

2020年中国新零售行业分析报告- 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《2020年中国新零售行业分析报告-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/424606424606.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

新零售，即企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段并运用心理学知识，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。

与传统零售相比，新零售在零售主体角色、零售产出内容、零售组织形态、零售活动关系、零售经营理念、零售技术应用这六大方面表现不同，更加强调以消费者体验为中心，以技术创新为驱动，注重行业降本增效。

据统计数据显示，2017年新零售领域新成立公司57家，全年共发生172起投资事件，比去年增加了60.75%，总投资额达625.36亿元，总金额比去年减少了6.58%。

2012-2017年我国新零售领域创投情况 数据来源：商务委

在新零售领域各赛道融资情况中，投资金额最高的是便利店\商超，投资金额达到880亿元，截止2017年底投资时间数量为29件；排名第二的是电商\O2O，截止2017年底投资时间数量为71件，投资金额达到610亿元；排名第三的是独立品牌，投资时间数量为67件，投资金额为183亿元。

2017年我国新零售个赛道融资情况 数据来源：商务委

新零售未来发展趋势

1、更加以消费者为中心

在零售市场竞争激烈的环境下，在商品极大丰富的大背景下，零售的发展，已逐步走出以商品为中心的模式，转向以消费者为中心，以流量为中心的方向加快发展。新零售需要从内容、形式和体验上如何更好地满足消费者的需求，是当前零售经营的核心。

2、精准与场景零售

在零售市场竞争激烈的形势下，竞争取胜的关键基础是精准定位，精准定位你的目标消费者，精准聚焦目标消费者的需求场景。没有精准就没有消费者认知，就难以引起目标消费者对你的。在精准定位基础上，是需要用有效的手段链接你的目标消费者，影响你的目标消费者。

3、流量零售

在线下、线上流量到顶的形势下，零售经营的核心元素已经变成是流量。流量是零售企业最重要的资源。未来的零售竞争是流量的竞争，是顾客资源的竞争。如何找到顾客、建立链接、产生影响、增强粘性、提升价值、打造终身价值顾客是零售经营的主线。

4、社交与社群零售

当前的社会环境下，以往商品力、品牌力为中心的零售营销模式已经在发生变化，社交力、社群力正在成为新的零售营销影响力。零售在变的社交化，具备更多的社交属性，具备更多的社交功能。在互联网环境下，社群影响已经成为消费购买的主要影响要素。围绕目标顾客，打造超强生活场景，构建更多的IP属性，通过社群产生粘性，逐步放大顾客价值，能够产生更大更有效的传播。

5、全渠道零售

目前的零售市场已经是高度的线下与线上二维市场。未来的零售市场必将是更加充分的二维市场结构空间。市场不会再回到单一的线下市场结构，只有实现二维市场融和规划，协同发展，才是把握了市场的全部。

6、智能化零售、无人零售

随着信息技术、智能技术的逐步成熟，人工智能将会逐步取代部分的人力，而使零售效率得到提升。从成本、效率、体验出发，无人零售、自助零售已经成为今年零售创新发展的新热点。未来可能成为一种主要零售形式，或者成为一重要的零售补充形式。（JPTC）

【报告大纲】

第一章 中国新零售背景下零售行业发展分析

1.1 全球零售行业发展分析

1.1.1 零售行业发展历程

1.1.2 零售市场发展规模

1.1.3 零售市场竞争格局

1.2 中国零售行业运行现状

1.2.1 零售行业企业规模

- 1.2.2 零售市场发展规模
- 1.2.3 大型企业运行情况
- 1.2.4 主要品类市场表现
- 1.2.5 主要业态市场规模
- 1.2.6 零售业社会贡献度
- 1.3 中国零售行业企业经营效益
 - 1.3.1 资产规模
 - 1.3.2 盈利能力
 - 1.3.3 成本费用
 - 1.3.4 劳动效率
- 1.4 中国零售市场发展现状特征
 - 1.4.1 总体规模平稳增长
 - 1.4.2 新兴业态增长明显
 - 1.4.3 消费升级态势良好
 - 1.4.4 衣食住行消费增长
 - 1.4.5 餐饮消费表现亮眼
 - 1.4.6 区域市场结构优化
- 1.5 中国零售市场格局分析
 - 1.5.1 实体零售式微
 - 1.5.2 电商冲击明显
 - 1.5.3 境外消费增长
- 1.6 中国零售行业转型升级分析
 - 1.6.1 数字化程度提高
 - 1.6.2 零售结构升级
 - 1.6.3 品牌化程度提高
 - 1.6.4 支付方式转变
- 1.7 中国零售行业发展存在的问题
 - 1.7.1 经营模式待升级
 - 1.7.2 商业布局待优化
 - 1.7.3 企业经营成本高
 - 1.7.4 大数据应用不足
 - 1.7.5 市场秩序待完善
- 1.8 中国零售行业发展建议
 - 1.8.1 发挥政策引导
 - 1.8.2 维护市场秩序

