

# 2023-2029年中国新零售市 场深度评估与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国新零售市场深度评估与行业前景预测报告》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/202306/369227.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国新零售市场深度评估与行业前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

### 报告目录

#### 第1章：中国新零售行业发展背景及机遇分析

##### 1.1 新零售的定义及内涵

###### 1.1.1 什么是“新零售”？

- (1) 马云对“新零售”的解读
- (2) 刘强东对“新零售”的解读
- (3) 阿里研究院对“新零售”的理解
- (4) 学术界对“新零售”的理解

###### 1.1.2 “新零售”的内涵是对广义O2O的全面升级

- (1) “新零售”：不是线上+线下的简单结合
- (2) “新零售”：线上线下O2O的全面升级
- (3) “新零售”特征：数据共享+全渠道+用户体验为中心+现代物流
- (4) 对消费者：消费需求从功能诉求向由内容和服务组成的体验诉求进行转移
- (5) 对零售商：数字化是他们用以提升运行效率和顾客消费体验的最终途径

###### 1.1.3 认知“新零售”的十一种新思维

- (1) 新零售
- (2) 新制造
- (3) 新金融
- (4) 新技术
- (5) 新资源
- (6) 新人口
- (7) 新城市
- (8) 新服务
- (9) 新资本

(10) 新物流

(11) 新业态

#### 1.1.4 “新零售”与传统零售的区别与联系

- (1) 数字化技术打通虚拟与现实各个环节，实现实体与虚拟深度融合
- (2) 消费者实时“在线”，品牌商与零售商以消费者为中心
- (3) 回归零售的本质，零售企业利润将来自于商品和服务的增值，而不再是信息差利润
- (4) 全供应链数字化，流通过程由复杂向简单转变，供应链前端更加柔性灵活

#### 1.2 新零售产业背景分析

##### 1.2.1 中国GDP增长形势分析：宏观经济稳中有升

##### 1.2.2 电商高速发展、消费升级催生买方市场是核心驱动因素

- (1) 国内电商的高速发展奠定消费买方市场的良好基础
- (2) 主流消费群体变更引发消费升级催生买方市场形成

##### 1.2.3 线上流量红利消失、线下价值凸显，二者融合成为必然

- (1) 传统电商用户增长及流量红利逐渐萎缩，面临增长“瓶颈”
- (2) 线上竞争格局已定，同时遭遇生鲜、场景体验等瓶颈
- (3) 线上运营成本增加、用户流量获取难，向下沉市场拓展成为关键
- (4) 线下零售价值无法取代，完成消费者画像离不开线下环节

##### 1.2.4 传统零售业困难重重，新零售为实体商业注入发展活力

- (1) 传统零售业面临“关店”或者“升级”的选择
- (2) 实体零售“先天不足”：经营模式存在天然弊端
- (3) 零售企业为客户提供全渠道零售存在诸多问题
- (4) 新零售为贸易打开了新方向

##### 1.2.5 在消费升级的大背景下，消费者体验倒逼产业技术升级

- (1) 新消费主体引领新消费理念
- (2) 新消费理念，新消费内容
- (3) 新消费理念，新消费方式
- (4) 消费体验倒逼技术升级

#### 1.3 新零售发展机遇分析

##### 1.3.1 政策端：推动实体零售创新转型，新零售成为风口

- (1) 政策大力推动实体零售转型
- (2) 新零售成零售转型的突破口
- (3) 政策端给新零售带来的发展机遇

### 1.3.2 需求端：新零售有效解决消费需求变化引起的痛点

- (1) 消费习惯产生变革，竞争回归零售的本质
- (2) 消费需求发生变化引起的产业痛点有待破解
- (3) 针对产业痛点，线下价值被重新审视与挖掘
- (4) 消费升级浪潮袭来促使新零售重视线下渠道
- (5) 需求端给新零售带来的发展机遇

