中国零售电商行业“十四五”发展趋势预测及战略咨询报告

报告简介

当前，全球经济正面临着百年未有之变局，十四五期间产业规划的制定，如何把握住确定性的产业发展机会，将是产业规划编制过程中不可回避的重要课题。

十四五时期是推进实现经济社会转型发展、高质量发展，由全面建成小康社会向基本实现社会主义现代化迈进的关键时期，外部环境可能更加复杂，不确定性和挑战更多。2020年作为十三五与十四五的承上启下之年，恰逢新冠疫情全球大流行，世界经济受重创，产业链格局面临重构。从中央到地方，从政府到企业，如何在总结上一个五年的经验教训的基础上，谋划好下一个五年计划的发展，需要有全球视野，集多方智慧，站在历史的新高度把握趋势、洞悉未来。

2020年新冠疫情全球大流行，全球产业链、供应链受重挫，各国产业链正经受着百年未有之变局带来的深刻检验，不论是抗击疫情所需之医疗物质的供给配套，还是在重大灾害面前对于人们生活物资的供给配套，都需要强有力的产业链应急配套能力的支撑。然而，新冠疫情以来，中国的产业链应急配套能力和完善的产业链配套环境与供应链协同支撑能力正向世界展示着中国力量。

“十四五”时期是我国经济社会高质量发展的重要历史性窗口期，是实现全面建成小康社会战略目标，向全面实现社会主义现代化迈进承上启下的关键时期，也是我国面临新常态、新机遇、新挑战、新目标、新任务等一系列新情况新要求的新时期。那么，“十四五”期间我国零售电商行业如何透视现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础呢?

本报告主要依据国家统计局、国务院发展研究中心、国家发改委、国家商务部、中国海关总署、行业相关协会、北京中道泰和信息咨询有限公司、国内外相关刊物的基础信息以及零售电商行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前经济整体发展形势，对新形势下中国零售电商行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、进出口、竞争格局、重点企业等进行了分析及预测，并对“十四五”期间零售电商行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了零售电商行业今后的发展与投资策略，为零售电商行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

注：本报告将保持时实更新，为企业在这瞬息万变的时代提供最新资讯，使企业能及时把握局势的发展，及时调整应对策略。

报告目录

第一部分 行业发展分析

第一章 零售电商行业相关概述

第一节 零售电商行业定义及分类

一、行业界定

二、行业细分

三、研究原则

第二节 零售电商行业发展历程与地位

一、行业发展历程

二、行业在国家经济中的地位

三、行业当前所处发展阶段(历史、企业、产品结构)

第三节 零售电商行业发展特性

一、行业产业特性(增长型/周期型/防守型)

