

2023-2029年中国零售市场 分析与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国零售市场分析与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202306/369700.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国零售市场分析与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国零售行业概念界定及发展环境剖析

1.1 中国零售行业相关概念界定

1.1.1 零售行业的定义

1.1.2 零售业态分类

1.1.3 零售业态的演变路径分析

1.1.4 零售行业所属的国民经济统计分类及代码

1.1.5 本报告数据来源及统计口径说明

1.2 零售行业政策环境分析

1.2.1 行业监管体系及机构

1.2.2 行业相关标准汇总

1.2.3 行业相关政策汇总及重点政策解读

(1) 汇总

(2) 重点解读

1.2.4 行业相关规划汇总及重点规划解读

(1) 汇总

(2) 重点解读

1.3 零售行业经济环境分析

1.3.1 宏观经济发展现状

(1) GDP走势及其与零售行业发展相关性

(2) CPI走势及其与零售行业发展相关性

1.3.2 宏观经济发展展望

1.4 零售行业社会环境分析

1.4.1 中国人口规模及结构

1.4.2 中国城镇化进程

(1) 城镇化率

(2) 城镇化对零售业的影响

1.4.3 中国城乡居民可支配收入

(1) 城乡居民可支配收入分析

(2) 可支配收入对零售业影响

1.4.4 中国城乡居民支出水平

1.4.5 中国居民消费结构分析

1.4.6 中国居民消费升级发展

1.4.7 居民消费信心分析

1.5 信息技术发展及对零售行业的影响分析

1.5.1 互联网的发展及对零售的影响分析

(1) 中国互联网发展现状

(2) 互联网对零售行业的影响层面

(3) 互联网对零售行业带来的冲击

(4) 互联网对传统零售行业的颠覆与重构

1.5.2 大数据的发展及对零售的影响分析

1.5.3 云计算的发展及对零售的影响分析

1.5.4 第三方支付的发展及对零售的影响分析

1.5.5 其他技术对零售行业的影响分析

第2章：全球零售业发展现状与趋势前景分析

2.1 现代国际零售业的发展特征

2.2 全球零售业发展现状与竞争格局分析

2.2.1 全球零售业市场规模

2.2.2 全球零售业市场竞争格局

2.2.3 全球零售业区域发展格局

2.2.4 零售商跨国发展的模式与现状趋势

(1) 进入海外市场的模式简介

(2) 进入海外市场时的考察因素

(3) 零售商跨国发展现状趋势

2.2.5 全球电子商务及跨境电子商务发展现状

2.3 全球主要地区零售业发展现状与趋势分析

2.3.1 欧洲零售业发展状况

- (1) 欧洲经济现状分析
- (2) 欧洲消费者信心现状
- (3) 欧洲主要零售商排名
- (4) 欧洲零售业发展趋势

2.3.2 美国零售业发展状况

- (1) 美国经济现状分析
- (2) 美国消费者信心现状
- (3) 美国主要零售商排名
- (4) 美国零售业发展趋势

2.3.3 日本零售业发展状况

- (1) 日本经济现状分析
- (2) 日本消费者信心现状
- (3) 日本主要零售商排名
- (4) 日本零售业发展趋势

2.4 重点国际零售业企业案例分析

2.4.1 沃尔玛

- (1) 沃尔玛基本情况
- (2) 沃尔玛经营情况分析
- (3) 沃尔玛在华业务拓展情况
- (4) 沃尔玛互联网+运营现状
- (5) 沃尔玛重大发展动向

2.4.2 家乐福

- (1) 家乐福基本情况
- (2) 家乐福经营情况分析
- (3) 家乐福在华业务拓展情况
- (4) 家乐福互联网+运营现状
- (5) 家乐福重大发展动向

2.4.3 开市客 (Costco)

