售o2o行业投资项目分析

第三节 中国零售o2o行业投资风险

- 一、零售o2o行业政策险
- 二、零售o2o行业关联产业风险
- 三、零售o2o行业技术风险
- 四、零售o2o行业其他风险

第四节 零售o2o行业投资机会

- 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

第五节 零售o2o行业投资战略研究

- 一、2019-2023年零售o2o企业投资战略
- 二、2024-2029年零售o2o行业投资战略
- 三、2024-2029年细分行业投资战略

图表目录

- 图表：零售o2o行业产品的分类结构
- 图表：零售o2o行业成长周期图
- 图表：2019-2023年中国gdp累计增长图
- 图表：2019-2023年中国零售o2o市场规模分析
- 图表：2019-2023年中国零售o2o行业产品市场结构分析
- 图表：2019-2023年中国食品零售o2o企业数量及分布
- 图表：2019-2023年中国食品零售o2o市场规模分析
- 图表：2019-2023年中国日化用品零售o2o企业数量及分布
- 图表：2019-2023年中国日化用品零售o2o市场规模分析
- 图表：2019-2023年中国服装零售o2o企业数量及分布
- 图表：2019-2023年中国服装零售o2o市场规模分析

图表：2019-2023年中国化妆品零售o2o企业数量及分布

图表：2019-2023年中国化妆品零售o2o市场规模分析

图表：2024-2029年零售o2o行业市场规模预测

图表：2024-2029年零售o2o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/20190509/118892.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)