

2024-2030年中国零售业行业前景展望与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国零售业行业前景展望与未来前景预测报告》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/202310/414824.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

零售业是指通过买卖形式将工农业生产者生产的产品直接售给居民作为生活消费用或售给社会集团供公共消费用的商品销售行业。零售业态的分类主要依据零售业的选址、规模、目标顾客、商品结构、店堂设施、经营方式、服务功能等确定。近年来零售业开始变迁，则缘于电商的出现让传统零售业者倍感压力，O2O线上线下融合的新零售时代开启，科技元素加入其中，实体零售商频频转型，未来零售创新两条新车道：腾讯全触点或苏宁全场景。零售业态分为八种，有百货店、便利店、超市、大型综合超市、仓储式会员式商店、专业店、专卖店和购物中心。近年来，零售业持续良好发展势头，市场规模持续扩张。

2022年，社会消费品零售总额439733亿元，比上年下降0.2%。其中，除汽车以外的消费品零售额393961亿元，下降0.4%。全国网上零售额137853亿元，比上年增长4.0%。其中，实物商品网上零售额119642亿元，增长6.2%，占社会消费品零售总额的比重为27.2%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长16.1%、3.5%、5.7%。2023年1-2月份，社会消费品零售总额77067亿元，同比增长3.5%。其中，除汽车以外的消费品零售额70409亿元，增长5.0%。全国网上零售额20544亿元，同比增长6.2%。其中，实物商品网上零售额17476亿元，增长5.3%，占社会消费品零售总额的比重为22.7%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长5.3%、4.0%、5.7%。

2020年2月28日，国家发改委等23部门联合印发了《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，《实施意见》提出19条举措，从市场供给、消费升级、消费网络、消费生态、消费能力、消费环境等6个方面促进消费扩容提质，助力形成强大国内市场。2021年5月20日，中国连锁经营协会关于发布《零售业直播带货操作指南》的公告，该指南规定了零售业直播带货活动中的直播团队搭建与职责，直播配套支持，运营管理等内容及相关流程。2021年7月2日CCFA启动《专业零售店店长岗位要求》和《零售业品类管理指南》行业标准修订工作。2021年8月23日，CCFA对团体标准《零售数字化术语(征求意见稿)》公开征求意见；2021年11月1日，CCFA对团体标准《零售数字化术语(征求意见稿)》报批公示。中国零售市场规范化发展。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国零售业行业前景展望与未来前景预测报告》共二十章，首先介绍了零售业的相关概念及世界零售业的发展现状，接着分析了中国零售业发展环境、市场现状及新零售发展情况，然后深刻分析了不同业态零售业的发展情况及重点区域零售业发展现状，随后对零售业国际化、连锁经营、信息化发展及相关的物流业进行了深入分析并探讨了零售业重点企业运行、零售业竞争格局和营销方式，最后，对零售业投资情况及发展前景做了分析及科学预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国百货商业协会、中国连锁经营协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。此报告是您跟踪零售业最新发展动态，编写产业规划、编制产业政策、制定招商策略的重要参考工具。

