

2019年中国新零售行业分析报告- 产业竞争现状与投资商机研究

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《2019年中国新零售行业分析报告-产业竞争现状与投资商机研究》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/434009434009.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

6月底，苏宁易购宣布拟出资48亿元收购家乐福中国80%股份，引起舆论广泛关注。

图片来源：pexels

中国零售业百花齐放 家乐福黯然收场

得益于互联网，中国零售业快速发展，但对传统零售巨头家乐福来说确十分难熬。现代服务业的冲击、电子商务的发展，使得家乐福曾经对中国传统零售企业所积累的优势荡然无存。

“家乐福的优势在于体量大，但‘船小才好调头’。”白明表示，中国本土零售企业可以对市场变化迅速做出反应、调整经营战略，而家乐福庞大的体量、过去非常成功的商业模式，反而可能变成了制约进一步改革的“包袱”。

在中国国际交流中心首席研究员张燕生看来，家乐福事件还应放在全球化发展的大背景中理解。“这是一个非常有意思的全球化现象——随着全球化发展，跨国公司逐渐打不过东道国的本地企业了。”张燕生说，“不仅仅是家乐福，也包括其他的行业，比如前些年麦当劳中国被中信收购，都是跨国经营遇到了瓶颈期，一旦本地化做得不好，跟不上东道国的市场变化，就很有可能被收购。”

出于战略动机 苏宁瞄准家乐福

在7月1日至2日苏宁内部召开的半年度工作会议上，苏宁控股集团董事长张近东就拟收购家乐福中国一事首次公开表态。张近东表示，拟收购家乐福中国是苏宁智慧零售布局的关键一步，此举让苏宁的全品类营销战略在快消类目上实现了重大突破，成功补足了苏宁大快消的短板，将真正实现全产品全场景运营。

事实上，不仅是苏宁，近年来线上零售巨头纷纷抢滩线下商超市场。2017年5月，阿里巴巴购入联华超市18%的股份，成为联华超市第二大股东；2017年11月，阿里巴巴28.8亿美元收购大润发的母公司高鑫零售36.16%的股份。同年12月，腾讯购入永辉超市5%股份，2018年6月，腾讯宣布与沃尔玛中国结成深度合作。而这一系列的行业操作，是线上流量增长已接近天花板。随着人口红利的消退、智能手机的饱和，整个线上流量的增长逐渐进入瓶颈期。线上的发展要通过线下落地。包括配送、体验资源，都是线下比较强，没有线下的物流保障、仓储库存，线上的发展往往容易虚无缥缈。

随着新用户习惯养成 未来中国新零售市场潜力可持续挖掘

得益于新零售风口的兴起，各地的创新型企业也层出不穷，但北京市、上海市和广东省仍聚集着70%的新零售企业。北京作为高新科技产业聚集地，以33.5%的新零售企业占比位列榜单第一位，其布局涵盖供应链、无人便利店、无人货架、生鲜等多种业态，其代表企业为盒马鲜生。上海作为中国零售业最发达的地区，在新零售中以22.3%的企业数量占比排名第二。上海不仅拥有传统零售巨头百联集团，在技术革新的推动下，还诞生了以猩便利为

代表的一众新零售企业。广东省一直是各类新鲜事物涌入的第一站，其以14.6%的企业数量占比排名第三。

新零售行业在我国发展时间较短，2016年新零售概念提出，2017年进入新零售元年，新零售市场规模为389亿元。随着用户习惯的养成及新零售模式的创新，未来增长潜力巨大，预测2022年整个市场规模有望突破18000亿元。

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国新零售行业分析报告-产业竞争现状与投资商机研究》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。

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珠宝首饰机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、珠宝首饰机构、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、中国珠宝首饰、中国珠宝首饰、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国新零售行业发展概述

