

2018年中国零售行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国零售行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/326253326253.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

1.产品走向“低端”：高性价比、高消费频率的产品逐渐占领市场 在消费牵引生产的新模式下，产品、价格导向替代了渠道、营销导向，形成性价比为王的新局面。过去商品经济不发达，生产力落后，商品供不应求，导致出现卖方市场；在商品流通环节，由于信息传递速度慢且成本高，造成商品又贵又差，性价比低。现在商品经济发达，信息扁平化、价格透明化、选择多样化、竞争白热化是商品过剩时代的四大特点，体现为买方市场；在商品流通环节，互联网的渗透使信息传递不可同日而语，产品成为决定因素。

图：产品、价格导向替代了渠道、营销导向，形成性价比为王的新局面

资料来源：公开资料整理

高性价比、高消费频率产品的代表企业迅速崛起，说明产品由优质高价向优质低价转变，“低端”产品市场份额在不断扩大。国外高性价比的代表企业如优衣库，入驻阿里平台不到一年的时间，其内衣累计销量达到了4.67亿，在所有品牌累积值中位列第六；国内典型企业如网易严选，2017年GMV70亿元目标已实现，所属的电商业务成网易第二大营收主力；目标低线消费人群的拼多多，更是凭借其高性价比，推动高频消费，在三四线城市蔚然成风。

我们于2018春节期间对三四线消费进行了问卷调查，结果显示：在服装纺织行业，消费者偏好高性价比产品的趋势已经逐渐有所显现。

购置服装时，20.35%的消费者优先考虑性价比，27.17%的消费者选择了款式，说明相较于品牌而言，消费者更偏好高性价比，注重产品本身；

61.85%的人认为只要国产品牌服饰款式好就会考虑购买，说明消费者已不再盲目追求国外品牌，而是更多地考虑产品自身是否符合需求；

消费者偏爱的服装品牌种类，30.90%选择了快消品牌，36.45%选择了传统品牌，说明消费者在购买服装时并未把个性、不撞衫置于首位；

过去一年内购买设计师品牌服装的消费金额37.12%在1000以内，30.88%在1000-5000之间，说明消费者对于设计师品牌这类比较有个性化的服装没有格物追求；

图：购置服装时最注重的因素 资料来源：公开资料整理

图：怎么看待国产品牌服饰 资料来源：公开资料整理

图：购置服装时偏爱的品牌种类 资料来源：公开资料整理

图：过去一年内购买设计师品牌服装的消费金额 资料来源：公开资料整理

2.市场走向“低端”：低线城市的消费边际增量提升较大

消费升级的趋势下，低线城市的消费边际增量在各个领域都有较大提升，一些领域增长速度甚至超过了一二线城市。我们在一、二线城市中选取了北京、上海，低线城市中选取了泉州、绍兴、湖州和宿迁，比较他们社会消费品零售总额的同比数据，发现自2015年11月之后，四个低线城市的同比增长速度均高于北京、上海。一定程度上证明了低线城市的消费边际增量提升较大。

图：北京、上海社会消费品零售总额同比增速低于泉州、绍兴、湖州和宿迁

资料来源：公开资料整理

我们于2018春节期间对三四线消费渠道进行了问卷调查，结果显示：购物中心、网购等新兴渠道已经逐步下沉至三四线城市，推动三四线城市消费潜力释放。

38.2%的消费者选择在网络上购买，44.85%选择在商场购买，说明三四线消费者已经逐渐习惯并接受网购这种新的购物方式，并且通过网购释放其消费潜力；

图：买衣服主要从哪里买 资料来源：公开资料整理（GYGSL） 我国高速增长的经济为零售提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国零售行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协

会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及航空交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国零售行业发展概述

第一节 零售行业发展情况概述

- 一、零售行业相关定义
- 二、零售行业基本情况介绍
- 三、零售行业发展特点分析

第二节 中国零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、零售行业产业链条分析
- 三、中国零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国零售行业生命周期分析