### 1.3.3 竞争端：线下由竞争转向融合，新零售成桥梁

- (1) 线上零售增速放缓，线下冲击仍未消除
- (2) 线下模式具有最后一公里的区位价值
- (3) 由割裂敌对到融合：新零售带来变革

### 1.3.4 技术端：信息技术充分发展为新零售提供强大保障

## 第2章：全球新零售发展经验及对中国的借鉴意义

### 2.1 全球零售发展历程及未来新零售的诞生

#### 2.1.1 现代零售之萌芽：超市的诞生

#### 2.1.2 70年代：信息化运营时代到来

#### 2.1.3 80年代：沃尔玛用科技打造帝国

#### 2.1.4 21世纪：网络零售时代的兴起

#### 2.1.5 未来：购物的便捷性和舒适性向何处拓展？

### 2.2 亚马逊新零售模式的发展经验借鉴意义

#### 2.2.1 Amazon在新零售的投资布局及未来规划

- (1) Amazon在新零售的投资业务布局
- (2) Amazon在新零售的未来规划

#### 2.2.2 Amazon books书店：用户体验的探索

- (1) 书本的陈列：以用户喜好为标准
- (2) 产品的分类：基于大数据的分类
- (3) 用户体验的极致应用：猜你喜欢
- (4) 线上的融合：扫码与线上相关联
- (5) Amazon books书店设立的价值

#### 2.2.3 Amazon Go概念店：新技术的终极应用

- (1) 全新的智能检测系统“Just Walk Out”
- (2) 不用排队、不用现场付款、没有收银员

(3) 机器学习、计算机视觉、传感器技术、人工智能的应用

(4) 从进店到出店完成线上线下的全面融合

(5) Amazon Go概念店设立的价值

#### 2.2.4 Amazon新零售最新布局：最后一公里

(1) 发布Prime Air无人驾驶飞机

(2) 推出人工智能服装推荐

(3) 将Rite Aid加入配送网络

#### 2.2.5 亚马逊新零售实施成果及运营情况分析

(1) 收购全食成果及运营情况

(2) 实体书店

(3) Amazon Pop Up

(4) Amazon 4-Star

#### 2.2.6 亚马逊发展新零售的优势及存在的瓶颈

(1) 亚马逊发展新零售的优势分析

(2) 亚马逊发展新零售的瓶颈及阻力

#### 2.2.7 亚马逊新零售模式的发展经验总结分析

### 2.3 沃尔玛新零售模式的发展经验借鉴意义

#### 2.3.1 沃尔玛在新零售的投资布局及未来规划

(1) 沃尔玛在新零售的投资及业务布局

(2) 沃尔玛在新零售的未来规划

#### 2.3.2 沃尔玛新零售：国际国内市场综合发力

(1) 大量收购电商网站

(2) 推广沃尔玛APP

(3) 试点卖场O2O服务平台

#### 2.3.3 沃尔玛新零售实施成果及运营情况分析

#### 2.3.4 沃尔玛发展新零售的优势及存在的瓶颈

(1) 沃尔玛发展新零售的优势分析

(2) 沃尔玛发展新零售的瓶颈及阻力

#### 2.3.5 沃尔玛新零售模式的发展经验总结分析

### 2.4 Farfetch未来商店的发展经验借鉴意义

#### 2.4.1 Farfetch未来店的宗旨：解放顾客和售货员

#### 2.4.2 Farfetch未来店的核心：数据的互联互通

- 2.4.3 Farfetch未来店的功能：满足消费者的期待
- 2.4.4 Farfetch未来店的体验：无与伦比的奢华购物体验
- 2.4.5 Farfetch未来店新零售模式的发展经验总结分析
- 2.5 全球新零售模式发展经验对我国的启示
  - 2.5.1 找到新零售时代的用户核心需求
  - 2.5.2 重塑用户在新零售时代的中心地位
  - 2.5.3 基于数据找到新零售的发展方向和模式
  - 2.5.4 提供吻合消费者需求的解决方案
  - 2.5.5 深度思考新零售时代的战略核心是什么
    - (1) 位置
    - (2) 克服阻力
    - (3) 传播
    - (4) 移动与社交
    - (5) 偏好少数派

### 第3章：中国新零售行业发展现状及市场前景分析

- 3.1 中国新零售行业市场发展阶段分析
  - 3.1.1 对新零售行业发展阶段的研究
  - 3.1.2 中国新零售行业细分阶段发展特点
- 3.2 新零售给传统零售带来的冲击和变革分析
  - 3.2.1 新零售给传统零售业带来的突破机遇
    - (1) 新零售如何解决传统零售业消费痛点
    - (2) 新零售如何助力传统零售企业开拓市场
    - (3) 新零售如何成为传统零售市场突破口
    - (4) 新科技技术如何助力企业改善管理运营
  - 3.2.2 新零售给传统零售业带来的挑战分析
  - 3.2.3 新零售对传统零售业的市場重构分析
    - (1) 新零售对传统零售业格局的重构分析
    - (2) 新零售对传统零售企业营销模式的重构
    - (3) 新零售对传统零售业利益分配的重构
    - (4) 新零售对传统零售未来竞争格局的重构
  - 3.2.4 新零售给传统零售带来融合创新机会