二、国家对该行业的基本政策

三、当前市场容量和消费概况

四、行业金融特性分析

五、产业价值链特征

六、行业技术特征

七、产业关联性特征

八、行业周期特征分析

第四节 中国零售电商行业驱动力分析

一、关键成功因素

二、产业吸引力

三、行业发展空间

第二章 2019-2023年国外零售电商行业发展情况分析

第一节 国际零售电商行业发展情况分析

一、国际零售电商行业发展现状分析

二、国际零售电商行业发展最新动态分析

三、国际零售电商行业发展趋势分析

第二节 主要国家和地区行业发展情况分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

四、其他国家和地区

第三章 2019-2023年我国零售电商行业发展现状分析

第一节 零售电商行业发展基本情况

一、我国零售电商行业发展现状分析

二、我国零售电商行业市场特点分析

三、我国零售电商行业技术发展状况

第二节 2019-2023年行业总体运行情况

一、总体生产情况

二、总体销售情况

三、企业总体经营情况

四、总体进出口情况

五、固定资产投资完成情况分析

六、上下游行业的相关影响

七、本季度行业景气现状及走势预测

第三节 2019-2023年行业热点或焦点问题

第四节 2019-2023年中国零售电商行业存在的问题与风险分析

一、零售电商行业发展面临的困境

二、零售电商行业发展面临的制约

三、零售电商行业发展存在的问题

四、零售电商行业发展存在的风险

第四章 新型冠状病毒对零售电商行业的影响及应对策略

第一节 新型冠状病毒的定义和危害

一、新型冠状病毒定义

二、新型冠状病毒危害

第二节 新型冠状病毒发展情况及趋势

一、全国疫情爆发情况

二、全球疫情发展变化趋势

三、未来疫情发展变化趋势

第三节 新冠肺炎疫情全球蔓延下中国面临的风险、挑战和机遇

一、经济保增长和优化结构面临双重挑战

二、行业发展的挑战和机遇

三、我国产业链发展面临的风险与机遇

四、疫情蔓延对我国金融市场的影响和机遇

五、逆全球化风险与推进全球化机遇

六、应对措施

第四节 新型冠状病毒对零售电商行业的影响

一、对企业经营的影响

二、企业对政府支持政策对需求和政策落实情况

三、对生产的影响

四、疫情对企业经营发展影响的问卷调查

五、新型冠状病毒行业对竞争格局的影响

第六节 新型冠状病毒对零售电商的机遇和挑战

一、机遇

二、挑战

第七节 中国零售电商行业应对疫情采取的策略建议

一、企业将面对的四大具体问题及措施

二、应对疫情采取的策略建议

(一)成立疫情危机处理项目团队

(二)开源节流，现金流第一位

(三)企业文化是基石

(四)围绕客户需求积极开拓新业务

(五)积极寻求外部资源支持——利用好各类金融工具

(六)积极寻求外部资源支持——设立与项小组跟踪政策进度

(七)在确保防控疫情前提下尽快复工复产

(八)注重企业风险管理，妥善处理好各方面关系，确保企业可持续发展

(九)注重线下与线上结合

(十)适应形势变化，尽早抢占新产业新市场高地

(十一)通过深化改革优化资源配置，推进企业创新发展

三、应对疫情采取的市场战略

(一)把握疫情稳定后的增长，关键是上下游协同配合，未雨绸缪快速反应

(二)终端渠道：灵活调整渠道重点，新兴渠道抢占先机，传统渠道保障基本盘不动摇

(三)品牌营销：及时调整营销内容、投放平台，为抓住疫情后恢复趋势做好准备

(四)供应链：高效产销协同，紧密跟踪需求端变化，全价值链摸底统筹，推动产能恢复

(五)疫情加速了行业变革，生意模式的创新性布局势在必行

第二部分 行业竞争格局分析

第五章 2019-2023年行业竞争格局分析

第一节 中国零售电商行业波特竞争模型分析

一、行业原有竞争者分析

二、潜在竞争者分析

三、替代者分析

四、消费者讨价还价能力分析

五、供应者讨价还价能力分析

第二节 我国零售电商行业竞争格局分析

第三节 我国零售电商产业集中度分析

一、我国零售电商行业生产集中度现状

二、我国零售电商行业生产集中度变化趋势

三、提高我国零售电商产业集中度的益处分析

第四节 我国零售电商企业竞争行为分析

一、竞争内容

二、竞争对象

三、竞争方式

四、竞争形态

五、竞争结果：由此消彼长转向双赢

第五节 我国零售电商市场竞争趋势分析

一、竞争内容

二、竞争对象

三、竞争形态

四、竞争方式

五、竞争结果

第六章 2019-2023年主要企业竞争格局分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、2019-2023年企业经营情况分析

三、2019-2023年企业财务数据分析

四、2019-2023年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第二节 企业二

一、企业概况

二、2019-2023年企业经营情况分析

三、2019-2023年企业财务数据分析

四、2019-2023年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第三节 企业三

一、企业概况

二、2019-2023年企业经营情况分析

三、2019-2023年企业财务数据分析

四、2019-2023年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第四节 企业四

一、企业概况

二、2019-2023年企业经营情况分析

三、2019-2023年企业财务数据分析

四、2019-2023年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第五节 企业五

一、企业概况

二、2019-2023年企业经营情况分析

三、2019-2023年企业财务数据分析

四、2019-2023年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

……

第三部分 行业发展环境分析

第七章 “十四五”期间零售电商行业发展环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行情况分析

二、国际宏观经济未来发展预测

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行情况分析

二、中国宏观经济未来发展预测

第三节 政治环境分析

一、宏观政策环境分析

二、行业内主要政策及影响分析

第四节 社会环境对零售电商行业影响分析

第八章 “十四五”期间产业链发展分析及其影响

第一节 上游行业发展分析及其影响

第二节 相关行业发展分析及其影响

第三节 下游行业发展分析及其影响

第四部分 行业发展趋势与战略探讨

第九章 中国零售电商行业演变及影响因素研究

第一节 中国零售电商行业演变分析

一、行业的演化

二、行业内部结构演变(合并，重组)

