

# 2019年中国服务零售市场分析报告- 市场行情监测与未来商机预测

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《2019年中国服务零售市场分析报告-市场行情监测与未来商机预测》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/394063394063.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

零售服务是指零售服务商在零售的各个环节为零售链条提供的促进商品流通的增值性服务。零售服务业自古有之，并且随着零售的发展而不断演化。零售服务的出现实质上是社会分工细化的必然结果。行业内部的子业态推陈出新，行业外部边界不断扩展，而同时各板块边界逐步融合，逐步形成了环环相扣和互融互通的产业格局。

零售服务行业逐步进入产业研究的视野得益于近年来的零售边界弱化和渠道融合。电商的发展促进了电商服务业的繁荣，但是随着移动时代来临，线上线下的边界弱化，零售服务的边界也随之减弱。比如第三方支付最初为线上网商服务，而现在也开始为实体店铺提供支付便利，快递物流原来只为线上网商做最后一公里配送，而现在也开始为超市等提供即时配送服务。因此以往被忽略的更大的零售服务业开始进入公众视野。

零售服务包括营销、交易、支付、物流、技术赋能和运营支持。营销和交易为基本服务，支付和物流是通用服务，技术赋能和运营支持是支持服务。基本服务的重要性最高。其中，交易板块曾经是零售的中枢，为零售参与双方提供对接方式。但是随着渠道融合，交易板块的重要性逐步减弱，而营销板块的地位在逐步提升。营销的最终目的是为了达成交易，作为营销的重点，流量的重要性也随之凸显，而内容和注意力经济是未来获取流量的关键。

### 服务零售业趋势

信息来源：互联网

基于对零售服务行业的深入洞察，毕马威关注技术带来的持续改变和模式创新。我们希望，本报告能够帮助读者更近距离观察零售服务行业，透析我国零售服务业的发展现状及未来展望，以期推动我国零售服务行业的稳健发展。

### 一、零售服务定义

#### 1、服务是促进商品流通的增值性服务

零售，即为商品由生产者转移至终端消费者的过程。零售商向终端消费者直接销售商品，商品不包括服务以及用于生产资料的工业品。

零售服务，为商品在零售链条中的流通赋能，增强零售商与终端消费者间的联系纽带，缩短零售商触达终端消费者的路径，降低终端消费者进行零售消费的间接成本。

零售服务自零售兴起之始即生根发芽，随着社会分工的细化不断演进。在零售变革的推动下，消费者对于商品的期待不再局限于对其本身的功能诉求，而向外拓展出对即时、灵活、个性化服务的体验诉求，使得零售服务创造的价值变得越来越重要。

零售服务概念图解 信息来源：互联网

## 2、零售服务的出现是社会分工细化的必然结果

零售服务的出现和发展是社会分工细化的必然结果。随着经济的发展和科技的进步，零售链条被解构成多个紧密相连的细化环节。每个环节都会有第三方零售服务商提供专业服务，使得零售商不再需要自建零售链条所需的全部职能，转而依靠零售服务商提供外包服务，专注发展其核心竞争优势。

服装零售商业务模式的变革

信息来源：商务委

零售商从原来的自我服务零售链条所有环节，转为采用第三方零售服务商提供的专业服务。零售服务帮助零售商降低了开展零售业务的门槛、提升了资源利用效率、并释放了对商品深层次服务体验的潜在需求。

## 3、零售与零售服务的边界日益模糊

零售商在传统上通过对商品低买高卖来赚取价差，而零售服务商则通过提供相应的零售服务来获取收入。但是，一些零售商将原本服务自己零售链条的优势环节（如营销、支付、物流、交易等）发展成相应的零售服务，开放给全社会以及其他零售商使用。

零售商的零售服务发展历程

信息来源：商务委

## 二、零售服务行业发展沿革

### 1、中国零售服务业呈阶段式发展

中国零售服务业发展阶段

信息来源：商务委

未来零售服务的主要对象将转向零售生态的链接关系，零售商与消费者在零售链条的两端合力推动零售服务的变革。数字时代的零售服务将大幅提升零售链的透明度和效率，实现更优化的生产要素再分配。数字时代的变革给予细分领域的长尾零售商更多机会，而终端消费者的个性化需求也将得到更好的匹配，零售商也从“碎片化时间”的竞争逐步转移为“满足即时需求”的竞争。

零售服务业各阶段关键要素比较

信息来源：商务委

## 2、移动时代线上线下边界消弥已成定局

从3G到4G、从PC端到移动端，信息传输技术的发展和移动设备的普及使得线上电商得以通过智能移动终端下探到终端消费者的线下生活场景，同时也为线下实体零售商提供线上数字化、场景化的机会，线上与线下的界限日益模糊。随着零售业态线上线下场景壁垒被打破，零售服务也从仅服务实体店或电商的传统模式中解放出来，在新零售业态的推动下迭代更新，逐步发展成为服务于全渠道零售商的生态体系。

在保持多年高速发展后，我国互联网时代的人口红利已被渐渐消化，线上用户规模增长减缓。同时各类企业纷纷加入线上流量的争夺之中，迫使线上流量成本抬升，进一步削减企业的利润空间。以电商平台为例，近年来，主流头部电商平台的线上新增活跃用户营销成本逐年升高，其中2015至2016年是关键临界点，平均线上获客成本突破200元，已超过线下获客成本。（YZ）

