

# 2018年中国零售行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

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《2018年中国零售行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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/326259326259.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

1.我国消费观目前处于偏好优质低价产品，未来可能向寻找体现生活方式和情感共鸣的产品发展我国目前经济发展

水平滞后于日本、美国等海外发达国家，可以参考发达国家消费观念的演变趋势。2018年我国人均GDP虽然为9482美元（70位），但我国经济发展的速度较快，时间周期较短，再加上海外国家当前消费观念的流入，预期我国消费观的变迁速度有可能快于日本、美国等海外国家。

图：中国人均GDP及增速（单位：美元，%）资料来源：公开资料整理

根据GDP绝对值及增速，结合当时人们对消费的认知，将我国消费观的变迁分为四个阶段。我国目前消费观向高性价比发展趋势较为明显，处于偏好优质低价产品的第三阶段，未来可能会步入寻找体现生活方式和情感共鸣的产品的第四阶段。

表：我国目前处于偏好性价比产品的第三阶段 资料来源：公开资料整理

第一阶段：1970-2000年，崇尚洋货，华而不实。洋货刚刚进入国内，不少消费者盲目崇拜高端品牌，误认为高昂的价格就等同于产品高质量。事实上，当时无论是中国还是全球的生产力水平都相对较低，因此很多产品华而不实，价格高昂却没有相匹配的质量和设计感。

第二阶段：2000-2013年，追求质优物美价高的产品。社会生产力水平处于高速发展期，全球的生产能力得到大幅提高。技术飞速发展下，大量在功能和设计上有很大提升的产品问世，但是由于生产能力仍在发展中，供不应求，卖方市场导致价格十分高昂。消费者开始关注品牌之外的实用性与设计感，代表产品如苹果系列等等。

第三阶段：2013-至今，回归性价比，偏好质优物美价低的产品。我国经济发展到了一定的高度，许多消费者开始转向理性消费，对性价比的意识不断提高，不再盲目相信品牌效应。国内优质生产制造厚积薄发，兼具实用性、设计感的产品不断诞生，加上互联网迅速发展与实体经济的融合，冗余的渠道被去除，商品流通环节大大缩短，质优物美价低的产品不断得到消费者的认同，代表如小米、网易严选等迅速崛起。

第四阶段：未来，寻找体现生活方式和情感共鸣的产品。未来预期在人均可支配收入进一步提高之后，消费者可能会转向寻求能够带来内心满足感的商品。比如能引起情感共鸣的产品或许会得到更多青睐；代表一种生活方式的产品，也能契合消费者的需求，也许会成

为新的潮流。代表产品如现在由日本传入的无印良品等，就是通过输出简约生活方式来引起消费者共鸣，传递回归生活本质的理念于文化。

## 2.注重性价比的理性消费观经历海外-国内一二线-国内三四线逐渐演变而来

由海外到国内一二线，再到国内三四线的传播很可能成为低端商业革命的演变方式。日美等发达海外市场的消费理念流入中国，一二线城市已逐渐开始奉行性价比为王、高频次购买的消费策略，预计三四线城市消费者将紧跟其后。

我们认为对于“低端”商业革命的开始，国外理念流入国内或许是重要的催化因素。美国Costco致力于打造低价质优的会员制超市，2016年11月，与中国最大的社区O2O综合服务平台中商惠民战略合作达到共识，进军中国线上市场。MUJI无印良品和优衣库同样于近年入驻中国市场，一并将理性简约的消费观念带进中国市场。他们的快速发展也一定程度上说明国内消费者（尤其是一线城市）崇质尚简和场景化消费意识正在崛起。

随着国外理念流入，由于国外品牌往往选择最先入驻一二线城市，所以在消费观念转变的浪潮中，一二线城市先于低线城市受益。一二线城市在受到了国外理念潜移默化的影响之后，再加上我国经济由原先的快速增长进入2013年之后的缓慢增长时期，性价比意识不断提升，消费观念向理性转变。近些年拥有较高性价比，产品符合优质低价的小米生态链和网易严选迅速崛起，一定程度上表明一二线城市已逐渐接受理性消费观念。

拼多多的成功显示了三四线消费者开始注重性价比，而非一味高端昂贵名牌和低端劣质无品牌的两极分化。拼多多在三四线蔚然成风，除了平台本身通过拼团方式的成功营销外，背后反映的是三四线消费群体随收入的提升对于产品本身价值和品牌的理解在提升，先从低价入手，打破“便宜没好货”的观念，逐渐回归到产品价值本身，给予合理的品牌溢价，提升消费频次，最终对大众消费品重新定价并进行购买。

未来我们预期三四线城市消费者很可能在消费能力提升的基础上，进一步提高对品质、设计的要求。随着可支配收入等消费能力的不断提升，一二线城市消费观念的进一步流入，未来三四线城市很可能在比较性价比的基础上，注重品质、设计等方面的提升，偏好既有较高性价比，又有一定品质的商品。比如南极电商，针对三四线城市消费群体，同时相对于杂牌又有品质保证，很可能成为接下来的发展趋势。（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趋势预测》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、零售行业竞争风险分析

##### 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/326259326259.html>