

2021年中国即时零售行业分析报告- 行业深度研究与发展战略评估

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《2021年中国即时零售行业分析报告-行业深度研究与发展战略评估》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/hulianwang/557021557021.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、即时零售行业概况

1.即时零售定义及分类 即时零售是互联网零售平台为消费者提供食品饮料、蔬菜水果、鲜花蛋糕、医药健康、家居日用、数码3C等商品的即时到家业务，通常用户下单后，30分钟起到2小时配送上门。即时零售可分为平台式即时零售电商和自营式即时零售电商。

即时零售分类 资料来源：观研天下整理

2.即时零售商业模式 即时零售商业模式可分为平台模式和自营模式。其中自营模式分为垂直自营模式和传统商超自营模式。即时零售两大商业模式各具特点和优劣势。

即时零售商业模式对比

对比维度

平台模式

自营模式

垂直自营模式

传统商超自营模式

商业模式

互联网平台对接线下商家和消费者，多数提供即时配送能力，也支持商家自配送深耕生鲜果蔬、鲜花蛋糕、医药健康、酒水饮料等品类中一个产品领域，平台内商品一般为自营，负责整个进货、销货、配送环节。

大型商超或零售门店通过自营APP或者微信小程序，为消费者提供送货到家服务，平台一般负责整个进货、销货、配送环节

优势

1.运营模式较轻，商家入驻后可将商品搬到线上门店，通过平台流量对接消费者需求，多方联动性强，容易形成规模效应

2.商家类型较多，可满足消费者在蔬菜水果、家居日用、医药健康、鲜花绿植等多品类即时消费需求

3.消费者选择更广，用户习惯培养更快

1.更关注细分领域，可精准挖掘客户需求

2.自营产品易把控商品质量及拣货速度

1.上线自营到家业务的零售商一般在行业内排名位居前列，拥有自己的核心用户，具有品牌优势

2.实体门店可以同时承担仓储功能

劣势

难以把控商品质量及拣货速度

供应链、仓储投入较大;可提供的即时配送到家服务的商品品类相对较少;覆盖范围相对平台模式来说相对较小

受到网点布局限制，消费者选择范围相对较窄，最后一公里配送成本较高

代表企业

美团闪购、京东到家

美团买菜、叮当快药

永辉生活、大润发 资料来源：观研天下整理

3.即时零售产业链 即时零售产业链上游为休闲零食、酒水饮料、日化用品、医药保健等品牌商，中游参与者包括本地线下零售商户、即时零售电商、即时物流等，下游为消费者。

即时零售产业链

资料来源：观研天下整理

二、即时零售行业市场发展环境分析

1.传统零售转型升级，我国步入新零售时代 在消费升级和新兴技术推动下，我国传统零售转型升级，新零售生态逐步建立起来。随着新零售生态系统的逐步完善，即时零售得到快速发展。

新零售生态系统组成及构建要点 资料来源：观研天下整理

2.即时零售商与传统零售商、品牌商优势互补，互相促进 即时零售与传统零售在客群、场景、渠道三大方面均存在明显的互补关系。例如美团闪购等即时零售电商拥有较大的流量，可以帮助零售商超拓展线上销售渠道，触达更多的消费人群，并可以帮助商超全渠道营销推广，精准获客;商超线下零售渠道则具有即买即得、用户可以实际触摸或体验商品，对商品信赖度高等优势。线上线下融合，可以让零售商超更好地满足消费者的多样化需求。而即时零售商与品牌商的优势互补，即时零售商可精准触达消费者，为品牌商带来新增量。

即时零售电商与线下商超的优劣势分析

类别

优势

劣势

互补

即时零售电商

- 1.流量巨大，积累庞大用户及消费数据，可提供用户画像助力经营决策
- 2.拥有各类系统化工具及技术优势，可帮助门店实现数字化经营管理
- 3.全渠道营销推广，助力线下零售门店精准获客

- 1.缺少与用户之间的直接交互缺乏体验感
- 2.缺少与用户之间的直接交互缺乏体验感

客群互补

场景互补

渠道互补

线下商超

- 1.即到即买，即买即得
- 2.线下购物环节可直接与消费者进行当面交互
- 3.用户可以实际触摸或体验商品，对商品质量更为信赖

- 1.受地理位置及空间限制，覆盖范围有限制
- 2.缺乏用户及经营的过程数据
- 3.缺乏商品详细介绍、评分、使用评价等维度的信息
- 4.缺乏系统化工具 资料来源：观研天下整理