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年中国服务零售市场分析报告-市场行情监测与未来商机预测》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。

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年中国服务零售行业发展概述

#### 第一节 服务零售行业发展情况概述

- 一、服务零售行业相关定义
- 二、服务零售行业基本情况介绍
- 三、服务零售行业发展特点分析

#### 第二节 中国服务零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、服务零售行业产业链条分析
- 三、中国服务零售行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国服务零售行业生命周期分析

- 一、服务零售行业生命周期理论概述
- 二、服务零售行业所属的生命周期分析

#### 第四节 服务零售行业经济指标分析

- 一、服务零售行业的赢利性分析
- 二、服务零售行业的经济周期分析
- 三、服务零售行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国服务零售行业进入壁垒分析

- 一、服务零售行业资金壁垒分析
- 二、服务零售行业技术壁垒分析
- 三、服务零售行业人才壁垒分析
- 四、服务零售行业品牌壁垒分析

## 五、服务零售行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球服务零售行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球服务零售行业发展历程回顾

#### 第二节 全球服务零售行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲服务零售行业地区市场分析

##### 一、亚洲服务零售行业市场现状分析

##### 二、亚洲服务零售行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲服务零售行业市场前景分析

#### 第四节 北美服务零售行业地区市场分析

##### 一、北美服务零售行业市场现状分析

##### 二、北美服务零售行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美服务零售行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟服务零售行业地区市场分析

##### 一、欧盟服务零售行业市场现状分析

##### 二、欧盟服务零售行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟服务零售行业市场前景分析

#### 第六节 2019-2025年世界服务零售行业分布走势预测

#### 第七节 2019-2025年全球服务零售行业市场规模预测

### 第三章 中国服务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、全社会消费品服务零售总额

##### 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 中国服务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 中国服务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 中国服务零售行业运行情况

##### 第一节 中国服务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 中国服务零售行业市场规模分析

##### 第三节 中国服务零售行业供应情况分析

##### 第四节 中国服务零售行业需求情况分析

##### 第五节 中国服务零售行业供需平衡分析

##### 第六节 中国服务零售行业发展趋势分析

#### 第五章 中国服务零售所属行业运行数据监测

##### 第一节 中国服务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 中国服务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 中国服务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年中国服务零售市场格局分析

##### 第一节 中国服务零售行业竞争现状分析

一、中国服务零售行业竞争情况分析

二、中国服务零售行业主要品牌分析

## 第二节 中国服务零售行业集中度分析

### 一、中国服务零售行业市场集中度分析

### 二、中国服务零售行业企业集中度分析

## 第三节 中国服务零售行业存在的问题

## 第四节 中国服务零售行业解决问题的策略分析

## 第五节 中国服务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年中国服务零售行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国服务零售行业消费市场动态情况

### 第二节 中国服务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 服务零售行业成本分析

### 第四节 服务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 中国服务零售行业价格现状分析

### 第六节 中国服务零售行业平均价格走势预测

#### 一、中国服务零售行业价格影响因素

#### 二、中国服务零售行业平均价格走势预测

#### 三、中国服务零售行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国服务零售行业区域市场现状分析

### 第一节 中国服务零售行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地服务零售市场分析

#### 一、华东地区概述

- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区服务零售市场规模分析
- 四、华东地区服务零售市场规模预测

### 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、华中地区服务零售市场规模分析
- 四、华中地区服务零售市场规模预测

### 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、华南地区服务零售市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国服务零售行业竞争情况

### 第一节 中国服务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 中国服务零售行业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 中国服务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 服务零售行业企业分析（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年中国服务零售行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国服务零售行业未来发展前景分析

- 一、服务零售行业国内投资环境分析
- 二、中国服务零售行业市场机会分析
- 三、中国服务零售行业投资增速预测

### 第二节 中国服务零售行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国服务零售行业市场发展预测

- 一、中国服务零售行业市场规模预测
- 二、中国服务零售行业市场规模增速预测
- 三、中国服务零售行业产值规模预测
- 四、中国服务零售行业产值增速预测
- 五、中国服务零售行业供需情况预测
- 第四节 中国服务零售行业盈利走势预测
- 一、中国服务零售行业毛利润同比增速预测
- 二、中国服务零售行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国服务零售行业投资风险与营销分析

### 第一节 服务零售行业投资风险分析

- 一、服务零售行业政策风险分析
- 二、服务零售行业技术风险分析
- 三、服务零售行业竞争风险分析
- 四、服务零售行业其他风险分析

### 第二节 服务零售行业企业经营发展分析及建议

- 一、服务零售行业经营模式
- 二、服务零售行业销售模式
- 三、服务零售行业创新方向

### 第三节 服务零售行业应对策略

- 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年中国服务零售行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国服务零售行业品牌战略分析

- 一、服务零售企业品牌的重要性
- 二、服务零售企业实施品牌战略的意义
- 三、服务零售企业品牌的现状分析
- 四、服务零售企业的品牌战略
- 五、服务零售品牌战略管理的策略

### 第二节 中国服务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 中国服务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年中国服务零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国服务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 中国服务零售行业定价策略分析

第三节 中国服务零售行业营销渠道策略

一、服务零售行业渠道选择策略

二、服务零售行业营销策略

第四节 中国服务零售行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国服务零售行业重点投资区域分析

二、中国服务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/394063394063.html>