第一节 新零售行业发展情况概述

- 一、新零售行业相关定义
- 二、新零售行业基本情况介绍
- 三、新零售行业发展特点分析

第二节 中国新零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、新零售行业产业链条分析

三、中国新零售行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国新零售行业生命周期分析

一、新零售行业生命周期理论概述

二、新零售行业所属的生命周期分析

第四节 新零售行业经济指标分析

一、新零售行业的赢利性分析

二、新零售行业的经济周期分析

三、新零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国新零售行业进入壁垒分析

一、新零售行业资金壁垒分析

二、新零售行业技术壁垒分析

三、新零售行业新零售壁垒分析

四、新零售行业品牌壁垒分析

五、新零售行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球新零售行业市场发展现状分析

第一节 全球新零售行业发展历程回顾

第二节 全球新零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新零售行业地区市场分析

一、亚洲新零售行业市场现状分析

二、亚洲新零售行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲新零售行业市场前景分析

第四节 北美新零售行业地区市场分析

一、北美新零售行业市场现状分析

二、北美新零售行业市场规模与市场需求分析

三、北美新零售行业市场前景分析

第五节 欧盟新零售行业地区市场分析

一、欧盟新零售行业市场现状分析

二、欧盟新零售行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟新零售行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界新零售行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球新零售行业市场规模预测

第三章 中国新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、全社会消费品新零售总额
- 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 中国新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 中国新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 中国新零售行业运行情况

第一节 中国新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 中国新零售行业市场规模分析

第三节 中国新零售行业供应情况分析

第四节 中国新零售行业需求情况分析

第五节 中国新零售行业供需平衡分析

第六节 中国新零售行业发展趋势分析

第五章 中国新零售所属行业运行数据监测

第一节 中国新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 中国新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 中国新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 2016-2018年中国新零售市场格局分析

第一节 中国新零售行业竞争现状分析

一、中国新零售行业竞争情况分析

二、中国新零售行业主要品牌分析

第二节 中国新零售行业集中度分析

一、中国新零售行业市场集中度分析

二、中国新零售行业企业集中度分析

第三节 中国新零售行业存在的问题

第四节 中国新零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国新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 2016-2018年中国新零售行业需求特点与动态分析

第一节 中国新零售行业消费市场动态情况

第二节 中国新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 新零售行业成本分析

第四节 新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 中国新零售行业价格现状分析

第六节 中国新零售行业平均价格走势预测

- 一、中国新零售行业价格影响因素
- 二、中国新零售行业平均价格走势预测
- 三、中国新零售行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国新零售行业区域市场现状分析

第一节 中国新零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新零售市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区新零售市场规模分析
- 四、华东地区新零售市场规模预测

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、华中地区新零售市场规模分析
- 四、华中地区新零售市场规模预测

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、华南地区新零售市场规模分析
- 四、华南地区新零售市场规模预测

第九章 2016-2018年中国新零售行业竞争情况

第一节 中国新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 中国新零售行业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 中国新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

第十章新零售行业企业分析（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 2019-2025年中国新零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国新零售行业未来发展前景分析

一、新零售行业国内投资环境分析

二、中国新零售行业市场机会分析

三、中国新零售行业投资增速预测

第二节 中国新零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国新零售行业市场发展预测

一、中国新零售行业市场规模预测

二、中国新零售行业市场规模增速预测

三、中国新零售行业产值规模预测

四、中国新零售行业产值增速预测

五、中国新零售行业供需情况预测

第四节 中国新零售行业盈利走势预测

一、中国新零售行业毛利润同比增速预测

二、中国新零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国新零售行业投资风险与营销分析

第一节 新零售行业投资风险分析

一、新零售行业政策风险分析

二、新零售行业技术风险分析

三、新零售行业竞争风险分析

四、新零售行业其他风险分析

第二节 新零售行业企业经营发展分析及建议

一、新零售行业经营模式

二、新零售行业销售模式

三、新零售行业创新方向

第三节 新零售行业应对策略

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 2019-2025年中国新零售行业发展战略及规划建议

第一节 中国新零售行业品牌战略分析

一、新零售企业品牌的重要性

二、新零售企业实施品牌战略的意义

三、新零售企业品牌的现状分析

四、新零售企业的品牌战略

五、新零售品牌战略管理的策略

第二节 中国新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 中国新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 2019-2025年中国新零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国新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 中国新零售行业定价策略分析

第三节 中国新零售行业营销渠道策略

- 一、新零售行业渠道选择策略
- 二、新零售行业营销策略

第四节 中国新零售行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国新零售行业重点投资区域分析
- 二、中国新零售行业重点投资产品分析

图表详见正文

号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/434009434009.html>