报告目录：

第一章 零售业相关概述

1.1 零售业简介

1.1.1 零售业的定义

1.1.2 零售业的形式

1.1.3 零售业的产业特点

1.1.4 零售百货业的定义

1.2 零售业的准入条件概述

1.2.1 注册登记条件

1.2.2 资金条件

1.2.3 技术、设备条件

1.3 零售业的业态概述

1.3.1 零售业态的划分标准

1.3.2 零售业的基本业态

1.3.3 零售业态发展规律分析

1.3.4 无店铺销售归入零售业态

1.4 零售业的几次重大变革

1.4.1 百货商店

1.4.2 超级市场

1.4.3 连锁商店

1.4.4 电商零售

1.5 新零售业态分析

1.5.1 产生的背景

1.5.2 新零售的本质

第二章 2021-2023年世界零售业的发展

2.1 2021-2023年全球零售行业发展分析

2.1.1 行业发展历程

2.1.2 行业发展动态

2.1.3 市场发展规模

2.1.4 区域分布格局

2.1.5 新零售发展分析

2.1.6 企业发展探析

2.1.7 行业发展趋势

2.2 欧洲零售业

2.2.1 业态格局剖析

2.2.2 行业运行现状

2.2.3 行业竞争格局

2.2.4 电商销售规模

2.2.5 电商零售分析

2.2.6 户外零售市场

2.3 美国零售业

2.3.1 行业发展综述

2.3.2 行业运行现状

2.3.3 行业发展规模

2.3.4 行业营收分析

2.3.5 行业竞争格局

2.3.6 行业发展趋势

2.4 日本零售业

2.4.1 行业发展优势

2.4.2 行业运行现状

2.4.3 行业销售规模

2.4.4 市场竞争格局

2.4.5 行业发展趋势

第三章 2021-2023年中国零售业产业环境

3.1 宏观经济环境

3.1.1 宏观经济概况

- 3.1.2 对外经济分析
- 3.1.3 工业运行情况
- 3.1.4 固定资产投资
- 3.1.5 宏观经济展望
- 3.2 消费市场环境
 - 3.2.1 居民收入水平
 - 3.2.2 城市化进程分析
 - 3.2.3 消费支出及构成
 - 3.2.4 消费结构升级
 - 3.2.5 消费信心指数上升
 - 3.2.6 新消费群体崛起
- 3.3 关联产业环境
 - 3.3.1 零售业和物流业
 - 3.3.2 零售业和商业地产
 - 3.3.3 零售业和逆向物流

第四章 2021-2023年中国零售业发展分析

- 4.1 2021-2023年中国零售行业运行综况
 - 4.1.1 政策机遇分析
 - 4.1.2 消费品零售总额
 - 4.1.3 主要品类市场表现
 - 4.1.4 重点企业运营状况
 - 4.1.5 主要业态市场规模
- 4.2 中国零售业百强企业运行状况
 - 4.2.1 百强企业名单汇总
 - 4.2.2 百强企业销售规模
 - 4.2.3 百强企业销售特点
 - 4.2.4 市场集中度提升
 - 4.2.5 百强企业运营效益
- 4.3 2021-2023年中国零售市场发展特征
 - 4.3.1 行业转型初现成效
 - 4.3.2 零售业态分化发展

- 4.3.3 技术驱动智慧零售
- 4.3.4 零售资本深度整合
- 4.3.5 持续深化组织变革
- 4.4 2021-2023年中国农村零售业发展探析
 - 4.4.1 农村零售业发展概况
 - 4.4.2 农村零售业发展历程
 - 4.4.3 农村社会消费品零售总额
 - 4.4.4 农村零售业连锁经营状况
 - 4.4.5 农村零售行业发展问题
 - 4.4.6 农村零售行业发展策略
- 4.5 中国零售业存在的问题
 - 4.5.1 行业面临的环境挑战
 - 4.5.2 行业区域结构失衡
 - 4.5.3 企业运营面临的问题
 - 4.5.4 企业规模扩张瓶颈
 - 4.5.5 市场竞争弊端分析
- 4.6 中国零售业的发展战略
 - 4.6.1 实施O2O战略
 - 4.6.2 采取多样化业态
 - 4.6.3 完善零售供应链
 - 4.6.4 扩大企业的规模
 - 4.6.5 提升管理水平
 - 4.6.6 加强人才培养

第五章 2021-2023年中国新零售行业分析

- 5.1 新零售市场运行综况
 - 5.1.1 新零售的特点
 - 5.1.2 技术基础分析
 - 5.1.3 发展规模分析
 - 5.1.4 发展效益及成本
 - 5.1.5 行业发展热点
 - 5.1.6 重点细分市场