- (1) 开市客基本情况
- (2) 开市客经营情况分析

(3) 开市客在华业务拓展情况

(4) 开市客互联网+运营现状

(5) 开市客重大发展动向

2.5 全球零售业发展趋势及市场前景预测

2.5.1 全球零售业发展趋势分析

2.5.2 全球零售业发展前景分析

2.6 国际零售业的发展对我国零售业的启示

第3章：中国零售行业发展现状与竞争分析

3.1 中国零售行业发展历程及市场特征分析

3.1.1 中国零售行业发展历程

3.1.2 中国零售行业市场特征

3.2 中国零售行业市场规模

3.2.1 零售业经营单位数量

3.2.2 社会消费品零售总额

3.2.3 全国商品零售总额

3.2.4 限额以上企业商品零售额

3.2.5 中国网上零售交易规模

(1) 网上零售交易整体规模

(2) 中国农村网络交易规模

3.3 中国零售行业百强发展现状

3.3.1 零售百亿级企业数量统计

3.3.2 零售百强市场规模

3.3.3 零售百强入围门槛分析

3.3.4 零售百强市场占有率分析

3.3.5 零售百强市场集中度分析

3.3.6 零售百强电商发展分析

3.3.7 零售百强发力海外业务情况

3.4 中国零售行业经营效益分析

3.5 中国零售行业投融资现状分析

3.5.1 零售行业投资分析

3.5.2 零售行业融资分析

(1) 零售行业主要融资方式

(2) 零售行业主要融资事件

3.5.3 零售行业投融资趋势分析

3.6 中国零售业发展痛点分析

3.6.1 经营成本持续攀升与效益的矛盾

3.6.2 发展布局亟需优化

3.6.3 创新基础仍需加强

3.6.4 库存危机及解决高库存之痛

3.6.5 电商等新业态对行业的冲击力度

第4章：中国零售行业细分业态发展现状与趋势前景

4.1 零售行业总体发展分析

4.1.1 零售业态结构分析

4.1.2 零售行业百强业态分布

4.2 百货

4.2.1 百货业发展特点

4.2.2 百货业并购重组

4.2.3 百货企业经营情况

(1) 百货企业营收情况

(2) 百货企业净利情况

(3) 百货企业新开门店与关店情况

4.2.4 百货业经营模式

(1) 自营模式

(2) 联营模式

(3) 自有品牌经营模式

(4) 经营模式比较

4.2.5 百货业竞争情况

4.2.6 百货业存在问题

4.2.7 百货业发展趋势

4.3 超市

4.3.1 超市业态发展现状

4.3.2 中国超市百强发展

4.3.3 超市业经营模式

- (1) 个体经营和连锁经营
- (2) 自营、联营和代销
- (3) 典型经营模式分析

4.3.4 超市业发展趋势

4.4 便利店

4.4.1 便利店业特征分析

4.4.2 中国便利店发展现状

- (1) 中国便利店门店数量
- (2) 中国便利店市场渗透率
- (3) 中国便利店商品结构
- (4) 中国便利店销售收入
- (5) 中国便利店人均消费水平

4.4.3 影响消费者选择便利店的原因调研

4.4.4 CCFA便利店最新调研

- (1) 样本企业单店日销售额
- (2) 样本企业盈利能力
- (3) 样本企业运营成本
- (4) 样本企业资本合作现状
- (5) 样本企业技术投入
- (6) 样本企业会员体系
- (7) 样本企业线上布局情况
- (8) 样本企业移动支付布局现状

