

2021年中国新零售市场分析报告- 市场竞争现状与发展前景评估

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《2021年中国新零售市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/538118538118.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

新零售以互联网作为依托，利用大数据、AI等多种新技术，对产品的生产、流通及销售进行改造，将线上销售与线下销售深度融合。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。

因此我国大力推动新零售行业持续发展。如2019年4月国务院办公厅发布《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》要发挥龙头企业作用，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。

我国新零售行业相关政策规划梳理

发布时间

政策名称

发布机构

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》

国家知识产权局办公室

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》

商务部办公厅

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6月

《2019年宁夏消费促进月活动实施方案》

商务部

利用“618”电商节庆活动，鼓励传统商贸企业加强与电商平台、新型媒体等对接，以热点为导引，以促销为手段，推出家电、百货、美食等系列板块优惠促销活动，升级消费新体验，打造新零售购物模式，进一步推动实体零售创新转型。

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》

国务院办公厅

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。

2019年1月

《关于做好2019年春节市场供应和监测分析工作的通知》

商务部

要突出“互联、互动、互+”等新特点，鼓励各类消费品电商平台与实体零售、服务企业结合，推出线上线下一体的消费服务模式，提升年货、食品、餐饮、服装等消费热点的品质需求。

2017年12月

《城乡高效配送专项行动计划（2017-2020年）》

商务部、公安部、交通运输部

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6月

《国务院关于药品管理工作情况的报告》

国务院

加强互联网销售药品监管，坚决制止并严肃惩处无实体零售药店资质向患者销售药品等违法行为。

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》

国务院办公厅

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》

商务部

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》

国务院办公厅

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》

工业和信息化部

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》

商务部

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：公开资料整理

我国各地区积极响应国家的号召出台多项政策助推新零售行业发展。吉林省发布《吉林省人民政府办公厅关于推动实体零售创新转型的实施意见》提到要优化零售业态。大力发展战略体验业态，鼓励零售企业根据市场需求变化调整经营业态，培育社交体验、家庭消费、时尚消费、文化消费中心等新业态。

我国部分地区新零售行业相关政策规划梳理

地区

政策名称

主要内容

河北省

《河北省人民政府办公厅关于推动实体零售创新转型的实施意见》

加强大型商业设施建设，有序推动城市核心商圈发展。各市分别培育2至3个方便快捷、消费力集中、文化底蕴深厚的特色商业街区，建成不少于1处要素聚集、设施完善、特色鲜明、服务便捷、核心竞争力强的现代化中央商务区，引领带动实体零售提档升级、聚集发展。

山西省

《山西省人民政府办公厅关于印发山西省支持现代服务业发展政策措施的通知》

进一步扩大零售业对外开放，支持境内外知名零售商到我省投资发展，通过引进资金、技术、管理推动实体零售企业创新转型。

浙江省

《浙江省批发零售业改造提升行动计划（2017—2020年）》

大力发展战略体验业态，支持有条件的大型百货、购物中心、连锁超市等市场主体提升线下消费体验，引进餐饮、休闲、娱乐、文化、医疗健康等业态，推动经营方式由商品销售为主向“商品+服务”并重转型。

黑龙江省

《黑龙江省人民政府办公厅关于印发黑龙江省“互联网+流通”行动计划的通知》

支持大型实体零售、餐饮、家政、洗衣、家电维修、票务企业和具有生鲜产品配送业务的快递企业开展网订店取、网络订票、预约上门、社区配送等业务。

吉林省

《吉林省人民政府办公厅关于推动实体零售创新转型的实施意见》

优化零售业态。大力发展服务体验业态，鼓励零售企业根据市场需求变化调整经营业态，培育社交体验、家庭消费、时尚消费、文化消费中心等新业态。

安徽省

《推动实体零售创新转型实施方案》

加快研制零售业等领域标准，大力引导企业开展标准化建设，积极推进实体零售服务企业标准化试点项目建设，培育一批实体零售业服务名牌。

福建省

《推动实体零售创新转型实施方案》

鼓励零售企业与创意产业、文化艺术产业、会展业、旅游业融合发展。打造以图书连锁超市为核心，集文化展示、体验、教育培训、动漫体验、创意文化用品销售、影剧院等功能于一体的复合型图书零售业态和文化综合体，促进其从单一的销售图书向多元化连锁体验消费转型升级

内蒙古

《内蒙古自治区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实施意见》

引导实体零售企业适应市场变化，加快调整业态结构、商品结构，创新经营机制、服务体验，促进线上线下融合，满足消费结构升级需要。

江西省

《江西省数字经济发展三年行动计划（2020-2022年）》

实施实体零售创新转型示范工程，加快建设一批智慧商店、智慧商圈，积极推广智能便利店、自动售货机，加快推动阿里巴巴银泰百货新零售模式在我。

山东省

《关于转发省发展改革委山东省2019年国民经济和社会发展计划的通知》

加快发展电子商务，积极引进阿里“天猫小店”、京东便利店、苏宁零售云等新业态，推动新型消费和实体零售创新转型。

湖北省

《政府工作报告》

加快构建现代流通体系，大力发展电子商务，推动实体零售创新转型，促进线上线下融合发展。

湖南省

《湖南省实施商贸流通“千百工程”工作方案》

持实体零售企业壮大规模。鼓励实体零售企业积极发展连锁和特许经营，向多行业、多业态拓展，逐步扩大经营规模。支持骨干零售企业由中心城市向中小城市、县城和中心乡镇下沉

，拓展服务区域、推广服务品牌。

广东省

《广东省加快发展流通促进商业消费政策措施的通知》

推动实体零售企业创新转型。以商业步行街、商圈为载体，鼓励引导线下经营实体加快商业模式创新，向场景化、体验式、互动性、综合型消费场所转型，提高消费者获得感。

广西省

《2017年全区商务工作要点的通知》

提到要大力实施零售业提质增效行动，促进实体零售，推进交易市场转型升级。

四川省

《关于四川省2018年国民经济和社会发展计划执行情况及2019年计划草案的报告》

提到要实施消费升级行动计划,推动实体零售转型,完善城乡物流配送体系建设。

资料来源：公开资料整理（wz）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国新零售市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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趋势、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管数据库。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 2017-2020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

四、新零售行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、新零售行业需求主体分析

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、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、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

第二章 2017-2020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 2021-2026年世界新零售行业分布走势预测

第七节 2021-2026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 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

三、其它细分市场

第六节 中国新零售行业供需平衡分析

第七节 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 2017-2020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 中国新零售行业钻石模型分析

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 2017-2020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、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 2017-2020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 2017-2020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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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的重点客户战略实施

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

第四节 新零售行业竞争力提升策略

一、新零售行业产品差异性策略

二、新零售行业个性化服务策略

三、新零售行业的促销宣传策略

四、新零售行业信息智能化策略

五、新零售行业品牌化建设策略

六、新零售行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026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

第三节 中国新零售行业价格策略

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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/538118538118.html>