- 5.2 中国新零售行业竞争格局分析
 - 5.2.1 新零售行业参与者结构
 - 5.2.2 新零售行业竞争者类型
- 5.3 传统企业布局新零售市场
 - 5.3.1 总体布局分析
 - 5.3.2 投资重点方向
 - 5.3.3 投资区域分布
- 5.4 互联网企业布局新零售市场
 - 5.4.1 投资切入方式
 - 5.4.2 投资规模分析
 - 5.4.3 投资业务布局
 - 5.4.4 投资重点方向
 - 5.4.5 投资区域分布
- 5.5 中国新零售行业投资特性及风险
 - 5.5.1 新零售行业投资特性
 - 5.5.2 新零售行业投资壁垒
 - 5.5.3 新零售行业投资风险
- 5.6 中国新零售行业投资机会及建议
 - 5.6.1 传统零售企业投资机会
 - 5.6.2 电商零售企业投资机会
 - 5.6.3 零售设备供应商投资机会
 - 5.6.4 新零售行业的投资建议
- 5.7 中国新零售行业市场前景分析
 - 5.7.1 新零售行业市场增长动力
 - 5.7.2 新零售行业市场发展困境
 - 5.7.3 新零售行业市场发展趋势

第六章 2021-2023年零售业态之：超市业分析

- 6.1 中国超市业发展状况分析
 - 6.1.1 发展现状解读
 - 6.1.2 区域发展格局
 - 6.1.3 市场业绩状况

- 6.1.4 市场关店情况
- 6.1.5 市场转型升级
- 6.1.6 未来发展趋势
- 6.2 超市经营管理分析
 - 6.2.1 经营的五个不相等
 - 6.2.2 超市管理的关键点
 - 6.2.3 零售超市经营策略
 - 6.2.4 高校超市经营策略
 - 6.2.5 中小超市经营策略
- 6.3 连锁超市市场发展解读
 - 6.3.1 农村连锁超市发展
 - 6.3.2 生鲜连锁超市发展
 - 6.3.3 连锁超市市场营销
 - 6.3.4 发展主要问题分析
 - 6.3.5 市场优化发展建议

第七章 2021-2023年零售业态之：便利店分析

- 7.1 主要国家和地区便利店行业发展状况
 - 7.1.1 日本
 - 7.1.2 美国
 - 7.1.3 台湾
- 7.2 中国便利店市场运行分析
 - 7.2.1 市场销售规模
 - 7.2.2 市场经营状况
 - 7.2.3 商品结构分析
 - 7.2.4 运营成本提升
 - 7.2.5 市场发展前景
 - 7.2.6 市场发展趋势
- 7.3 中国便利店市场竞争状况
 - 7.3.1 市场竞争格局
 - 7.3.2 区域分布格局
 - 7.3.3 零售企业布局

- 7.3.4 店铺加盟机制
- 7.4 中国便利店发展景气指数调查
 - 7.4.1 样本基本情况
 - 7.4.2 总体景气指数
 - 7.4.3 分项景气指数
 - 7.4.4 发展特点分析
- 7.5 中国无人便利店市场引领新零售发展
 - 7.5.1 运营模式介绍
 - 7.5.2 市场发展规模
 - 7.5.3 市场竞争状况
 - 7.5.4 市场发展机遇
 - 7.5.5 企业布局动态
- 7.6 中国便利店发展存在的主要问题
 - 7.6.1 盲目扩张问题
 - 7.6.2 商品缺乏特色
 - 7.6.3 物流配送不足
 - 7.6.4 信息管理不善
- 7.7 中国便利店提升竞争力的策略分析
 - 7.7.1 实行连锁经营
 - 7.7.2 注重特色发展
 - 7.7.3 建立高效物流
 - 7.7.4 提升服务质量

第八章 2021-2023年零售业态之：购物中心分析

- 8.1 部分国家和地区的购物中心分析
 - 8.1.1 全球市场规模
 - 8.1.2 美国购物中心
 - 8.1.3 德国购物中心
 - 8.1.4 日本购物中心
 - 8.1.5 东南亚购物中心
- 8.2 中国购物中心发展现状分析
 - 8.2.1 开业规模现状