(1) 用户层面

(2) 商业层面

### 3.3 新零售给传统电商带来的冲击和变革分析

#### 3.3.1 新零售给传统电商带来的突破机遇

#### 3.3.2 新零售给传统电商带来的挑战分析

#### 3.3.3 新零售对传统电商的市场重构分析

(1) 新零售对传统电商格局的重构分析

(2) 新零售对传统电商营销模式的重构

(3) 新零售对传统电商利益分配的重构

(4) 新零售对传统电商未来竞争格局的重构

#### 3.3.4 新零售给传统电商带来融合创新机会

### 3.4 中国新零售行业市场发展现状分析

#### 3.4.1 线上巨头主动布局线下

#### 3.4.2 传统零售企业在新零售的投资布局解读

(1) 传统零售企业在新零售的投资切入方式

(2) 传统零售企业在新零售的投资规模分析

(3) 传统零售企业在新零售的投资业务布局

(4) 传统零售企业在新零售的投资区域分布

#### 3.4.3 互联网企业在新零售的投资布局解读

(1) 互联网企业在新零售的投资切入方式

(2) 互联网企业在新零售的投资规模分析

(3) 互联网企业在新零售的投资业务布局

(4) 互联网企业在新零售的投资重点方向

(5) 互联网企业在新零售的投资区域分布

#### 3.4.4 中国新零售行业竞争格局分析

(1) 中国新零售行业参与者结构

(2) 中国新零售行业竞争者类型

### 3.5 中国新零售行业市场发展前景分析

#### 3.5.1 中国新零售行业市场增长动力分析

#### 3.5.2 中国新零售行业市场发展瓶颈剖析

#### 3.5.3 中国新零售行业市场发展趋势分析



## 第4章：新零售生态系统构建与建设战略规划分析

### 4.1 深度思考新零售生态系统如何构建？

#### 4.1.1 认识新零售生态系统的本质

- (1) 新零售生态，全方位服务
- (2) 新零售生态，全渠道体验
- (3) 新零售生态，高效率机制

#### 4.1.2 新零售生态系统的方案图解

#### 4.1.3 新零售生态系统的构建要点

### 4.2 新零售生态系统建设要素之——数据

#### 4.2.1 大数据在新零售生态系统的重要性

- (1) 线下流量运营是新零售业态的关键
- (2) 从“人管店”的过渡到“数据管店”
- (3) 数据化、无人化是实体零售升级的趋势

#### 4.2.2 大数据在新零售的应用场景及影响分析

- (1) 新零售的大数据预测
- (2) 新零售的大数据营销
- (3) 商业仿真辅助智能决策
- (4) 数据服务

#### 4.2.3 大数据在新零售的应用现状及案例剖析

- (1) 大数据在新零售的应用现状分析
- (2) 大数据在新零售的应用案例分析

#### 4.2.4 大数据在新零售的应用趋势及创新方向

#### 4.2.5 新零售趋势下，企业在大数据领域的投资布局

- (1) 投资布局企业
- (2) 投资切入方式
- (3) 投资事件汇总

#### 4.2.6 新零售趋势下，大数据产业的机遇和变革趋势

### 4.3 新零售生态系统建设要素之——支付

#### 4.3.1 支付在新零售生态系统的重要性

- (1) 无现金支付是新零售的标志和核心
- (2) 无现金支付将加速线下零售数字化转型
- (3) 无现金支付是趋势，从基础工具到增长引擎

#### 4.3.2 支付在新零售的应用场景及影响分析

#### 4.3.3 支付在新零售的应用现状及案例剖析

##### (1) 支付在新零售的应用现状分析

##### (2) 支付在新零售的应用案例分析

#### 4.3.4 支付在新零售的应用趋势及创新方向

#### 4.3.5 新零售趋势下，企业在支付领域的投资布局

##### (1) 投资布局企业和布局方式

##### (2) 投资业务布局

##### (3) 投资布局重点

##### (4) 投资事件汇总

#### 4.3.6 新零售趋势下，支付产业的机遇和变革趋势

#### 4.4 新零售生态系统建设要素之——物流

#### 4.4.1 物流在新零售生态系统的重要性

##### (1) 从“人力时代”进化到“智能时代”

##### (2) 物流资源共享，创建物流大数据平台

##### (3) 打通最后一公里，提升终端消费体验

#### 4.4.2 物流在新零售的应用场景及影响分析

#### 4.4.3 物流在新零售的应用现状及案例剖析

##### (1) 物流在新零售的应用现状分析

##### (2) 物流在新零售的应用案例分析

#### 4.4.4 物流在新零售的应用趋势及创新方向

##### (1) 城配服务平台化是城配企业发展的必由之路

##### (2) 重构物流场景，已经成为行业不可逆转的趋势

#### 4.4.5 新零售趋势下，企业在物流领域的投资布局

##### (1) 投资布局企业

##### (2) 投资切入方式

##### (3) 投资业务布局

##### (4) 投资布局重点

##### (5) 投资事件汇总

#### 4.4.6 新零售趋势下，物流产业的机遇和变革趋势

#### 4.5 新零售生态系统建设要素之——金融

#### 4.5.1 金融在新零售生态系统的重要性

- (1) 2B：新零售助力社会信用体系建立
- (2) 2C：消费金融是新零售商家重要的战略
- 4.5.2 金融在新零售的应用场景及影响分析
- 4.5.3 金融在新零售的应用案例分析
- 4.5.4 金融在新零售的应用趋势及创新方向
- 4.5.5 新零售趋势下，企业在金融领域的投资布局

- (1) 投资布局企业
- (2) 投资切入方式
- (3) 投资业务布局
- (4) 投资布局重点
- (5) 投资事件汇总

#### 4.5.6 新零售趋势下，金融产业的机遇和变革趋势

### 4.6 新零售生态系统建设要素之——供应链

#### 4.6.1 供应链在新零售生态系统的重要性

- (1) 供应链模式变革的终极目标：让商品精准、高效、及时触达消费者
- (2) 供应链平台直连生产企业与零售终端，实现高效链接
- (3) 供应链平台革命传统分销模式，数据指导替代经验供货

