

中国新零售行业现状深度调研与投资趋势研究报告（2022-2029年）

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《中国新零售行业现状深度调研与投资趋势研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202210/614051.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

零售是指包括所有向消费者直接销售商品和服务,以供其作个人及非商业性,用途的活动。而新零售则是以互联网为基础、通过运用大数据、人工智能等先进技术手段,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。

资料来源：观研天下整理

新零售产业链来看,其上游主要是供应商供应商品,如生鲜食品、电商数码、衣饰服装等等;中间则是商品的销售环节,包括线上服务和线下体验两方面,线上服务主要通过零售平台实现,线下体验则是通过零售商场实现,包括产品展示、场景布局等等;中间销售环节线上服务、线下体验融合加上物流配送最终将商品送到消费者手中。在新零售产业链条中最核心的环节是信息流、资金流和物流,信息流和资金流已成功实现线上化,线下商品流通环节是零售效率进一步提升的关键。

资料来源：观研天下整理

发展环境

近些年来,我国零售行业经济、政策、社会、技术环境纷纷利好。经济方面,宏观经济层面来看,2021年,我国经济增长国际领先,经济实力显著增强。全年国内生产总值比上年增长8.1%,经济增速在全球主要经济体中名列前茅;经济总量达114.367万亿元,突破110万亿元,稳居世界第二,占全球经济的比重预计超过18%;人均国内生产总值80976元。微观来看,资本的推动为行业发展提供直接动力:新零售概念提出以来,以阿里和腾讯为代表的互联网巨头加速在线下零售布局,如阿里收购高鑫零售、银泰商业,入股三江购物和居然之家,并布局盒马鲜生等。

政策方面,新零售行业的发展不仅能够催生新的商业模式,有效提升流通效率,降低流通业成本,促进居民消费结构由商品消费向服务消费转型,还能创造经济新动能,通过平台型企业带动作用,让大数据和互联网技术应用于商业,优化生产制造,降低交易成本,提升消费潜力。因此近年来,国家陆续出台一系列有效措施,从深化流通体制改革、培育消费热点、改善营商环境、推动线上线下融合发展等方面出发,为我国新零售也的发展保驾护航。

我国新零售行业部分相关政策

时间

政策名称

主要内容

2020年4月

国家知识产权局办公室关于做好地理标志专用标志使用管理有关工作的通知

提到要兼顾实体零售和流通市场，加强对相关产品使用地理标志专用标志情况的主动监测和有关举报投诉信息的调查处理，联合有关部门依法依规及时处置。

2019年7月

商务部办公厅关于推动便利店品牌化连锁化发展的工作通知

各地要提高认识，把发展品牌连锁便利店纳入重要工作日程，作为落实消费升级行动计划、推动实体零售转型升级的重要抓手，有计划有步骤持续推动。

2019年4月

关于创新管理优化服务培育壮大经济发展新动能加快新旧动能接续转换的意见

发挥龙头企业作用，支持实体零售企业与电子商务企业优势互补，整合服务资源，促进线上线下融合发展。

2017年12月

城乡高效配送专项行动计划（2017-2020年）

提到要发挥第三方物流企业仓配一体化服务优势，融合供应商、实体零售门店、网络零售的配送需求，发展面向各类终端的共同配送。

2017年3月

国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见

针对当前实体零售存在的主要问题和面临的突出困难，从推进供给侧结构性改革、振兴实体经济的高度出发，对推动实体零售创新转型的具体任务、政策措施做出了全面部署，同时也确立了零售业融合发展的主要方向。