- 8.2.2 区域发展格局
- 8.2.3 商业体量分析
- 8.2.4 市场竞争状况
- 8.2.5 市场发展态势
- 8.3 中国购物中心发展景气指数调查
 - 8.3.1 购物中心总体指数
 - 8.3.2 购物中心分项指数
 - 8.3.3 城市能级综合指数
 - 8.3.4 不同类型物业指数
- 8.4 中国购物中心发展困境分析
 - 8.4.1 定位模糊同质化明显
 - 8.4.2 增长与利用率不匹配
 - 8.4.3 建设过程中存在误区
- 8.5 中国购物中心发展对策建议
 - 8.5.1 利用数据制定精准方向
 - 8.5.2 拥抱电商创新发展模式
 - 8.5.3 注重开发建设规划问题

第九章 2021-2023年零售业态之：百货店业分析

- 9.1 中国百货店业运行现状解析
 - 9.1.1 行业总体运行状况
 - 9.1.2 全渠道数字化布局
 - 9.1.3 企业进行战略合作
 - 9.1.4 积极朝多业态转型
 - 9.1.5 经营模式转变升级
 - 9.1.6 加强与供应商合作
 - 9.1.7 行业未来发展方向
- 9.2 百货行业营销策略解析
 - 9.2.1 产品营销分析
 - 9.2.2 价格营销策略
 - 9.2.3 渠道营销手段
 - 9.2.4 常用促销路径

- 9.2.5 营销发展困境
- 9.2.6 创新营销方式
- 9.3 百货行业转型升级分析
 - 9.3.1 传统业态概述
 - 9.3.2 传统业态困境
 - 9.3.3 业态升级分析
 - 9.3.4 发展应对措施
 - 9.3.5 零售模式升级
- 9.4 百货行业面临的挑战及发展对策
 - 9.4.1 百货业存在的主要问题
 - 9.4.2 百货行业转型迫在眉睫
 - 9.4.3 百货业竞争力提升策略
 - 9.4.4 传统百货企业创新策略

第十章 2021-2023年其他零售业态分析

- 10.1 大卖场
 - 10.1.1 大卖场业态概述
 - 10.1.2 供应商组合和管理
 - 10.1.3 市场竞争力分析
 - 10.1.4 运营困境分析
 - 10.1.5 转型背景分析
 - 10.1.6 发展业态重构
 - 10.1.7 转型路径分析
- 10.2 仓储式商场
 - 10.2.1 仓储式商场发展历史
 - 10.2.2 仓储式零售发展动力
 - 10.2.3 仓储式商场发展状况
 - 10.2.4 仓储式商场经营优势
 - 10.2.5 问题及制约因素分析
 - 10.2.6 发展对策及建议
- 10.3 专业店
 - 10.3.1 专业店变迁过程

- 10.3.2 发展及经营特色
- 10.3.3 专业店发展特点
- 10.3.4 专业店发展现状
- 10.4 专卖店
 - 10.4.1 专卖店概述
 - 10.4.2 专卖店销售额
 - 10.4.3 专卖店营销分析
 - 10.4.4 专卖店发展建议

第十一章 2021-2023年中国重点城市零售业分析

- 11.1 新零售城市指数对比
 - 11.1.1 新零售指数内涵
 - 11.1.2 新零售综合指数分析
 - 11.1.3 新零售生产效率指数
 - 11.1.4 新零售物流效率指数
 - 11.1.5 新零售服务效率指数
- 11.2 北京零售业
 - 11.2.1 社会消费品零售总额
 - 11.2.2 网络零售规模分析
 - 11.2.3 北京新零售发展水平
- 11.3 上海零售业
 - 11.3.1 社会消费品零售总额
 - 11.3.2 零售行业发展特点
 - 11.3.3 零售业转型升级发展
 - 11.3.4 新零售发展水平
- 11.4 广州零售业
 - 11.4.1 社会消费品零售额
 - 11.4.2 零售物业面积扩张
 - 11.4.3 零售业改革成效
 - 11.4.4 网络零售发展提速
 - 11.4.5 新零售发展水平
- 11.5 深圳零售业