#### 4.6.2 供应链在新零售的应用场景及影响分析

#### 4.6.3 供应链在新零售的应用现状及案例剖析

- (1) 供应链在新零售的应用现状分析
- (2) 供应链在新零售的应用案例分析

#### 4.6.4 供应链在新零售的应用趋势及创新方向

- (1) 供应链人工智能化
- (2) 供应链指挥智慧化

#### 4.6.5 新零售趋势下，企业在供应链领域的投资布局

- (1) 投资布局企业
- (2) 投资切入方式
- (3) 投资业务布局
- (4) 投资事件汇总

#### 4.6.6 新零售趋势下，供应链产业的机遇和变革趋势

### 4.7 新零售生态系统建设要素之——物联网

#### 4.7.1 物联网在新零售生态系统的重要性

(1) 物联网是整个新零售产业闭环最后的关键点

(2) 线下零售物联网+线上共同构建零售数据库

(3) 零售物联网是数据决策的重要实施者

#### 4.7.2 物联网在新零售的应用场景及影响分析

(1) 收银台

(2) 货架排面监控

(3) 物流配送

(4) 商品防损

(5) 电子价签

#### 4.7.3 物联网在新零售的应用现状及案例剖析

(1) 物联网在新零售的应用现状分析

(2) 物联网在新零售的应用案例分析

#### 4.7.4 物联网在新零售的应用趋势及创新方向

#### 4.7.5 新零售趋势下，企业在物联网领域的投资布局

(1) 投资布局企业

(2) 投资切入方式

(3) 投资业务布局

(4) 投资布局重点

(5) 投资事件汇总

#### 4.7.6 新零售趋势下，物联网产业的机遇和变革趋势

(1) 提升客户体验

(2) 优化供应链运营

(3) 创造新渠道和收入来源

### 第5章：中国新零售行业商业模式分析

#### 5.1 近场社区电商

##### 5.1.1 近场社区电商发展现状

##### 5.1.2 行业主要企业布局分析

#### 5.2 社区团购

##### 5.2.1 社区团购市场现状

##### 5.2.2 社区团购产业链及巨头行业布局分析

(1) 美团

## (2) 拼多多

### 5.3 社区团购与近场社区电商的对比分析

#### 5.3.1 近场社区电商&mdash;&mdash;社区团购的进一步发展形态

#### 5.3.2 对比分析

#### 5.3.3 发展方向展望

### 5.4 无人零售

#### 5.4.1 无人零售概念

#### 5.4.2 无人零售使用场景及意义

#### 5.4.3 无人零售运营及扩张

#### 5.4.4 无人零售发展趋势

### 5.5 其他新零售商业模式

#### 5.5.1 直播带货

#### 5.5.2 精选体验店

## 第6章：传统零售行业模式转变成果回顾及思考

### 6.1 传统零售业态发展现状与瓶颈分析

#### 6.1.1 传统零售业态发展现状

##### (1) 社会消费品零售总额

##### (2) 网络零售交易规模

#### 6.1.2 传统零售业态结构分析

#### 6.1.3 传统零售业态主要瓶颈

##### (1) 传统经营模式亟需变革

##### (2) 商业网点布局仍待优化

##### (3) 成本高企压缩利润空间

##### (4) 数据驱动应用仍显不足

##### (5) 市场公平秩序尚待改善

### 6.2 传统零售业模式转变案例

#### 6.2.1 沃尔玛

##### (1) 夫妻店、社区店发展现状

##### (2) 夫妻店、社区店发展痛点

#### 6.2.2 新零售对夫妻店、社区店的颠覆分析

##### (1) 新零售对夫妻店、社区店的颠覆方向

(2) 新零售对夫妻店、社区店的整合情况

### 6.2.3 新零售对夫妻店、社区店的投资布局

(1) 投资布局企业

(2) 投资切入方式

(3) 投资业务布局

(4) 投资布局重点

### 6.2.4 新零售趋势下，夫妻店、社区店的发展趋势与创新

(1) 融入到相对完备的供应链、物流、支付体系中，成为改造型便利店

(2) 从源头入手，彻底使用新模式、新业态

### 6.2.5 新零售趋势下，夫妻店、社区店的机遇与投资前景

## 6.3 新零售对商超、便利店的颠覆及投资机会

### 6.3.1 商超、便利店发展现状与痛点分析

(1) 商超、便利店发展现状

(2) 商超、便利店发展痛点

### 6.3.2 新零售对商超、便利店的颠覆分析

### 6.3.3 新零售对商超、便利店的投资布局

(1) 投资布局企业

(2) 投资切入方式

(3) 投资业务布局

(4) 投资布局重点

### 6.3.4 新零售+商超、便利店的投资案例剖析

### 6.3.5 新零售趋势下，商超、便利店的发展趋势与创新

(1) 结合线上线下

(2) 迎合消费者的变化

(3) 越来越精细化管理

(4) 做好服务的延伸

(5) 从卖产品到卖生活

### 6.3.6 新零售趋势下，商超、便利店的机遇与投资前景

(1) 便利店越开越多，商超越开越小

(2) 到家业务，第三方合作推动商超“反向改造”