3.即时零售与其他零售业态长期并存，既相互竞争又形成互补

即时零售与社区电商、综合电商等其他零售业态长期并存，形成相互竞争、相互补充的市场格局。 即时零售与其他零售业态对比

对比维度

前置仓到家

到家

超市+餐饮

社区拼团

传统生鲜电商

城市

一二线城市为主

一二线城市为主

一二线城市为主

二三线城市为主

全国布局

覆盖

1-3公里

1-3公里

1-3公里

500米-1公里

>10公里

配送时长

1小时内

1小时内半天内

1h内

1-2天

1-2天

模式优势

租金低

平台式运营，规模扩张快

线上线下一体化体验信任&获客优势

获客成本低、集中履约降低成本周转效率高以销定采

用户习惯早期培养获客成本低无需异地拓展

模式劣势

供应链、仓储、配送等投入大获客不持续

与线下商家合作，无法把控质量

门店人工成本、租金成本高

拓品类受限团长履约难以控制

配送时间较长，商品损耗高，时效性差

案例

每日优鲜、叮咚买菜、美团买菜

淘鲜达、饿了么京东到家

盒马鲜生7Fresh

兴盛优选、多多买菜、美团优选

天猫生鲜等 资料来源：观研天下整理

4.85、90后成为消费市场主力军，即时性消费习惯逐渐养成 随着时代变迁，85、90后成为消费市场主力军。80、90后习惯于线上购物，消费时更注重消费的便利性、物流的时效性、品类的丰富度和平台的知名度，对价格相对不敏感。同时在快节奏的消费市场下，85、90后即时性的消费习惯逐渐养成，是即使零售消费市场的中坚力量。数据显示，2020年，我国即时零售消费者中，85、90后总占比超5成。

2020年我国即时零售消费者年龄分布情况 数据来源：观研天下数据中心整理

5.即时零售品类不断增加，消费者选择增多 随着即时零售品类不断增加，消费者的选择增多，利于行业进一步扩张。数据显示，2019年，水果蔬菜、休闲零食、牛奶乳品等为用户在即时零售电商平台最常购买的品类。2020年，用户在即时零售电商平台最常购买的品类发生改变，粮油副食、肉禽蛋、酒水饮料、医药保健等品类需求占比增多。

2019年我国即时零售消费者购买品类占比情况 数据来源：观研天下数据中心整理

2020年我国即时零售消费者购买品类占比情况 数据来源：观研天下数据中心整理

三、即时零售行业发展现状及前景分析 近年来，我国即时零售行业快速发展，市场规模呈现良好增长态势。数据显示，我国即时零售市场规模由2016年的16亿元增长至2020年的337亿元。受疫情影响，即时零售消费习惯进一步养成，预计2021年我国即时零售行业市场规模将达到505亿元。

2016-2025年我国即时零售行业市场规模及预测 数据来源：观研天下数据中心整理

四、即时零售重点平台分析

1.京东到家

(1) 京东到家简介 京东到家是达达集团旗下中国领先的本地即时零售平台，依托达达快送和零售合作伙伴，为消费者提供超市便利、生鲜果蔬、医药健康、3C家电、鲜花绿植、蛋糕美食、服饰运动、家居时尚、个护美妆等海量商品约1小时配送到家的即时消费服务体验。