- 11.5.1 消费品零售总额
- 11.5.2 零售业利好政策
- 11.5.3 新零售发展动态
- 11.5.4 零售发展新趋势
- 11.5.5 新零售发展水平
- 11.6 成都零售业
 - 11.6.1 消费品零售状况
 - 11.6.2 新零售发展状况
 - 11.6.3 新零售发展水平
- 11.7 武汉零售业
 - 11.7.1 消费品零售规模
 - 11.7.2 零售市场发展特点
 - 11.7.3 企业市场竞争分析
 - 11.7.4 特色零售企业入驻
 - 11.7.5 新零售发展水平

第十二章 “一带一路”倡议下中国零售业国际化发展分析

- 12.1 “一带一路”背景下中国零售行业国际化发展综述
 - 12.1.1 国际化驱动因素
 - 12.1.2 国际市场进入方式
 - 12.1.3 零售商业模式创新
- 12.2 “一带一路”投资规模及零售企业布局状况分析
 - 12.2.1 国内企业新增投资规模
 - 12.2.2 中国对外投资合作亮点
 - 12.2.3 国内零售企业海外布局
 - 12.2.4 重点零售企业海外布局
 - 12.2.5 海外布局的零售细分
 - 12.2.6 零售企业海外发展壁垒
- 12.3 “五通”对中国零售业“走出去”的支撑作用
 - 12.3.1 政策沟通
 - 12.3.2 设施联通
 - 12.3.3 贸易畅通

- 12.3.4 资金融通
- 12.3.5 民心相通
- 12.4 中国零售业“一带一路”沿线市场选择分析
 - 12.4.1 零售市场吸引力
 - 12.4.2 商品结构相似度
 - 12.4.3 贸易便利度分析
 - 12.4.4 市场综合评价
 - 12.4.5 面临走出去问题
 - 12.4.6 未来发展建议
- 12.5 中国零售业“走出去”对接“一带一路”的政策建议
 - 12.5.1 加强国内体制建设
 - 12.5.2 加强对外机制建设
 - 12.5.3 实施内外战略对接
 - 12.5.4 开展商贸流通对话

第十三章 2021-2023年零售业的连锁经营分析

- 13.1 2021-2023年我国连锁零售业发展现状分析
 - 13.1.1 百强企业经营
 - 13.1.2 进入调整阶段
 - 13.1.3 雇佣模式转变
 - 13.1.4 连锁业态新特征
 - 13.1.5 新零售转型方向
- 13.2 连锁零售企业供应商评价指标体系构建的综述
 - 13.2.1 供应商选择差异化分析
 - 13.2.2 供应商评价体系构建原则
 - 13.2.3 供应商评价体系构成分析
- 13.3 中国连锁零售与电子商务结合发展现状分析
 - 13.3.1 发展现状分析
 - 13.3.2 应用特点分析
 - 13.3.3 存在的问题分析
 - 13.3.4 应用对策分析
- 13.4 中国零售业连锁经营国际化发展分析

- 13.4.1 SWOT分析
- 13.4.2 经验借鉴
- 13.4.3 发展建议
- 13.5 “零售业+连锁+互联网+金融”发展新趋势分析
 - 13.5.1 必要性分析
 - 13.5.2 支付方式创新
 - 13.5.3 重构业务模式
 - 13.5.4 表现形式多元

第十四章 2021-2023年中国零售业的信息化及电子商务分析

- 14.1 零售业的信息化分析
 - 14.1.1 中国零售业信息化发展详解
 - 14.1.2 中国零售业加速信息化进程
 - 14.1.3 零售业应用新型信息技术
 - 14.1.4 新零售模式的信息化特点
 - 14.1.5 零售企业信息化探索路径
 - 14.1.6 零售企业信息化发展方向
- 14.2 2021-2023年中国网络零售市场运行状况
 - 14.2.1 网络电商发展环境分析
 - 14.2.2 移动支付提供技术基础
 - 14.2.3 网络零售市场规模分析
 - 14.2.4 网络零售用户规模分析
 - 14.2.5 网络零售市场特点分析
 - 14.2.6 跨境电商市场规模分析
- 14.3 中国农村网络零售市场发展综况
 - 14.3.1 农村电商发展模式
 - 14.3.2 农村电商动力机制
 - 14.3.3 农村电商交易规模
 - 14.3.4 企业布局农村电商
 - 14.3.5 农村电商发展对策
- 14.4 中国零售业电子商务存在的问题和对策
 - 14.4.1 网络零售行业发展存在的问题