## 6.4 新零售对购物中心、百货商场的颠覆及投资机会

### 6.4.1 购物中心、百货商场发展现状与痛点分析

(1) 购物中心、百货商场发展现状

(2) 购物中心、百货商场发展痛点

#### 6.4.2 新零售对购物中心、百货商场的颠覆分析

(1) 全渠道融合与业态升级

(2) 向超级体验中心和旅游目的地转变

#### 6.4.3 新零售对购物中心、百货商场的投资布局

(1) 投资布局企业

(2) 投资切入方式

(3) 投资布局重点

(4) 投资事件汇总

#### 6.4.4 新零售+购物中心、百货商场的投资案例剖析

#### 6.4.5 新零售趋势下，购物中心、百货商场的发展趋势与创新

(1) 百货店加速购物中心化

(2) 全渠道零售：线上线下融合联动

(3) 逐步开展商品自营业务

(4) 连锁化、差异化和多业态融合

#### 6.4.6 新零售趋势下，购物中心、百货商场的机遇与投资前景

(1) 业态品牌

(2) 商业模式

(3) 科技定位

### 第7章：新零售对各个消费领域的影响及投资建议

#### 7.1 生鲜零售

##### 7.1.1 生鲜零售市场发展现状

##### 7.1.2 行业主要经营情况分析

##### 7.1.3 前置仓模式发展分析

#### 7.2 纺织服装——回归消费者为核心的零售新时代

##### 7.2.1 纺织服装线上发展现状及面临挑战分析

(1) 纺织服装线上发展现状分析

(2) 纺织服装线上发展面临挑战

##### 7.2.2 纺织服装线下发展现状及面临挑战分析

(1) 纺织服装线下发展现状分析

## (2) 纺织服装线下发展面临挑战

### 7.2.3 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;面临的机遇与挑战

#### (1) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;面临的机遇

#### (2) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;面临的挑战

### 7.2.4 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;：数据化+提升体验

### 7.2.5 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;建设战略规划

#### (1) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;建设要点

#### (2) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;建设现状

#### (3) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;建设规划

#### (4) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;建设趋势

### 7.2.6 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;投资布局分析

#### (1) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;投资切入方式

#### (2) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;投资业务布局

#### (3) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;投资重点方向

#### (4) 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;投资案例汇总

### 7.2.7 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;优秀案例分析

#### (1) 创新模式同款同价

#### (2) 充分挖掘粉丝经济

#### (3) 主攻二三线城市

#### (4) 首期投入1亿元

#### (5) 重在成本控制

### 7.2.8 纺织服装&ldquo;新零售&rdquo;投资潜力分析

## 7.3 食品饮料&mdash;&mdash;线下体验为主，强化品牌IP价值

### 7.3.1 食品饮料线上发展现状及面临挑战分析

#### (1) 食品饮料线上发展现状分析

#### (2) 食品饮料线上发展面临挑战

### 7.3.2 食品饮料线下发展现状及面临挑战分析

#### (1) 食品饮料线下发展现状分析

#### (2) 食品饮料线下发展面临挑战

### 7.3.3 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;面临的机遇与挑战

#### (1) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;面临的机遇

#### (2) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;面临的挑战



#### 7.3.4 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;：新娱乐，IP化

- (1) 线下以体验为主，强化公司品牌