1.8.3 减轻企业负担

1.8.4 强化金融支持

1.8.5 建设公共服务

第二章 中国新零售的内涵及意义

2.1 新零售发展概况

2.1.1 新零售的概念

2.1.2 新零售的特点

2.1.3 新零售的本质

2.1.4 新零售的时代来临

2.2 新零售的内涵介绍

2.2.1 内核——交易

2.2.2 表现——创新

2.3 新零售的创新要点

2.3.1 角色主体换位

2.3.2 内容产出创新

2.3.3 组织形态创新

2.3.4 活动关系转变

2.3.5 经营理念创新

2.4 新零售的重要意义

2.4.1 改变商贸流通领域

2.4.2 链接所有参与主体

2.4.3 推动生产形式变革

2.4.4 促进社会消费升级

2.4.5 推动宏观经济发展

2.5 新零售发展措施建议

2.5.1 发挥大数据作用

2.5.2 构建商业治理体系

2.5.3 促进农产品消费

2.5.4 推动企业走出去

第三章 2020年中国新零售消费环境分析

3.1 宏观经济持续增长

3.1.1 宏观经济环境

3.1.2 社消零总额

- 3.1.3 居民可支配收入
- 3.1.4 居民消费支出
- 3.2 互联网改变零售形态
 - 3.2.1 转变生活方式
 - 3.2.2 改变链接方式
 - 3.2.3 改变信息环境
 - 3.2.4 改变资源配置方式
 - 3.2.5 创造新的商业模式
- 3.3 消费升级成必然趋势
 - 3.3.1 消费需求转变
 - 3.3.2 消费行为变化
 - 3.3.3 消费特点分析
 - 3.3.4 消费者属性分析
 - 3.3.5 消费结构预测
- 3.4 金融支持释放消费潜力
 - 3.4.1 消费者信心持续向好
 - 3.4.2 消费分期观念深入人心
 - 3.4.3 消费金融市场持续增长
- 3.5 基建完善及产业转移带动消费下沉
 - 3.5.1 交通基建完善
 - 3.5.2 物流事业快速增长
 - 3.5.3 城市化发展进程
 - 3.5.4 人口流动趋势分析
- 3.6 政策支持消费升级及产业转型
 - 3.6.1 促进消费推进产业升级
 - 3.6.2 促进实体零售转型
 - 3.6.3 电子商务领域相关政策
 - 3.6.4 商贸物流“十三五”规划

第四章 2020年中国新零售领域重点技术基础

- 4.1 新技术在零售领域的应用概况
 - 4.1.1 工业技术发展历程
 - 4.1.2 数字经济发展发展现状
 - 4.1.3 技术在零售中的应用
 - 4.1.4 零售行业技术发展现状