- 14.4.2 构建智能高效的供应链体系
- 14.4.3 网络零售行业发展策略分析
- 14.4.4 网络零售业内部信息化策略
- 14.4.5 网络零售业的外部发展策略
- 14.4.6 电子零售企业提升竞争力的对策

第十五章 2021-2023年零售业物流体系分析

15.1 2021-2023年中国物流业运行综况

- 15.1.1 物流行业收入状况
- 15.1.2 物流需求规模分析
- 15.1.3 快递业务发展规模
- 15.1.4 社会物流费用规模
- 15.1.5 社会物流需求结构
- 15.1.6 社会物流运行效率
- 15.1.7 物流行业发展成就
- 15.1.8 物流行业发展规划
- 15.1.9 区域物流园区建设加快

15.2 物流与零售企业

- 15.2.1 零售企业物流费用率分析
- 15.2.2 现代物流是零售企业竞争关键
- 15.2.3 智能物流促零售行业强健发展
- 15.2.4 零售电商加快布局快递物流
- 15.2.5 零售物流未来发展方向分析

15.3 中国智慧物流行业运行分析

- 15.3.1 智慧物流系统
- 15.3.2 商业应用模式
- 15.3.3 智慧物流的特点
- 15.3.4 智慧物流的影响
- 15.3.5 智慧物流发展现状
- 15.3.6 智慧物流市场规模
- 15.3.7 企业布局智慧物流
- 15.3.8 智慧物流面临挑战

15.3.9 智慧物流发展趋势

15.4 我国零售物流行业存在的问题及对策

15.4.1 零售业“冷落”第三方物流原因解析

15.4.2 中国零售企业物流环节的不足之处

15.4.3 我国零售业物流存在的问题及对策

15.4.4 我国零售企业有效实施物流治理的对策

15.4.5 零售企业现代物流策略的开展

15.4.6 解析零售企业逆向物流的管理战略

15.5 连锁零售业的物流

15.5.1 中国连锁零售业物流配送的概况

15.5.2 第三方物流与连锁零售业的结合趋势

15.5.3 零售业的缺货率原因及缺货对策

15.5.4 中国连锁零售业物流的趋势

第十六章 2020-2023年零售业上市公司经营状况分析

16.1 永辉超市股份有限公司

16.1.1 企业发展概况

16.1.2 新零售布局

16.1.3 财务经营状况

16.1.4 核心竞争力分析

16.1.5 公司发展战略

16.1.6 未来前景展望

16.2 上海百联集团股份有限公司

16.2.1 企业发展概况

16.2.2 新零售布局

16.2.3 财务经营状况

16.2.4 核心竞争力分析

16.2.5 公司发展战略

16.2.6 未来前景展望

16.3 大商股份有限公司

16.3.1 企业发展概况

16.3.2 无人零售布局

- 16.3.3 财务经营状况
- 16.3.4 核心竞争力分析
- 16.3.5 公司发展战略
- 16.3.6 未来前景展望
- 16.4 重庆百货大楼股份有限公司
 - 16.4.1 企业发展概况
 - 16.4.2 线上线下融合
 - 16.4.3 财务经营状况
 - 16.4.4 核心竞争力分析
 - 16.4.5 公司发展战略
 - 16.4.6 未来前景展望
- 16.5 阿里巴巴（Alibaba）
 - 16.5.1 企业发展概况
 - 16.5.2 新零售布局
 - 16.5.3 财务经营状况
- 16.6 京东
 - 16.6.1 企业发展概况
 - 16.6.2 主要业务板块
 - 16.6.3 无界零售布局
 - 16.6.4 财务经营状况
- 16.7 高鑫零售有限公司
 - 16.7.1 企业发展概况
 - 16.7.2 业务发展状况
 - 16.7.3 财务经营状况
 - 16.7.4 新零售布局
- 16.8 苏宁易购集团股份有限公司
 - 16.8.1 企业发展概况
 - 16.8.2 智慧零售布局
 - 16.8.3 财务经营状况
 - 16.8.4 核心竞争力分析
 - 16.8.5 未来前景展望

