

2018年中国零售行业分析报告- 市场深度分析与发展前景预测

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-市场深度分析与发展前景预测》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/326255326255.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

“低端”商业革命是什么？我们认为这是商品零售中注重高性价比的理性消费观念逐渐下沉到三四线等低线消费群体的趋势，具体表现在产品 and 市场两方面逐渐走向“低端”。之所以加引号，是因为我们认为不是真的低端，而是消费升级的一种体现，是区别于统一追求品牌化、高端化的消费“升级”，是消费观念的转变，对于大众标准的消费品，消费者观念上逐渐趋于理性，更注重性价比，提高消费频率；而受到这种消费理念影响的市场我们也逐渐从一二线逐渐走向更为广大的三四线消费群体，体现为理性消费的下沉。

图：国内消费观念正在由优质高价向优质低价转变，未来将寻找体现生活方式和情感共鸣的产品 资料来源：公开资料整理

“低端”商业革命从何而来？我们认为这是国内消费偏好由优质高价向优质低价转变的必然结果。借鉴日本、美国等海外市场消费偏好的变化趋势，我们将国内消费观念的变迁分为四个阶段。第一阶段是华而不实的产品盛行，消费者普遍认为价高等于优质，盲目追求名牌；第二阶段是优质高价的产品风靡，消费者的产品质量和实用性意识提升，除了关注品牌也开始关注产品本身；目前正在经历的是第三阶段，消费者偏好优质低价的产品，对产品本身性价比的关注更甚于品牌效应；未来消费观念将向第四阶段发展，能够体现生活方式和情感共鸣的产品有望成为趋势。

“低端”商业革命如何发展演变？我们认为注重性价比的理性消费观主要自海外（日美为主）输入，传播至国内一二线，最后将延展至国内低线城市。优衣库、无印良品进驻国内且得到快速发展，美国Costco也于2016年11月进军线上，一定程度上证明源于日美“理性”消费观逐渐开始输入到国内，国内消费者（尤其是一线城市）也渐渐接受。近年来小米生态链、网易严选的崛起表明一二线城市消费者性价比意识提升，优质必然高价的陈旧观念不断淡化。拼多多的悄然风靡一定程度上显示了三四线消费者开始注重性价比，而非高端昂贵名牌和低端劣质无品牌的两极分化，未来预期对设计美感的追求也将不断提升。

图：“低端”商业革命将按照海外观念流入-一二线-三四线的方式发展演变 资料来源：公开资料整理

引发“低端”商业革命的具体原因有哪些？我们尝试从需求端和供给端两方面的变化解释“低端”商业革命的发展演变。

需求端：低线城市消费群体扩大，消费能力上升，消费观念转变；主流消费群体切换完成，80/90后新的消费理念引领市场发展方向。

供给端：企业效率提高，成本下降，更加关注产品本身，不断提高性价比；一线品牌主动布局渠道下沉，且收效明显。

图：需求、供给两端的变化致使产品和市场走向“低端” 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-市场深度分析与发展前景预测》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 国内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、零售行业竞争风险析
- 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的关键客户战略实施

- 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/326255326255.html>