- (2) 线下向线上引流，促进产品销售
- (3) 新零售、新娱乐，推进IP化

#### 7.3.5 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;建设战略规划

- (1) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;建设要点
- (2) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;建设现状
- (3) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;建设趋势

#### 7.3.6 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;投资布局分析

- (1) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;投资切入方式
- (2) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;投资业务布局
- (3) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;投资重点方向
- (4) 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;投资案例汇总

#### 7.3.7 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;优秀案例分析

#### 7.3.8 食品饮料&ldquo;新零售&rdquo;投资潜力分析

### 7.4 家电&mdash;&mdash;全渠道+场景化，打造全新家电购物体验

#### 7.4.1 家电线上发展现状及面临挑战分析

- (1) 家电线上发展现状分析
- (2) 家电线上发展面临挑战
- (3) 中国家电行业周期判断标准
- (4) 中国家电行业发展阶段判断

#### 7.4.2 家电&ldquo;新零售&rdquo;面临的机遇与挑战

- (1) 家电&ldquo;新零售&rdquo;面临的机遇
- (2) 家电&ldquo;新零售&rdquo;面临的挑战

#### 7.4.3 家电&ldquo;新零售&rdquo;：全渠道+场景化

- (1) 前端全渠道+门店场景化改造
- (2) 后端供应链延伸，掌握差异化产品资源

#### 7.4.4 家电&ldquo;新零售&rdquo;建设战略规划

- (1) 家电&ldquo;新零售&rdquo;建设要点
- (2) 家电&ldquo;新零售&rdquo;建设现状
- (3) 家电&ldquo;新零售&rdquo;建设趋势

#### 7.4.5 家电&ldquo;新零售&rdquo;投资布局分析

- (1) 家电&ldquo;新零售&rdquo;投资切入方式
- (2) 家电&ldquo;新零售&rdquo;投资业务布局
- (3) 家电&ldquo;新零售&rdquo;投资重点方向
- (4) 家电&ldquo;新零售&rdquo;投融资案例汇总

#### 7.4.6 家电&ldquo;新零售&rdquo;优秀案例分析

- (1) 京东
- (2) 小米

#### 7.4.7 家电&ldquo;新零售&rdquo;投资潜力分析

### 7.5 医药&mdash;&mdash;打造以患者为中心的专业服务体系

#### 7.5.1 医药线上发展现状及面临挑战分析

- (1) 医药线上发展现状分析
- (2) 医药线上发展面临挑战

#### 7.5.2 医药线下发展现状及面临挑战分析

- (1) 医药线下发展现状分析
- (2) 医药线下发展面临挑战

#### 7.5.3 医药&ldquo;新零售&rdquo;面临的机遇与挑战

- (1) 医药&ldquo;新零售&rdquo;面临的机遇
- (2) 医药&ldquo;新零售&rdquo;面临的挑战

#### 7.5.4 医药&ldquo;新零售&rdquo;：精准处方流量+服务化

#### 7.5.5 医药&ldquo;新零售&rdquo;建设战略规划

- (1) 医药&ldquo;新零售&rdquo;建设要点
- (2) 医药&ldquo;新零售&rdquo;建设现状
- (3) 医药&ldquo;新零售&rdquo;建设规划
- (4) 医药&ldquo;新零售&rdquo;建设趋势