第十七章 2021-2023年中国零售业的竞争格局分析

17.1 外资引进对我国零售业竞争格局的影响

17.1.1 竞争影响的五力模型

17.1.2 完善国内竞争环境

17.1.3 相关反思与对策

17.2 零售业的竞争结构分析

17.2.1 零售业的高度竞争性

17.2.2 零售业的进入威胁和进入壁垒

17.2.3 替代威胁及“业态”的多样化

17.2.4 规模化的趋势和不同规模之间的竞争

17.3 中国零售业的竞争剖析

17.3.1 零售企业国际竞争力上升

17.3.2 零售市场竞争特点分析

17.3.3 民营零售企业发展提速

17.3.4 零售行业并购整合动态

17.3.5 电商竞争环境逐步优化

17.3.6 中国零售业竞争格局变化

17.4 中国零售业的竞争战略

17.4.1 中国零售企业的竞争战略定位分析

17.4.2 中国零售业竞争战略模式的探析

17.4.3 中国零售业竞争的信息战略

17.4.4 提升零售企业核心竞争力的策略

17.4.5 提高中国零售企业国际竞争力的对策建议

17.5 提升本土零售业竞争力的对策

17.5.1 本土零售企业的竞争优势分析

17.5.2 本土零售企业竞争力的劣势分析

17.5.3 本土零售业的竞争战略分析

17.6 服务利润链下零售企业竞争策略

17.6.1 服务利润链理论概述

17.6.2 服务利润链关系模型的构建

17.6.3 服务利润链理论在零售企业的运用

第十八章 2021-2023年零售业的品牌与营销分析

18.1 零售业的品牌

18.1.1 零售企业品牌体系的建立

18.1.2 零售企业自有品牌的渠道整合

18.1.3 大型品牌零售企业及其社会责任

18.1.4 零售企业品牌管理中应处理好的关系

18.2 零售业自有品牌发展概况

18.2.1 零售业创建自有品牌的优势和条件

18.2.2 零售业自有品牌市场竞争激烈

18.2.3 零售企业自有品牌发展态势

18.2.4 零售企业自有品牌发展问题

18.2.5 零售企业自有品牌发展策略

18.3 零售业的营销

18.3.1 零售业直销模式分析

18.3.2 零售营销的创新模式

18.3.3 零售企业体验营销战略

18.3.4 以文化特色促零售业营销

18.3.5 中国零售业营销的趋势特点

18.3.6 未来零售市场以营销创新决胜负

18.4 零售业网络营销分析

18.4.1 网络零售的营销环境分析

18.4.2 零售行业网络营销概况

18.4.3 零售行业网络营销要点

18.4.4 社交化场景化模式成主流

18.4.5 我国零售业网络营销调查分析

18.4.6 传统零售业开展网络营销的问题

18.4.7 零售企业网络营销对策分析

18.4.8 我国网络营销的发展趋势

18.5 网络微营销模式发展分析

18.5.1 网络微营销的概述

18.5.2 网络微营销的优势

18.5.3 网络微营销的背景

- 18.5.4 微信营销模式分析
- 18.5.5 网络微营销创新策略
- 18.6 大数据技术应用于零售营销市场
 - 18.6.1 大数据营销的应用优势
 - 18.6.2 大数据营销的应用模式
 - 18.6.3 基于大数据的营销策略
 - 18.6.4 大数据营销的风险及防范

