

# 2018-2023年中国新零售产业市场运营规模现状及 未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国新零售产业市场运营规模现状及未来发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/304450304450.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

10月13日，杭州云栖大会的开幕式上，马云在演讲中称，“电子商务可能很快被淘汰，纯电子商务是个传统的概念，未来只有新零售。线下的企业必须走到线上去，线上的企业要走到线下去，和物流在一起建立新的零售模式，让企业库存降到0，才达到物流的本质。”这是“新零售”概念的首次提出，无独有偶，继阿里入股三江将国内新零售推向高潮之时，12月5日美国电商巨头亚马逊在西雅图推出了第一家实体便利店AmazonGo，借助高科技实现完全的无人结算，从而规避了实体零售体验最差的排队结账环节。国内外电商巨头不约而同将目光瞄准线下，持续较长时间的线上单边格局打破，开启零售行业线上、线下更为平等、深刻的对话和融合。

线上+线下+物流=新零售。线上是指云平台，线下是指零售门店或制造商，强物流将库存降到最低，减少囤货量，核心是以消费者为中心的会员、支付、库存、服务等方面数据的全面打通。2015年中国网络购物用户规模达到4.11亿人，网络购物市场交易规模达到3.8万亿元，阿里、京东等线上巨头积淀了庞大活跃用户及其消费数据，早已能够实现针对性的精准推送；线下厂商拥有完整的供应链、现实消费场景及可控的物理距离；物流仓储配送对接消费者、厂商、线上平台，是三者关系的连接点。通过会员、支付、库存、物流数据的全部打通，能够完整实现以消费者为单位的需求数据化，从而指导厂商的设计、选品、生产、备货，配合高效的实时管理物流仓储实现有效的最低库存。

数据交换实现消费者全方位信息闭环 资料来源：公开资料整理

新零售强调线上、线下最大限度发挥自身比较优势，结合大物流实现商品及数据的全渠道流通，是广义模式下O2O的全面升级。与传统O2O的区别在于以下几个方面：1、迁移方向、主动方不同：传统O2O更多强调的是线上的流量优势及供应链扁平化带来的成本优势，传统零售企业通过在电商平台上开展网购业务分享电子商务的发展红利、避免沦为试衣间，侧重于offlinetoonline；而新零售是在线上流量红利逐步削减、已形成寡头垄断的大背景下，重新发现和审视线下零售的优势和资源，电商巨头主动拥抱线下，侧重于onlinetooffline。2、融合程度不同：传统O2O线上、线下的融合多数停留在较为初级的单向阶段，强调多渠道销售及线下体验、网上下单，满足消费者购买支付的便捷性需求，核心驱动因素是线上的价格优势（同款便宜10-20%左右，仿款则根据质量不同价格更低）；新零售下强调线上、线下数据、供应链更深层次的网状打通，满足消费者更为个性化、舒适化的体验性需求。3、研究核心不同：传统O2O的研究核心是商品，如何把已经生产出的商品更多地卖到消费者手中实现利润，无论是通过实体店还是通过网络购物，都是销售渠道；新零售的研究核心是消费者，如何实现消费者所有消费场景，无论线上还是线下，交易行为的可追溯，从而完整刻画消费需求，以此指导商品的创造及生产、备货。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国新零售产业市场运营规模现状及未来发展前景预测报告》主要研究新零售行业市场经济特性（产能、

产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

## 第一章 2015-2017年中国新零售背景下零售行业发展分析

### 1.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2016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“十三五”规划

## 第四章 2015-2017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 2015-2017年中国新零售发展态势分析

#### 5.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国新零售环境下电商渠道发展及变革

## 7.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国新零售环境下物流行业发展及变革

### 10.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2018-2022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 2018-2022年中国商品零售额规模预测

##### 13.4.3 2018-2022年中国网络零售市场规模预测

图表详见正文（LPJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/304450304450.html>