4.1.5 新技术在零售领域的价值

4.2 云计算

4.2.1 云计算在零售业的应用

4.2.2 云计算产业发展规模

4.2.3 零售业云计算发展现状

4.2.4 零售业企业应用偏好

4.2.5 云计算应用中的障碍

4.3 大数据

4.3.1 大数据市场规模

4.3.2 大数据应用价值

4.3.3 大数据应用场景

4.3.4 大数据应用案例——ZARA

4.4 零售物联网

4.4.1 物联网的应用价值

4.4.2 零售物联网重点板块

4.4.3 编码技术的应用

4.4.4 物联网市场规模预测

4.4.5 物联网发展重点预测

4.5 技术集成应用案例——信息化管理平台

4.5.1 数据分析平台

4.5.2 智慧门店管理系统

4.5.3 供应链平台

4.5.4 零售分销信息系统

第五章2020年中国新零售发展态势分析

5.1 2020年中国零售市场主要变化

5.1.1 需求侧拉动

5.1.2 供给侧推动

5.2 新零售给零售行业带来的变革

5.2.1 重构与消费者的关系

5.2.2 重新定义商圈

5.2.3 重构消费价值观

5.2.4 重新定义零售价值

5.3 新零售环境下零售渠道格局转变

5.3.1 传统渠道格局转变

5.3.2 零售新物种涌现

5.3.3 自助零售终端兴起

5.3.4 线上线下融合加速

5.4 新零售重点发展方向

5.4.1 购物场景化

5.4.2 生产柔性化

5.4.3 渠道扁平化

5.4.4 消费去中心化

5.4.5 流通便捷化

第六章2020年中国新零售环境下传统零售渠道发展与变革

6.1 零售渠道发展历程

6.1.1 百货商场阶段

6.1.2 连锁商店阶段

6.1.3 超级市场阶段

6.1.4 购物中心阶段

6.1.5 线上经营阶段

6.2 百货

6.2.1 市场面临的环境

6.2.2 行业经营情况

6.2.3 代表企业情况

6.2.4 经营模式转变

6.2.5 涉足其他业态

6.2.6 市场存在的问题

6.2.7 市场发展建议

6.3 零售连锁

6.3.1 行业经营情况

6.3.2 连锁百强企业特征

6.3.3 市场竞争格局

6.3.4 区域发展格局

6.4 超市

6.4.1 超市发展历程

6.4.2 行业经营情况

6.4.3 行业盈利水平

6.4.4 未来发展路径

6.5 购物中心

6.5.1 市场发展历程

6.5.2 市场规模现状

6.5.3 市场分布格局

6.5.4 市场发展指数

6.5.5 业态布局分析

6.5.6 运营模式转变

6.5.7 投资预测

6.6 便利店

6.6.1 市场发展规模

6.6.2 市场格局分布

6.6.3 营业成本分析

6.6.4 市场面临的挑战

6.6.5 市场发展趋势

6.7 仓储会员店

6.7.1 仓储会员店市场优势

6.7.2 全球市场发展规模

6.7.3 仓储会员店经营模式

6.7.4 仓储会员店电商市场

6.7.5 仓储式会员店市场增速

6.8 传统零售渠道升级趋势

6.8.1 百货业态升级

6.8.2 拓展奥莱市场

6.8.3 布局便利店

6.8.4 重视生鲜业态

6.8.5 拓展自营品牌

第七章2020年中国新零售环境下电商渠道发展及变革

7.1 中国网络零售市场运行现状

7.1.1 网络零售市场规模

7.1.2 市场竞争格局分析

7.1.3 电子商务用户规模

7.1.4 主要品类线上渗透率

7.1.5 电商在零售业的地位

7.2 电子商务市场环境发生的变化

- 7.2.1 市场增速放缓
- 7.2.2 市场竞争加剧
- 7.2.3 消费需求转变
- 7.3 中国网络零售市场现状特点分析
 - 7.3.1 互联网品牌壮大
 - 7.3.2 线上线下融合
 - 7.3.3 营销模式创新
 - 7.3.4 新技术推动行业升级
- 7.4 2020年中国跨境电商市场运行分析
 - 7.4.1 市场发展规模
 - 7.4.2 主流模式分析
 - 7.4.3 市场现状特征
 - 7.4.4 跨境电商的意义
- 7.5 2020年中国移动电商市场运行分析
 - 7.5.1 市场发展规模
 - 7.5.2 市场参与主体
 - 7.5.3 存在的问题分析
- 7.6 2021-2026年中国淘品牌发展分析
 - 7.6.1 重点领域分析
 - 7.6.2 市场特征现状

第八章2020年中国新零售环境下线上线下融合现状及模式分析

- 8.1 企业面临的发展环境
 - 8.1.1 零售市场结构转变
 - 8.1.2 获客成本发展逆转
 - 8.1.3 政策支持实体零售
- 8.2 线上线下融合的含义
 - 8.2.1 会员体系的融合
 - 8.2.2 供应链的融合
 - 8.2.3 购物体验的融合
- 8.3 消费行为过程中线上线下的融合
 - 8.3.1 购买前
 - 8.3.2 购买中
 - 8.3.3 融合趋势
- 8.4 线上线下融合企业布局动态

