

## 中国新零售行业发展分析及投资风险预警与发展策略研究报告(2024-2029版)

## 报告简介

新零售即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。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个新零售行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据新零售行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国新零售行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国新零售行业将面临的机遇与挑战，对新零售行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是新零售企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

## 报告目录

## 第一章 2019-2023年中国新零售背景下零售行业发展分析

## 1.1 2019-2023年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 2019-2023年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 2019-2023年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 2019-2023年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 2019-2023年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 2019-2023年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 2019-2023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 2019-2023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——zara

4.4 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 2019-2023年中国新零售发展态势分析

## 5.1 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年中国新零售环境下电商渠道发展及变革

### 7.1 2019-2023年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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 go

## 9.6 新奇特门店——宏图三胞brookstone

### 9.6.1 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 2019-2023年中国新零售环境下物流行业发展及变革

### 10.1 2019-2023年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 2019-2023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 2019-2023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 2024-2029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 2024-2029年中国商品零售额规模预测

### 13.4.3 2024-2029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：2019-2023年全球零售总额及增速

图表：2019-2023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：2019-2023年中国零售业经营单位数量

图表：2011-2022年中国商品零售额及增速

图表：2022年全球主要经济体零售业增速

图表：2006-2022年中国百家重点大型零售企业零售规模增速

图表：2019-2023年零售行业零售额增速(分品类)

图表：2019-2023年中国主要实体零售业态规模增速

图表：2019-2023年零售业吸纳就业数量

图表：2019-2023年中国零售业规模以上大中型企业资产负债情况

图表：2019-2023年中国零售业规模以上大中型企业资产构成

图表：2019-2023年零售业限上大中型企业利润规模

图表：2019-2023年零售业限上大中型企业盈利能力

图表：2019-2023年零售业限上大中型企业成本费用规模

图表：2019-2023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：大学生分期消费使用意愿

图表：2019-2023年中国互联网消费金融市场交易规模及预测

图表：2009-2019-2023年我国信用卡信贷总额

图表：2022年不同城市等级城镇化发展空间

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：2012-2022年中国云计算产业产值规模

图表：2012-2022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
- 图表：2024-2029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：2024-2029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
- 图表：微软dynamics零售分销渠道管理解决方案流程图
- 图表：dynamics零售分销渠道管理系统决策分析界面
- 图表：2019-2023年中国百货行业营业收入规模及增速
- 图表：2019-2023年中国百货行业净利润及增速
- 图表：2019-2023年中国百货行业销售毛利率及期间费用率
- 图表：2022年85家百货行业代表企业门店销售规模分布
- 图表：2022年85家百货行业代表企业经营情况
- 图表：2022年85家百货行业代表企业销售额增速分布
- 图表：百货店开展电子商务业务情况

- 图表：百货店自建移动手机app情况
- 图表：百货店与互联网企业开展合作情况
- 图表：2022年部分百货企业在门店中加入的体验元素
- 图表：百货店在实体店增加体验式消费情况
- 图表：百货店增加体验式消费后的效果
- 图表：百货店自采自营情况
- 图表：百货店与供应商和品牌商加深合作情况
- 图表：百货店涉足其他业态情况
- 图表：2019-2023年零售连锁行业总营收及增速
- 图表：2019-2023年零售连锁行业净利润及增速
- 图表：2019-2023年零售连锁行业销售毛利率及期间费用率
- 图表：2022年中国连锁零售企业十强
- 图表：2022年中国网络零售企业十强
- 图表：2022年中国快消品连锁企业十强
- 图表：2022年中国连锁百货企业十强
- 图表：2022年中国连锁便利店品牌十强
- 图表：2022年中国外资连锁零售企业十强
- 图表：2022年快消品连锁百强地区分布
- 图表：2022年国内连锁超市十强销售额及门店数
- 图表：2019-2023年超市行业总营收及增速
- 图表：2019-2023年超市行业净利润及增速
- 图表：2019-2023年超市行业销售毛利率及期间费用率
- 图表：未来超市业态发展路径
- 图表：购物中心发展历程

- 图表：购物中心单体规模数量占比
- 图表：2022年购物中心市场发展指数
- 图表：2019-2023年购物中心业态占比变化
- 图表：2019-2023年购物中心入驻品牌演变
- 图表：购物中心主力商家引入业态对比
- 图表：购物中心管理模式转变
- 图表：购物中心开发运营趋势
- 图表：2019-2023年中国便利店行业市场规模
- 图表：2022年中国便利店门店数量品牌占比
- 图表：2022年主要连锁便利店企业发展情况
- 图表：2013-2022年财年costco不同种类商品的营收占比
- 图表：2013-2022年全球主要区域仓储式会员店收入分布
- 图表：全球三大仓储式会员店会员费收入占比
- 图表：2011-2022年仓储会员店会员结构变化
- 图表：2014-2022年财年costco和walmart电商收入份额对比
- 图表：2014-2022年财年costco和walmart电商收入规模对比
- 图表：2002-2022年全球仓储式会员店收入增速
- 图表：2019-2023年全球主要地区仓储式会员店市场规模增速
- 图表：不同百货业态对比
- 图表：部分百货企业业态升级动态
- 图表：2003-2022年我国新开奥特莱斯经营情况
- 图表：2019-2023年我国新开奥特莱斯数目及城市分布
- 图表：2003-2022年中国连锁便利店商品销售额及增速
- 图表：便利店业态发展趋势