2016年12月

商务部关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见

支持实体零售企业构建与供应商信息共享、利益均摊、风险共担的新型零供关系，提高供应链管控能力和资源整合、运营协同能力。

2016年11月

国务院办公厅关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见

推动实体零售创新转型，鼓励企业创新经营模式、加强技术应用、优化消费环境、提高服务水平，由销售商品向创新生活方式转变，做精做深体验消费。

2016年9月

工业和信息化部关于印发纺织工业发展规划（2016 - 2020年）的通知

实现专业市场、实体零售与电子商务融合发展，加快推进B2B、B2C、O2O等电子商务模式创新与应用，不断优化商业新模式和新业态。

2015年5月

“互联网+流通”行动计划

支持大型实体零售、餐饮、家政、洗衣、家电维修、票务、生鲜配送企业利用电子商务平台开展网订店取、网络订票、预约上门服务、社区配送等业务。

资料来源：观研天下整理

社会环境来看，现如今80后和90后和00后逐步成为了我国零售产业的主流消费群体，国内80后和90后和00后互联网思想根深蒂固，对产品的品牌、潮流的追求度高，自我意识较强，这些社会属性反映在消费属性上，最突出的表现便是价格敏感性降低，消费需求全面延伸，从购买商品到购买服务，从花时间省钱到花钱求便利，从物质消费到精神消费。而线上线下融合的新零售模式正好为广大消费者提供了便利，符合消费者花钱求便利的需求。技术环境来看，国内大批技术进入应用爆发期，加速传统零售数字化升级，智能设备、大数据、云计算和物联网等技术快速提升，传统行业与互联网融合的平台和模式将发生深刻改变，这为新零售推进提供扎实的技术支撑。

2、行业现状

传统零售所面临的问题是效率低，消费者只有到了店里才知道有没有自己想买东西，有限的门店给消费者选择选择也有限，而新零售的线上售卖可以把商品都放到线上平台，消费者的选择变得更多，门店也可以节省出部分商品摆放空间，只要仓库的库存能够满足消费者的购买需求即可。因此，新零售业不仅改变了零售业的商业模式，于消费者而言，新零售可以使消费者的生活方式更便捷、消费者可以节省大量的筛选时间和精力，放心购买；于零售企业而言，通过线上线下流量结合，以较低成本获取流量，也是一种零售效率的提升。所以，自2016年“新零售”概念在国内提出后，其就凭借着自身优势在国内快速发展成一个新兴行业。

另外，叠加上述行业经济、政策、社会和技术环境的持续利好，行业资本市场的推动，政策的鼓励，社会消费的升级以及技术的进步使得我国新零售行业市场规模得到稳步增长。

资料来源：观研天下整理

就目前情况我国社会消费零售额变化情况来看，2016年到2021年我国社会消费品零售额从315806亿元增长至440823亿元。在2020年受到疫情影响国内社会消费品零售额出现小幅度下降，但是在2021年随着国内疫情的恢复期零售额又快速回升，2021年我国社会消费品零售额较上一年同比增长12.46%。

资料来源：国家统计局、观研天下整理

我国零售行业线上线下来看，随着下线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的新零售的发展，国内实物商品网上零售额规模快速稳步扩大，相比之下，线下零售规模则是波动增长。根据数据显示，2016年我国实物商品网上零售额约为4.19亿元，同年国内线下零售额约为29.04亿元；到2021年全国实物商品网上零售额10.8万亿元，首次突破10万亿元，同比增长12.0%，占社会消费品零售总额的比重为24.5，同年国内线下零售额约为30.98亿元。

资料来源：国家统计局、观研天下整理

我国新零售市场规模来看，根据数据显示2017年我国新零售行业市场规模约为389亿元，从2017到2019年新零售行业年均复合增长率高达115%，预计到2022年国内新零售市场规模有望突破1.8万亿元。

资料来源：公开资料整理

发展趋势

新零售是利用互联网为依托，使用人工智能和大数据等等的新科技技术手段对产品的生产、物流运输和销售的环节以及整个过程进行改革，其目的是为了进一步重塑业态结构和生态圈，并且将线上、线下以及现代物流流程融合一起。近两年，受疫情反复的影响，国内传统零售企业的数字化转型已经是迫在眉睫。而且，随着大数据、云服务、5G、物联网、人工智能等技术的深化发展，以及人们的消费理念和需求逐渐变化，都将加速万物智联时代的到来。我国新零售市场来看，2022年，我国线上线下融合继续催生着新零售行业的消费模式，使线上实物零售额增长得以保持。数字显示，2022年，我国上半年全国网上零售额6.3万亿元，同比增长3.1%；其中，实物商品网上零售额5.45万亿元，增长5.6%，占社会消费品零售总额的比重为25.9%。在数字技术和新冠肺炎疫情的双重作用下，我国新零售业数字化进程不断加快，同时国内零售业市场细分垂直化的发展也进一步拉动国内零售业的消费，从而将成为促进我国内需的重要抓手。

另外，近年来，我国实体零售业竞争异常激烈，而新零售也不仅仅只局限于单一的零售范畴，其还将演变为集零售、快递物流、金融科技、企业服务、人工智能等各行各业为一体的综合性产业。因此，随着社会的进步和消费者的升级，将越来越考验零售企业之间发展新零售的精细化运营能力和数字化基础和能力，也对零售企业构建全渠道、智慧零售生态系统提出了新要求。