京东到家发展历程

时间

事件

2014.6

达达正式上线

2015.4

京东到家上线

2015.6

达达完成1亿美金C轮融资由DST领投、红杉与景林跟投

2015.9

达达完成3亿美金D轮融资由DST和红杉资本领投

2015.12

京东到家与永辉达成战略合作

2016.4

京东到家与达达合并为达达-京东到家

2016.6

达达-京东到家与沃尔玛达成战略合作

2016.10

达达-京东到家获得来自沃尔玛的5千万美金战略投资

2017.11

达达日单量峰值突破800万单

2018.4

达达-京东到家与华润万家达成战略合作

2018.6

在618期间达达订单量突破千万级

2018.7

达达-京东到家与全国大部分头部连锁药店达成合作

2018.8

达达-京东到家完成新一轮5亿美金融资由沃尔玛、京东分别增持累计融资超过13亿美金

2018.9

达达-京东到家与屈臣氏、万宁、名创优品达成战略合作

2019.4

达达接入个人跨城快递服务

2019.6

达达上线“苍穹”大数据平台

2019.7

达达-京东到家出任上海人工智能发展联盟理事单位助力上海的国家人工智能高地建设

2019.12

公司更名为达达集团，旗下本地即时配送平台达达更名为达达快送

2020.1

达达集团开创“直播购物1小时达”模式

2020.3

达达快送面向全国上线“信用骑士”服务

2020.6

达达集团在美国纳斯达克证券交易所上市

2020.10

达达集团与伊利、蒙牛、玛氏箭牌、雀巢、百事食品、联合利华等一线品牌深化战略合作

2020.12

达达快送与山姆合作三年，单仓日均配送订单量增长超10倍

2021.3

达达集团获京东集团增持，双方全面深化全渠道战略合作

2021.5

达达集团自主研发的数字化中台SaaS——达达海博系统已合作90家大中型连锁超市，上线3600+门店

2021.7

达达集团众包拣货管理数字化解决方案——达达优拣正式发布 资料来源：观研天下整理
京东到家商业模式 资料来源：观研天下整理

（2）京东到家优势

A.业务覆盖优势 截至2020年底，京东到家业务覆盖全国约1400个县市区，其即时零售规模不断扩大，O2O模式渗透率越来越高，京东到家APP月活排名靠前。

2014-2019年京东到家即时配送订单规模 数据来源：观研天下数据中心整理

2021年4月即时零售平台月活用户量对比 数据来源：观研天下数据中心整理

B.一体化解决方案优势 京东到家以流量赋能、履约赋能、用户赋能、商品赋能、营销赋能为核心，为传统零售商提供线上线下融合的一体化解决方案，使实体门店具备线上履约能力，大幅提升坪效与人效，获得长足的线上业绩增长。

京东到家线上线下融合的一体化解决方案

资料来源：观研天下整理

C.技术优势 达达海博系统是达达集团自主研发的数字化中台SaaS系统，为连锁零售商提供O2O全渠道数字化解决方案。其优势在于，可一套系统一次对接，帮助商家低门槛、稳定、高效的经营线上全渠道业务。系统稳定性达到99.99%，数据一致率99.99%，对账一致率99.999%。截至2021年5月，海博系统已合作超过90家大中型连锁零售商，应用部署超过3600家门店。

达达海博系统优势 资料来源：观研天下整理

D.拣货效率优势 达达优拣是达达集团旗下中国领先的众包拣货管理数字化解决方案商，在业内首创“众包拣货”模式，由众包拣货员为零售门店提供拣货服务，提供全渠道订单拣货、商品打包、订单交付等工作，助力零售商实现拣货作业、拣货管理的数字化和产业化，提升全渠道订单拣货效率。达达优拣依托于自研的拣货管理系统，将用工与门店线上订单需求进行精准匹配，通过智能算法和系统自动调整拣货策略，实现最优化拣货效率。目前，达达优拣已首批落地沃尔玛、华润万家、永辉超市、七鲜等商家门店。平台数据显示，已

有超万人通过达达优拣注册成为众包拣货员。

达达优拣优势

资料来源：观研天下整理

E. 业务升级优势 过去7年，京东通过京东到家等平台探索即时零售业务，但有一个问题始终存在——每个即时零售服务都有自己的入口，用户很容易被分散，也难以建立用户心智。在2021年双11前夕，京东携手达达集团发布全新即时零售品牌“小时购”，实现配送时效的进一步升级。

京东“小时购”流程

资料来源：观研天下整理

2.淘鲜达

(1) 淘鲜达简介 淘鲜达是阿里巴巴同城零售事业群旗下实现本地超市入驻，以及消费者购物1小时到家的平台，于2017年5月正式上线。作为阿里巴巴新零售战略的一部分，通过帮助商家实体店铺进行数字化改造，并提供线上线下融合的产品解决方案来服务传统零售行业。