#### 7.5.6 医药&ldquo;新零售&rdquo;投资布局分析

- (1) 医药&ldquo;新零售&rdquo;投资切入方式
- (2) 医药&ldquo;新零售&rdquo;投资业务布局
- (3) 医药&ldquo;新零售&rdquo;投资重点方向
- (4) 医药&ldquo;新零售&rdquo;投资案例汇总

#### 7.5.7 医药&ldquo;新零售&rdquo;优秀案例分析

#### 7.5.8 医药&ldquo;新零售&rdquo;投资潜力分析

### 7.6 母婴&mdash;&mdash;从垂直母婴转型家庭消费

## 7.6.1 母婴线上发展现状及面临挑战分析

- (1) 母婴线上发展现状分析
- (2) 母婴线上发展面临挑战

## 7.6.2 母婴线下发展现状及面临挑战分析

- (1) 母婴线下发展现状分析
- (2) 母婴线下发展面临挑战

## 7.6.3 母婴“新零售”面临的机遇与挑战

- (1) 母婴“新零售”面临的机遇
- (2) 母婴“新零售”面临的挑战

## 7.6.4 母婴“新零售”：始于母婴而不止于母婴

## 7.6.5 母婴“新零售”建设战略规划

- (1) 母婴“新零售”建设要点
- (2) 母婴“新零售”建设现状
- (3) 母婴“新零售”建设规划
- (4) 母婴“新零售”建设趋势

## 7.6.6 母婴“新零售”投资布局分析

- (1) 母婴“新零售”投资切入方式
- (2) 母婴“新零售”投资业务布局
- (3) 母婴“新零售”投资重点方向
- (4) 母婴“新零售”投资案例

## 7.6.7 母婴“新零售”优秀案例分析

## 7.6.8 母婴“新零售”投资潜力分析

# 第8章：中国新零售商业模式创新优秀案例剖析

## 8.1 盒马鲜生

### 8.1.1 盒马鲜生基本信息介绍

### 8.1.2 盒马鲜生与传统超市的对比

- (1) 线上线下强协同
- (2) 商品生鲜为主，打中高端品类
- (3) 精准定位80/90中高端年轻群体
- (4) 动线布局新变化，提升用户体验
- (5) 面积增容，品类扩充

### 8.1.3 盒马鲜生新零售战略解析

- (1) 新零售切入模式
- (2) 新零售投资布局
- (3) 新零售业务领域
- (4) 新零售区域布局
- (5) 线上与线下的融合
- (6) 新技术的应用颠覆

### 8.1.4 盒马鲜生新零售投资规划

### 8.1.5 盒马鲜生的成功经验总结

- (1) 线上业务提升门店效率，收集大数据资源
- (2) 线下体验为线上业务背书，门店承担前置仓功能
- (3) 生鲜+餐馆筑起线下壁垒
- (4) 整体定位走中高端的精品路线
- (5) 无现金化的全新支付方式

### 8.1.6 盒马鲜生的盈利模式分析

### 8.1.7 盒马鲜生的商业模式评价

## 8.2 京东便利店

### 8.2.1 京东便利店基本信息介绍

### 8.2.2 京东便利店发展现状

### 8.2.3 京东便利店新零售战略解析

- (1) 新零售切入模式
- (2) 新零售业务领域
- (3) 新零售区域布局
- (4) 线上与线下的融合
- (5) 新技术的应用颠覆

### 8.2.4 京东便利店新零售投资规划

### 8.2.5 京东便利店的成功经验总结

### 8.2.6 京东便利店的盈利模式分析

### 8.2.7 京东便利店的商业模式评价

## 8.3 天猫小店

### 8.3.1 天猫小店基本信息介绍

### 8.3.2 天猫小店经营情况分析

### 8.3.3 天猫小店新零售战略解析

- (1) 新零售切入模式
- (2) 新零售业务领域
- (3) 新零售区域布局
- (4) 线上与线下的融合
- (5) 新技术的应用颠覆

### 8.3.4 天猫小店的成功经验总结

- (1) 对门店进行改造
- (2) 门店管理方面获得阿里支持

### 8.3.5 天猫小店的优势分析

## 8.4 小米之家

### 8.4.1 小米之家基本信息介绍

### 8.4.2 小米之家经营情况分析

### 8.4.3 小米之家新零售战略解析

- (1) 新零售切入模式
- (2) 新零售投资布局
- (3) 新零售业务领域
- (4) 新零售区域布局
- (5) 线上与线下的融合

### 1) 新技术的应用颠覆

### 8.4.4 小米之家的成功经验总结

### 8.4.5 小米之家的盈利模式分析

### 8.4.6 小米之家的商业模式评价

## 第9章：大型企业在新零售行业的投资布局分析

### 9.1 传统零售巨头新零售投资布局

#### 9.1.1 百联股份

- (1) 企业基本信息介绍
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展新零售优势
- (4) 企业新零售投资布局
- (5) 企业新零售主营业务分析