三、行业外部边界变化(转化为新行业或消亡)

第二节 影响及驱动零售电商行业未来演化的主要因素分析

一、产品革新

二、技术创新

三、营销革新

四、服务创新

五、政府政策的变化

六、产品使用方式的变化

七、成本和效益的变化

八、规模的扩展和缩减

九、技术秘密的转移扩散

十、行业日益全球化

十一、临近行业内的结构变化

十二、生活态度和方式的变化

十三、新企业的进入或退出(大企业、新锐企业)

十四、行业增长的长期变化(人口、需求、替代、辅助产品)

十五、消费习惯改变、购买者偏好的变化、买主市场面的变化(潜在买主)

十六、疑难问题的减少(进入壁垒降低)，专有知识和技术的传播(专利公开)，经验的积累

第十章 “十四五”期间零售电商行业发展趋势预测

第一节 “十四五”期间影响零售电商行业发展的主要因素

一、影响零售电商行业运行的几种有利因素

二、影响零售电商行业运行的几种稳定因素

三、影响零售电商行业运行的几种不利因素

第二节 “十四五”期间影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第三节 “十四五”期间零售电商行业发展预测

一、产业政策趋向

二、技术革新趋势

三、未来市场走势

四、零售电商价格问题及趋势预测

五、国际环境对国内零售电商行业的影响

第四节 “十四五”期间我国零售电商生产能力与产量预测

一、对零售电商生产能力的预测

二、我国未来零售电商产量预测

第五节 “十四五”期间我国零售电商需求与消费预测

一、零售电商消费需求综述

二、零售电商消费需求分析预测

第十一章 “十四五”期间零售电商行业发展战略探讨

第一节 常见的关键成功因素分析

第一节 “十四五”期间零售电商行业发展战略

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 “十四五”期间企业品牌发展战略

一、零售电商品牌的重要性

二、零售电商实施品牌战略的意义

三、零售电商企业品牌的现状分析

四、我国零售电商企业的品牌战略

五、零售电商品牌战略管理的策略

第四节 “十四五”期间企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、国际化策略

第二节 “十四五”期间提升零售电商行业竞争力的建议

第三节 “十四五”期间国外先进经验对我国的借鉴

第五部分 行业投资策略及风险防范措施

第十二章 “十四五”期间零售电商行业投资策略探讨

第一节 零售电商行业投资特性分析

一、零售电商行业进入壁垒分析

二、零售电商行业盈利因素分析

三、零售电商行业盈利模式分析

第一节 “十四五”期间零售电商行业投资环境

一、政策环境

二、技术环境

三、市场环境

第二节 “十四五”期间零售电商行业投资状况分析

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

四、零售电商行业投资机遇

五、零售电商行业投资战略研究

第三节 “十四五”期间零售电商行业投资方向及建议

一、产业发展的空白点分析

二、投资回报率比较高的投资方向

三、新进入者应注意的障碍因素

第十三章 “十四五”期间零售电商行业投资风险及防范措施

第一节 宏观经济波动风险及防范措施

一、宏观经济环境

二、宏观调控政策

三、汇率变化风险

第二节 政策风险

一、重点政策汇总

二、重点政策及重大事件分析

三、政策未来发展趋势

第三节 上下游风险分析及提示

一、上游行业风险分析与提示

二、下游行业风险分析与提示

三、其它关联行业风险分析与提示

第四节 行业市场风险分析及提示

一、市场竞争风险分析与提示

二、市场供需风险分析与提示

三、市场价格风险分析与提示

第五节 经营风险

一、投标报价风险

二、垫资风险

三、合同管理风险

四、债权债务风险

五、兼并重组风险

第六节 其他风险

一、技术风险

二、成本风险

三、法律风险

四、境外业务风险

五、区域风险

六、自然风险

把握投资 决策经营！

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

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20200423/166014.shtml

在线订购：点击这里