淘鲜达商业模式

资料来源：观研天下整理

(2) 淘鲜达优势

A. 业务覆盖优势 截至2020年，淘鲜达平台已有超过50家的实体零售商入驻，包括大润发、家乐福、世纪联华、三江购物、卜蜂莲花、绿地优选等。上线超过2500家门店，为全国近250个城市用户提供了超市商品1小时送达的服务。

B. 商品及配送优势 淘鲜达平台2500+家线下商超入驻，平均每店超1w支sku/生鲜、乳饮、休食/品牌商品，持续扩大商超占比。在配送方面，淘鲜达更提供了1小时到家、门店自提等个性化选择。

C. 新零售平台解决方案优势 淘鲜达的多渠道线上流量带来门店增量，确定的配送服务锁定消费者心智，通过大数据提升商品力。

淘鲜达新零售平台解决方案优势

解决方案

优势

简介

智能收银解决方案

为商家打通会员、支付、营销的全域一体化门店交易终端

自助收银

重新定义新一代POS收银,告别人工收银排队

线下收银管理

为商家提供电子排班、日结换班等

智能AI防损

具备领先的AI智能防损模块,大幅减少看守自助机的人力,同时降低损耗

系统化容灾

为商家带来更稳定&业务无损的离线收银服务

支付接入

支付宝、银联、其余外部支付等多样支付能力

实时监控报警

实时监控门店POS运行情况并可远程切换离线

全渠道解决方案

为商家整合全渠道资源,为消费者带来最佳体验

手淘/饿了么等流量天然接入

超级APP流量引入,快速为门店从线上引流

30min履约能力导入

30min履约能力输出,与运力资源共享,助力商家具备线上订单履约能力敬请期待

一站式渠道接入

统一全渠道中台对接多个外部渠道,大幅减少对接成本

商品标准库

平台提供商超零售行业高质量的标准商品信息,帮助线下零售商家快速实现商品查看

门店数字化

借助大数据、人工智能、云平台等提高效率、降低成本

价签/电子秤云端解决方案

门店最后一公里管理的数字化沉淀,提供更高效率的协同管理

全面智能补货解决方案

通过全面的数字化预测,最优化供应链库存来满足消费者的需求

货架可视化解决方案

以最快的速度,充分了解产品在各种消费场中的销售情况

移动巡检解决方案

提供最便捷的现场经营管理工具,让每一位商家拥有智慧的管理团队

可预测可调控的生产加工解决方案

追寻最低的生产消耗,最大可执行生成计划,满足更多的消费者

智能排班劳动力管理

基于数字化作业,业务量预测和机器学习,为门店提供智能排班建议,提高人敬请期待

智慧零售后台

帮助零售商全面提升商品力与供应链效率

商品及品类管理

基于全渠道商品运营以及品类管理工具,全面提升商品力

智慧供应链平台

以数据驱动的高效供应链管理,优化供应链效率同时提升消费者体验

仓储物流管理系统

提供高效的端到端全数字化物流、仓储管理执行系统 资料来源:观研天下整理

3.美团闪购

(1) 美团闪购简介

美团闪购是美团旗下的LBS即时零售电商,2018年作为独立品牌发布。美团闪购链接商家和消费者,助力零售商数字化升级。

美团闪购商业模式

资料来源:观研天下整理

(2) 美团闪购优势

A.业务覆盖优势

当前美团配送已覆盖全国超过2800个市区县,在过去三年内已经覆盖了酒水零食、果蔬生鲜、鲜花绿植、宠物母婴、数码图书等传统零售行业商品的即时配送服务。

B.流量优势 美团2021年Q1财报数据显示,美团年度交易用户数目达5.7亿。背靠美团和美团外卖的流量入口,美团闪购具有天然的流量优势。数据显示,2020年第四季度,美团闪购订单量峰值超450万单。

五、即时零售行业发展趋势

1.即时零售消费场景多元化发展 数据显示,2020年,不愿意出门/跑远路、遇恶劣天气及时间紧急不方便出门购买是用户在即时零售电商消费最主要的原因。此外,与朋友/家人聚餐时以及在公司工作时也是即时零售较为常见的消费场景。未来,随着消费者需求的

变化及行业的发展，即时零售消费场景将越来越多元化。

2020年我国即时零售消费场景占比情况 数据来源：观研天下数据中心整理

2.即时零售行业竞争加剧 现阶段，我国即时零售行业参与者众多。在渗透率增长空间广阔的即时零售市场内，阿里巴巴、美团、京东都希望于此获得新的发展和增长机遇。随着京东全新即时零售品牌“小时购”上线，我国即时零售行业市场竞争将日趋激烈。

3.配送时效将成为即时零售平台升级重点 数据显示，消费者对即时零售平台配送时长的重视程度由2019年的43.6%提升至2020年的48.3%。在消费者对即时零售平台配送时长愈发重视和行业竞争加剧的背景下，配送时效将成为即时零售平台的升级重点。

2019-2020年消费者对即时零售平台配送时长的重视程度变化情况

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国即时零售行业分析报告-行业深度研究与发展战略评估》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。

行业报告是业内企业、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家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国即时零售行业发展概述

第一节 即时零售行业发展情况概述

- 一、即时零售行业相关定义
- 二、即时零售行业基本情况介绍
- 三、即时零售行业发展特点分析
- 四、即时零售行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、即时零售行业需求主体分析

第二节 中国即时零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、即时零售行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国即时零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国即时零售行业生命周期分析