第十九章 中国零售行业投资分析

- 19.1 国际零售业跨国投资分析
 - 19.1.1 零售业国际投资的影响因素
 - 19.1.2 零售业国际投资的特点
 - 19.1.3 零售业外商直接投资的发展趋势
- 19.2 中国零售行业SWOT分析
 - 19.2.1 优势（Strength）
 - 19.2.2 劣势（Weakness）
 - 19.2.3 机会（Opportunity）
 - 19.2.4 威胁（Threat）
- 19.3 中国零售业投融资状况分析
 - 19.3.1 零售市场投融资环境分析
 - 19.3.2 零售行业投融资事件规模
 - 19.3.3 零售行业投融资动态分析
 - 19.3.4 无人零售市场投融资案例
 - 19.3.5 无人零售市场投融资动态
 - 19.3.6 零售行业并购整合特点
- 19.4 零售行业投资风险分析
 - 19.4.1 行业发展的政策法律风险
 - 19.4.2 外资不断涌入的产业风险
 - 19.4.3 投机型模式造成的零售业风险
 - 19.4.4 连锁零售门店运营风险及应对
- 19.5 零售行业投资建议及对策
 - 19.5.1 加快抢占市场空白点

- 19.5.2 充分运用并购重组策略
- 19.5.3 投资超市项目以规模化取胜
- 19.5.4 仔细了解零售店铺审批程序

第二十章 对零售业的发展前景及趋势分析

- 20.1 中国零售业发展前景展望
 - 20.1.1 中国零售业整体发展态势
 - 20.1.2 我国零售行业发展目标分析
 - 20.1.3 数据技术或助力零售业发展
 - 20.1.4 消费升级带动高端零售发展
- 20.2 中国零售行业发展趋势特点
 - 20.2.1 业态多元化
 - 20.2.2 线上线下融合趋势
 - 20.2.3 业态协同趋势加强
 - 20.2.4 社区零售整合化
 - 20.2.5 自助购物普及化
- 20.3 中国零售企业发展方向分析
 - 20.3.1 市场定位科学化
 - 20.3.2 经营方式特色化
 - 20.3.3 管理手段现代化
 - 20.3.4 企业发展规模化
 - 20.3.5 企业经营国际化
- 20.4 对2024-2030年中国零售业预测分析
 - 20.4.1 影响因素分析
 - 20.4.2 城镇居民人均可支配收入预测
 - 20.4.3 农村居民人均可支配收入预测
 - 20.4.4 社会消费品零售总额预测
 - 20.4.5 零售百强销售规模预测

附录

附录一：《全国商品市场体系建设纲要》

附录二：《商品条码管理办法》

附录三：《零售商品称重计量监督管理办法》

附录四：国务院《关于推动实体零售创新转型的意见》

图表目录

- 图表1 人均GNP与业态的关系
- 图表2 无店铺零售业的基本特点
- 图表3 有店铺零售业态的基本特点
- 图表4 传统零售低效的表现
- 图表5 新零售在于高效的零售流通系统
- 图表6 零售行业发展历程
- 图表7 2014-2019年全球零售总额及预测
- 图表8 2016年全球零售行业250强区域分布
- 图表9 250强排行榜欧洲零售企业名单TOP10
- 图表10 2009-2016年英国网络零售交易额平均增长情况
- 图表11 英国主要零售商
- 图表12 欧洲户外零售市场产品销售结构
- 图表13 欧洲户外零售市场区域分布
- 图表14 2007-2017年美国零售行业增速变化
- 图表15 2017和2018年美国零售商收益增长率
- 图表16 2018年美国零售业收益增长率
- 图表17 250强排行榜日本零售企业名单TOP5
- 图表18 日本各领域主要零售商
- 图表19 2013-2018年国内生产总值及其增长速度
- 图表20 2013-2018年三次产业增加值占全国生产总值比重
- 图表21 2013-2018年货物进出口总额
- 图表22 2018年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表23 2018年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表24 2018年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表25 2018年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度
- 图表26 2018年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度
- 图表27 2013-2018年全部工业增加值及其增速
- 图表28 2013-2018年中国三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重
- 图表29 2018年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表30 2018年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414824.html>