图表：部分百货行业上市公司布局自营品牌

图表：2011-2022年中国网络零售额规模及增速

图表：2022年中国b2c网络购物交易市场份额占比

图表：2019-2023年中国网络购物用户规模增长

图表：2019-2023年主要零售品类电商成交额占零售总额的比例

图表：2019-2023年b2c网络零售市场占社会消费品零售总额比例

图表：2019-2023年中国进口跨境电商市场交易规模

图表：2024-2029年跨境电商市场交易规模预测

图表：进口跨境电商主要类型对比

图表：2022年中国进口跨境电商产业链图谱

图表：跨境电商升级传统跨境贸易流程

图表：跨境通综合生态圈分析

图表：2019-2023年中国移动网购市场规模

图表：2022年中国移动电商产业链图谱

图表：淘品牌产业链图谱

图表：苏宁会员融合体系平台

图表：机遇线上线下融合的供应链管理

图表：用户在购买前线上线下行为联系

图表：用户在购买过程中线上线下行为联系

图表：消费者在购买时线上线下融合趋势

图表：线下零售企业o2o布局动态

图表：商贸企业线上线下融合案例

图表：超级物种三个发展阶段

图表：超级物种工坊系列运营模式

图表：农超对接供应链体系

图表：超级物种管理组织模式

图表：盒马鲜生零售模式

图表：超级物种与盒马鲜生对比分析

图表：2014-2022年中国生鲜超市市场规模

图表：生鲜产品销售占超市渠道比例

图表：2014-2022年中国生鲜电商交易规模及增速

图表：2022年我国生鲜零售额分类别占比

图表：消费者各商品品类购买频次

图表：2019-2023年我国生鲜终端零售渠道占比

图表：生鲜电商发展历程

图表：2019-2023年中国生鲜电商市场规模及增速

图表：2019-2023年中国生鲜电商渠道销量占总的零售终端的比例

图表：消费者对生鲜产品线上线下渠道满意度对比

图表：2022年生鲜电商市场份额

图表：名创优品价值曲线分析

图表：无人零售商店消费流程

图表：无人零售店与传统零售店对比

图表：无人零售商店模式演变

图表：2024-2029年中国无人零售商店市场交易规模及预测

图表：国内外主要无人便利店企业

图表 amazon go使用技术一览

图表：宏图brookstone零售生态圈

图表：2008-2019-2023年全国社会物流总额规模

- 图表：2008-2019-2023年全国社会物流总费用
- 图表：2019-2023年社会物流总费用结构
- 图表：2008-2019-2023年社会物流总费用占gdp的比重
- 图表：2019-2023年全国单位与居民物品物流总额增速
- 图表：2022年进口物流量及增速
- 图表：物流产业体系介绍
- 图表：物流产业图谱
- 图表：物流平台功能简介
- 图表：物流仓储功能结构
- 图表：物流仓储市场竞争格局
- 图表：物流仓储地产开发模式
- 图表：2022年美国、印度、中国人均冷库容量对比
- 图表：我国危险品仓储市场缺口
- 图表：中国与发达国家自动化仓储普及率对比
- 图表：2014-2022年中国仓储自动化集成系统市场规模及增速
- 图表：2009-2022年全国货运量结构
- 图表：中美零担物流市场前十名所占市场份额对比
- 图表：2019-2023年中国零担物流企业top10总收入
- 图表：中国数字经济与物流的相互关系
- 图表：2014-2022年物流效率提升情况
- 图表：物流配送距离展示
- 图表：智慧物流服务体系
- 图表：阿里巴巴新零售布局动态
- 图表：阿里巴巴与百联集团合作领域

- 图表：2019-2023年永辉超市经营情况
- 图表：2009-2022年永辉超市门店数量
- 图表：永辉超市单店经营效率
- 图表：永辉四大板块
- 图表：2014-2022年永辉bravo精品超市门店数量及营业收入
- 图表：永辉超市各地区新增门店数量及面积
- 图表：永辉超市打造全球垂直供应链历程
- 图表：永辉超市生鲜基因形成图
- 图表：永辉超市采购模式
- 图表：永辉超市配送模式
- 图表：2022年全国型零售商零供关系净优势值及排名
- 图表：天虹股份新零售业务板块介绍
- 图表：2022年主要零售行业上市公司营收排行榜
- 图表：2022年零售行业上市公司营收与净利润情况
- 图表：2022年百货、购物中心主要上市公司营收及利润情况
- 图表：2022年零售电商主要上市公司营收及利润
- 图表：2022年服装零售主要上市公司营收及利润情况
- 图表：2022年休闲食品主要上市公司营收及利润
- 图表：2022年家电零售主要上市公司营收及利润
- 图表：2022年药店零售主要上市公司营收及利润
- 图表：中国消费金融市场代表性企业对比
- 图表：我国消费金融发展支持政策
- 图表：2024-2029年中国与其他国家消费市场规模预测对比
- 图表：2024-2029年中国消费市场结构预测

图表：2024-2029年中国商品零售额规模预测

图表：2024-2029年中国网络零售市场规模预测

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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210904/224326.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)