新零售以数据作为驱动力带来的不仅是效率的转变，更是以人为核心，改变了人与货的关系，从根本上提升了用户的体验。现如今国内的主力消费人群习惯更趋向个性化，驱动产业细分垂直化发展。在居民人均支出水平持续攀升的趋势下，人们的消费需求将呈现出个性化、多样化的特征，此外，不同年龄、不同地域的群体，消费需求也呈现出差异。新零售以人为本的理念需要企业去满足了消费者对购物体验的诉求，满足了消费者对个性化和高品质的诉求，消费者被赋予前所的选择权及控制权。因此消费需求的层级性、多样性、差异性以及消费者对良好消费体验的一致追求将促进新零售企业采取差异化竞争策略，去向更细分、垂直的发展领域。（LQM）

观研报告网发布的《中国新零售行业现状深度调研与投资趋势研究报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022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、新零售特点分析

三、新零售行业基本情况介绍

四、新零售行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、新零售行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2018-2022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规模与区域分布情况
- 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
- 第五节欧洲新零售行业地区市场分析
 - 一、欧洲新零售行业市场现状分析
 - 二、欧洲新零售行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲新零售行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界新零售行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球新零售行业市场规模预测

第三章 中国新零售行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对新零售行业的影响分析
- 第三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
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对新零售行业的影响分析
- 第五节中国新零售行业产业社会环境分析

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

一、影响中国新零售行业市场规模的因素

二、中国新零售行业市场规模

三、中国新零售行业市场规模解析

第三节中国新零售行业供应情况分析

一、中国新零售行业供应规模

二、中国新零售行业供应特点

第四节中国新零售行业需求情况分析

一、中国新零售行业需求规模

二、中国新零售行业需求特点

第五节中国新零售行业供需平衡分析

第五章 中国新零售行业产业链和细分市场分析

第一节中国新零售行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、新零售行业产业链图解

第二节中国新零售行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对新零售行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对新零售行业的影响分析

第三节我国新零售行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国新零售行业市场竞争分析

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格局分析

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影响因素分析

二、中国新零售行业市场集中度分析

第三节中国新零售行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国新零售行业模型分析

第一节中国新零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国新零售行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国新零售行业SWOT分析结论

第三节中国新零售行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022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结构分析

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、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、中国新零售行业平均价格趋势分析

二、中国新零售行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国新零售行业所属行业运行数据监测

第一节中国新零售行业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

第二节中国新零售行业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

第三节中国新零售行业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

第十章 2018-2022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析

一、影响新零售行业区域市场分布的因素

二、中国新零售行业区域市场分布

第二节中国华东地区新零售行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新零售行业市场分析

(1) 华东地区新零售行业市场规模

(2) 华南地区新零售行业市场现状

(3) 华东地区新零售行业市场规模预测

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、华中地区新零售行业市场分析

(1) 华中地区新零售行业市场规模

(2) 华中地区新零售行业市场现状

(3) 华中地区新零售行业市场规模预测

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、华南地区新零售行业市场分析

(1) 华南地区新零售行业市场规模

(2) 华南地区新零售行业市场现状

(3) 华南地区新零售行业市场规模预测

第五节 华北地区新零售行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区新零售行业市场分析

(1) 华北地区新零售行业市场规模

(2) 华北地区新零售行业市场现状

(3) 华北地区新零售行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区新零售行业市场分析

(1) 东北地区新零售行业市场规模

(2) 东北地区新零售行业市场现状

(3) 东北地区新零售行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区新零售行业市场分析

(1) 西南地区新零售行业市场规模

(2) 西南地区新零售行业市场现状

(3) 西南地区新零售行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区新零售行业市场分析

(1) 西北地区新零售行业市场规模

(2) 西北地区新零售行业市场现状

(3) 西北地区新零售行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国新零售行业市场规模区域分布预测

第十一章 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、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029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规模发展预测

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

第十三章 2022-2029年中国新零售行业进入壁垒与投资风险分析

第一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、新零售行业人才壁垒分析

四、新零售行业品牌壁垒分析

五、新零售行业其他壁垒分析

第二节新零售行业风险分析

一、新零售行业宏观环境风险

二、新零售行业技术风险

三、新零售行业竞争风险

四、新零售行业其他风险

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

第十四章 2022-2029年中国新零售行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国新零售行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国新零售行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 新零售行业营销策略分析

一、新零售行业产品策略

二、新零售行业定价策略

三、新零售行业渠道策略

四、新零售行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202210/614051.html>