8.4.1 线下企业触网回顾

8.4.2 线下企业近期动态

8.4.3 线上资本抢占线下

8.4.4 国外零售巨头动态

第九章 中国零售新物种典型案例分析

9.1 体验式商场——超级物种

9.1.1 超级物种发展历程

9.1.2 超级物种产品布局

9.1.3 超级物种经营模式

9.1.4 超级物种竞争优势

9.1.5 超级物种VS盒马鲜生

9.2 社区生活超市

9.2.1 市场现状特征

9.2.2 企业布局动态

9.2.3 市场竞争情况

9.2.4 生鲜超市市场前景

9.3 生鲜速配

9.3.1 生鲜产品市场需求

9.3.2 生鲜电商市场现状

9.3.3 生鲜电商经营模式

9.3.4 企业竞争格局

9.4 时尚百货——名创优品

9.4.1 企业经营分析

9.4.2 企业定位介绍

9.4.3 企业价值链分析

9.4.4 企业竞争优势

9.5 无人便利店

9.5.1 消费流程介绍

9.5.2 发展模式演变

9.5.3 市场前景展望

9.5.4 主流企业介绍

9.5.5 典型案例分析——Amazon go

9.6 新奇特门店——宏图三胞Brookstone

9.6.1 企业转型背景

9.6.2 企业发展现状

9.6.3 企业发展定位

9.6.4 供应链体系

9.6.5 商业模式转型

第十章 中国新零售环境下物流行业发展及变革

10.1 中国物流行业运行分析

10.1.1 物流需求规模

10.1.2 物流费用规模

10.1.3 物流需求结构

10.1.4 行业发展成就

10.1.5 行业景气程度

10.2 物流行业运行体系介绍

10.2.1 物流行业概述

10.2.2 物流产业链介绍

10.2.3 物流平台介绍

10.2.4 物流仓储市场

10.3 中国物流行业存在的问题

10.3.1 专业物流欠发达

10.3.2 自动化水平较低

10.3.3 物流结构不平衡

10.3.4 市场集中度较低

10.4 新零售对物流行业提出的要求

10.4.1 新零售驱动行业变革

10.4.2 数字化的作用

10.4.3 物流规模扩大

10.4.4 物流效率提升

10.4.5 仓配体系优化

10.4.6 物流体系末端扩容

10.4.7 智慧物流建设

10.5 新零售环境下B2B物流发展方向

10.5.1 市场发展机遇

10.5.2 柔性化趋势

10.5.3 仓储智能化

10.5.4 个性化趋势

第十一章 重点企业新零售布局分析

11.1 阿里巴巴

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 企业经营业绩

11.1.3 新零售投资前景

11.1.4 新零售布局历程

11.1.5 企业合作动态

11.2 永辉超市

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 企业经营业绩

11.2.3 企业业务板块

11.2.4 业务拓展分析

11.2.5 供应链体系

11.2.6 企业经营优势

11.3 天虹股份

11.3.1 天虹业务概况

11.3.2 企业经营业绩

11.3.3 新零售探索路径

11.3.4 构建立体电商

11.3.5 打造O2O闭环

11.4 苏宁控股

11.4.1 企业经营业绩

11.4.2 企业转型历程

11.4.3 多元化业务布局

11.4.4 布局智慧零售

第十二章 2020年中国新零售领域投资分析

12.1 上市公司在商贸物流领域投资动态分析

12.1.1 投资项目综述

12.1.2 投资区域分布

12.1.3 产业转型分析

12.1.4 投资模式分析

12.1.5 典型投资案例

12.2 零售行业上市公司经营分析

- 12.2.1 营收规模
- 12.2.2 行业集中度
- 12.2.3 行业格局
- 12.2.4 细分渠道分析
- 12.2.5 细分领域分析
- 12.3 零售行业投资动态分析
 - 12.3.1 企业上市动态
 - 12.3.2 行业并购加速
 - 12.3.3 企业并购动态
- 12.4 零售企业布局消费金融
 - 12.4.1 零售企业消费金融布局动态
 - 12.4.2 消费金融市场发展情况
 - 12.4.3 消费金融对零售企业的积极意义
 - 12.4.4 零售企业开展消费金融的优势

第十三章 中国新零售行业趋势预测及趋势预测

- 13.1 零售行业发展趋势展望
 - 13.1.1 线上线下融合趋势
 - 13.1.2 多业态跨界趋势
 - 13.1.3 社交化场景趋势
 - 13.1.4 智能供应链体系趋势
 - 13.1.5 社区商业发展趋势
- 13.2 中国零售消费市场发展规模预测
 - 13.2.1 市场规模预测
 - 13.2.2 消费结构预测
- 13.3 零售领域重点发展方向
 - 13.3.1 食物市场
 - 13.3.2 奢侈品市场
 - 13.3.3 健康市场
- 13.4 2021-2026年中国零售行业发展预测
 - 13.4.1 中国零售行业发展因素分析
 - 13.4.2 2021-2026年中国商品零售额规模预测
 - 13.4.3 2021-2026年中国网络零售市场规模预测

图表：零售行业发展历程

图表：2021-2026年全球零售总额及增速

图表：2021-2026年全球电商零售市场规模及增速

图表：2020年全球零售行业TOP企业

图表：2020年全球零售行业250强区域分布

图表：2020年全球零售行业250强子行业分布

图表：2021-2026年中国零售业经营单位数量

图表：2017-2020年中国商品零售额及增速

图表：2020年全球主要经济体零售业增速

图表：2017-2020年中国百家重点大型零售企业零售规模增速

图表：2021-2026年中国百家重点大型零售企业零售规模月度增速

图表：2021-2026年零售行业零售额增速（分品类）

图表详见报告正文……（GY YX）

【简介】

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。《2020年中国新零售行业分析报告-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。

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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/424606424606.html>