- 一、即时零售行业生命周期理论概述
- 二、即时零售行业所属的生命周期分析

第四节 即时零售行业经济指标分析

- 一、即时零售行业的赢利性分析
- 二、即时零售行业的经济周期分析
- 三、即时零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国即时零售行业进入壁垒分析

- 一、即时零售行业资金壁垒分析
- 二、即时零售行业技术壁垒分析
- 三、即时零售行业人才壁垒分析
- 四、即时零售行业品牌壁垒分析
- 五、即时零售行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球即时零售行业市场发展现状分析

第一节 全球即时零售行业发展历程回顾

第二节 全球即时零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲即时零售行业地区市场分析

一、亚洲即时零售行业市场现状分析

二、亚洲即时零售行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲即时零售行业市场前景分析

第四节 北美即时零售行业地区市场分析

一、北美即时零售行业市场现状分析

二、北美即时零售行业市场规模与市场需求分析

三、北美即时零售行业市场前景分析

第五节 欧洲即时零售行业地区市场分析

一、欧洲即时零售行业市场现状分析

二、欧洲即时零售行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲即时零售行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界即时零售行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球即时零售行业市场规模预测

第三章 中国即时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 中国即时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 中国即时零售产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国即时零售行业运行情况

第一节 中国即时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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国即时零售行业市场规模分析

第三节 中国即时零售行业供应情况分析

第四节 中国即时零售行业需求情况分析

第五节 我国即时零售行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国即时零售行业供需平衡分析

第七节 中国即时零售行业发展趋势分析

第五章 中国即时零售所属行业运行数据监测

第一节 中国即时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 中国即时零售所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国即时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 2017-2021年中国即时零售市场格局分析

第一节 中国即时零售行业竞争现状分析

一、中国即时零售行业竞争情况分析

二、中国即时零售行业主要品牌分析

第二节 中国即时零售行业集中度分析

一、中国即时零售行业市场集中度影响因素分析

二、中国即时零售行业市场集中度分析

第三节 中国即时零售行业存在的问题

第四节 中国即时零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国即时零售行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国即时零售行业需求特点与动态分析

第一节 中国即时零售行业消费市场动态情况

第二节 中国即时零售行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 即时零售行业成本结构分析

第四节 即时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

第五节 中国即时零售行业价格现状分析

第六节 中国即时零售行业平均价格走势预测

一、中国即时零售行业价格影响因素

二、中国即时零售行业平均价格走势预测

三、中国即时零售行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国即时零售行业区域市场现状分析

第一节 中国即时零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区即时零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区即时零售市场规模分析

四、华东地区即时零售市场规模预测

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、华中地区即时零售市场规模分析

四、华中地区即时零售市场规模预测

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、华南地区即时零售市场规模分析

四、华南地区即时零售市场规模预测

第九章 2017-2021年中国即时零售行业竞争情况

第一节 中国即时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 中国即时零售行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国即时零售行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 即时零售行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国即时零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国即时零售行业未来发展前景分析

- 一、即时零售行业国内投资环境分析
- 二、中国即时零售行业市场机会分析
- 三、中国即时零售行业投资增速预测

第二节 中国即时零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国即时零售行业市场发展预测

- 一、中国即时零售行业市场规模预测
- 二、中国即时零售行业市场规模增速预测
- 三、中国即时零售行业产值规模预测
- 四、中国即时零售行业产值增速预测
- 五、中国即时零售行业供需情况预测

第四节 中国即时零售行业盈利走势预测

- 一、中国即时零售行业毛利润同比增速预测
- 二、中国即时零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国即时零售行业投资风险与营销分析

第一节 即时零售行业投资风险分析

- 一、即时零售行业政策风险分析
- 二、即时零售行业技术风险分析
- 三、即时零售行业竞争风险分析
- 四、即时零售行业其他风险分析

第二节 即时零售行业应对策略

- 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 2021-2026年中国即时零售行业发展战略及规划建议

第一节 中国即时零售行业品牌战略分析

- 一、即时零售企业品牌的重要性
- 二、即时零售企业实施品牌战略的意义
- 三、即时零售企业品牌的现状分析
- 四、即时零售企业的品牌战略
- 五、即时零售品牌战略管理的策略

第二节 中国即时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 中国即时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 2021-2026年中国即时零售行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国即时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 中国即时零售行业营销渠道策略
 - 一、即时零售行业渠道选择策略
 - 二、即时零售行业营销策略
- 第三节 中国即时零售行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
 - 一、中国即时零售行业重点投资区域分析
 - 二、中国即时零售行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/557021557021.html>