- 一、零售行业生命周期理论概述
- 二、零售行业所属的生命周期分析

第四节 零售行业经济指标分析

- 一、零售行业的赢利性分析
- 二、零售行业的经济周期分析
- 三、零售行业附加值的提升空间分析

第五节 国中零售行业进入壁垒分析

- 一、零售行业资金壁垒分析
- 二、零售行业技术壁垒分析
- 三、零售行业人才壁垒分析

四、零售行业品牌壁垒分析

五、零售行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球零售行业市场发展现状分析

第一节 全球零售行业发展历程回顾

第二节 全球零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲零售行业地区市场分析

一、亚洲零售行业市场现状分析

二、亚洲零售行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲零售行业市场前景分析

第四节 北美零售行业地区市场分析

一、北美零售行业市场现状分析

二、北美零售行业市场规模与市场需求分析

三、北美零售行业市场前景分析

第五节 欧盟零售行业地区市场分析

一、欧盟零售行业市场现状分析

二、欧盟零售行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟零售行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界零售行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球零售行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国零售产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国零售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国零售产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、零售环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国零售行业运行情况

第一节 中国零售行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国零售行业市场规模分析

第三节 中国零售行业供应情况分析

第四节 中国零售行业需求情况分析

第五节 中国零售行业供需平衡分析

第六节 中国零售行业发展趋势分析

第五章 中国零售所属行业运行数据监测

第一节 中国零售所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国零售所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国零售所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国零售市场格局分析

第一节 中国零售行业竞争现状分析

一、中国零售行业竞争情况分析

二、中国零售行业主要品牌分析

第二节 中国零售行业集中度分析

一、中国零售行业市场集中度分析

二、中国零售行业企业集中度分析

第三节 中国零售行业存在的问题

第四节 中国零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国零售行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国零售行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国零售行业消费特点

第二节 中国零售行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 零售行业成本分析

第三节 零售行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国零售行业价格现状分析

第五节 中国零售行业平均价格走势预测

一、中国零售行业价格影响因素

二、中国零售行业平均价格走势预测

三、中国零售行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国零售行业区域市场现状分析

第一节 中国零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区零售市场规模分析

四、华东地区零售市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区零售市场规模分析

四、华中地区零售市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区零售市场规模分析

第九章 2015-2017年中国零售行业竞争情况

第一节 中国零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国零售行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国零售行业竞争环境分析（零售T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 零售行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国零售行业未来发展前景分析

一、零售行业国内投资环境分析

二、中国零售行业市场机会分析

三、中国零售行业投资增速预测

第二节 中国零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国零售行业市场发展预测

一、中国零售行业市场规模预测

二、中国零售行业市场规模增速预测

三、中国零售行业产值规模预测

四、中国零售行业产值增速预测

五、中国零售行业供需情况预测

第四节 中国零售行业盈利走势预测

一、中国零售行业毛利润同比增速预测

二、中国零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国零售行业投资风险与营销分析

第一节 零售行业投资风险分析

一、零售行业政策风险分析

二、零售行业技术风险分析

三、零售行业竞争风险

四、零售行业其他风险分析

第二节 零售行业企业经营发展分析及建议

一、零售行业经营模式

二、零售行业销售模式

三、零售行业创新方向

第三节 零售行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国零售行业品牌战略分析

- 一、零售企业品牌的重要性
- 二、零售企业实施品牌战略的意义
- 三、零售企业品牌的现状分析
- 四、零售企业的品牌战略
- 五、零售品牌战略管理的策略

第二节 中国零售行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国零售行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2018-2024年中国零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国零售行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国零售行业定价策略分析

第二节 中国零售行业营销渠道策略

- 一、零售行业渠道选择策略
- 二、零售行业营销策略

第三节 中国零售行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国零售行业重点投资区域分析

二、中国零售行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/326253326253.html>