### 9.1.2 天虹股份

- (1) 企业基本信息介绍
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展新零售优势
- (4) 企业新零售投资布局
- (5) 公司业务布局分析
- (6) 企业新零售发展规划

### 9.1.3 永辉超市

- (1) 企业基本信息介绍
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展新零售优势
- (4) 企业新零售投资布局
- (5) 企业业务运营分析

## 9.2 主要电商巨头新零售投资布局

### 9.2.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息介绍
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展新零售优势
- (4) 企业新零售投资布局
- (5) 企业新零售合作伙伴
- (6) 企业新零售发展规划

### 9.2.2 京东

- (1) 企业基本信息介绍
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展新零售优势
- (4) 企业新零售投资布局
- (5) 企业新零售合作伙伴
- (6) 企业新零售发展规划

### 9.2.3 苏宁云商

- (1) 企业基本信息介绍
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展回顾——稀释辉煌不再的反思

#### (4) 企业发展动态

### 第10章：中国新零售行业市场投资机会及建议

#### 10.1 中国新零售行业投资特性及风险

##### 10.1.1 新零售行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 市场壁垒

##### 10.1.2 新零售行业投资特性分析

(1) 服务与产品的售卖组合

(2) 线上与线下的结合

(3) 新零售的终极状态

##### 10.1.3 新零售行业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 经济风险

(3) 市场竞争风险

(4) 经营风险

#### 10.2 中国新零售行业投融资现状及趋势

##### 10.2.1 新零售行业投融资主体结构

##### 10.2.2 各投融资主体核心资源分析

##### 10.2.3 各投资主体投资方式分析

##### 10.2.4 各投资主体投融资规模分析

#### 10.3 中国新零售行业投资机会及建议

##### 10.3.1 中国新零售行业投资机会分析

(1) 传统零售企业投资机会

(2) 电商零售企业投资机会

(3) 无人零售兴起，设备供应商投资机会凸显

##### 10.3.2 关于新零售行业的投资建议

##### 10.3.3 后疫情时代的中国新零售投资趋势分析

(1) 沉浸式体验&mdash;快闪店

(2) 宅经济&mdash;直播销售

(3) 无接触购物

## 图表目录

图表1：马云对“新零售”的解读

图表2：刘强东“无界零售”图景

图表3：刘强东“第四次零售革命”图景

图表4：阿里研究院“新零售”的三大特征

图表5：阿里研究院“新零售”的知识框架

图表6：数据交换实现消费者全方位信息闭环

图表7：“新零售”特征

图表8：新零售下消费需求将向体验诉求进行倾斜

图表9：2010-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表10：2016-2021年中国居民、城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表11：2022年中国经济预测分析汇总（单位：%）

图表12：消费者选择线上平台主要原因（单位：%）

图表13：2021年中国网购用户网购频率分布（单位：%）

图表14：中国未来消费主力人群

图表15：80、90后的社会属性和消费属性

图表16：80、90后常用APP及其消费特征

图表17：2015-2021年中国网络购物市场交易规模（单位：万亿元，%）

图表18：2016-2021年全网双十一单日成交额（单位：亿元，%）

图表19：生鲜行业特征

图表20：生鲜O2O优势

图表21：2016-2021年我国网民规模及普及率（单位：万人，%）

图表22：2015-2021年中国跨境电商行业交易规模及增长情况（单位：万亿元，%）

图表23：2015-2021年中国手机网络购物使用率走势图（单位：%）

图表24：2016-2021年我国便利店经营情况（单位：亿元，万家）

图表25：社交电商的六大优势

图表26：2015-2021年中国视频直播行业付费用户及付费率（单位：万人，%）

图表27：2018-2021年中国电商直播市场规模（单位：亿元，%）

图表28：2009-2021年国家出台的区域振兴规划列举

图表29：截至2021年收入分配改革进程

图表30：2012-2021年中国社会消费品零售总额和增长情况（单位：亿元，%）



详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/369227.html>