4.4.5 便利店行业发展趋势分析

4.5 专业店

4.5.1 专业店的特征分析

4.5.2 专业店业态总体发展情况

4.5.3 家电连锁业发展分析

- (1) 家电连锁业发展状况
- (2) 家电连锁业市场格局
- (3) 家电连锁业存在问题
- (4) 家电连锁业模式创新

(5) 家电连锁业发展趋势

4.5.4 药店连锁业发展分析

(1) 药店连锁发展

(2) 医药商业连锁业经营模式

(3) 药店连锁业竞争情况

(4) 药店连锁发展趋势

4.5.5 黄金珠宝零售与连锁业发展分析

(1) 黄金珠宝零售现状

(2) 黄金珠宝连锁业运营模式

(3) 黄金珠宝连锁业销售渠道

(4) 黄金珠宝连锁业发展趋势

4.6 购物中心

4.6.1 国内购物中心零售业态分析

4.6.2 国内购物中心发展状况

4.6.3 国内购物中心发展趋势

(1) 社区产品线是主流，连锁项目是未来趋势

(2) 百货商超集体进军商业地产，机遇与挑战并存

(3) 体验升级、创造更多可能

4.7 电子商务及跨境电子商务

4.7.1 中国电子商务交易规模

4.7.2 中国跨境电商交易规模

4.8 新零售

4.8.1 中国新零售行业市场发展现状分析

(1) 线上巨头主动布局线下

(2) 互联网企业在新零售的投资规模分析

4.8.2 视频直播带动新零售发展

第5章：中国主要商品零售市场发展现状及趋势前景

5.1 中国商品零售发展概况

5.2 食品类

5.2.1 食品零售总额及增速

5.2.2 食品消费价格分析

5.2.3 食品零售市场发展趋势

5.3 服装类

5.3.1 服装零售总额及增速

5.3.2 服装消费结构分析

(1) 城乡对比

(2) 按收入分析

(3) 从年龄结构来看

5.3.3 服装消费价格分析

5.3.4 服装零售经营模式

(1) 传统模式

(2) SPA模式

(3) 虚拟经营模式

(4) 电子商务模式

(5) 服装零售市场特点

(6) 服装零售市场发展趋势

5.4 日用品类

5.4.1 日用品零售总额及增速

5.4.2 日用品销售方式分析

(1) 销售渠道集中在超市和大卖场

(2) 团购在市场销售中占有一定比例

5.4.3 日用品零售特点分析

5.4.4 日用品零售市场发展趋势

5.5 化妆品类

5.5.1 化妆品零售总额及增速

5.5.2 化妆品消费结构分析

5.5.3 化妆品销售方式分析

(1) 直销、代理

(2) 专卖店经营

(3) 传统媒体和促销活动

5.5.4 化妆品零售市场特点

(1) 品牌竞争激烈，外资品牌略占上风

(2) 产品差异化成为市场竞争的核心环节

(3) 女性仍是化妆品市场最重要的消费群体

5.5.5 化妆品零售市场发展趋势前景

(1) 化妆品零售发展趋势

(2) 化妆品零售前景预测

5.6 家电类

5.6.1 家电市场产销情况

5.6.2 家电零售规模及增速

5.6.3 家电销售方式分析

(1) 传统渠道时代

(2) 厂商自建渠道

(3) 家电连锁时代

5.6.4 家电零售市场特点

5.6.5 家电零售市场发展趋势

5.7 药品类

5.7.1 药品零售规模

(1) 药品零售总额

(2) 限额以上中西药品零售总额

(3) 零售药店销售结构

(4) 药品销售区域结构

5.7.2 药品销售方式分析

5.7.3 药品零售市场发展特点

5.7.4 药品零售市场发展趋势及前景

(1) 药品零售发展趋势

(2) 药品零售前景预测

5.8 黄金珠宝类

5.8.1 黄金珠宝零售总额及增速

(1) 限额以上黄金珠宝企业零售总额

(2) 黄金珠宝消费结构分析

5.8.2 黄金珠宝销售方式分析

5.8.3 黄金珠宝零售市场特点

5.8.4 黄金珠宝零售市场发展趋势

第6章：中国零售行业典型区域市场趋势前景分析

6.1 中国零售行业区域发展对比

6.2 环渤海经济带

6.2.1 环渤海经济带总体发展分析

6.2.2 北京市零售行业发展分析

(1) 北京市零售行业发展规模分析

(2) 北京市零售行业重点企业分析

(3) 北京市零售行业发展前景分析

6.2.3 山东省零售行业发展分析

(1) 山东省零售行业发展规模分析

(2) 山东省零售行业重点企业分析

(3) 山东省零售行业发展前景分析

6.3 长三角城市群

6.3.1 长三角城市群零售行业总体发展分析

6.3.2 上海市零售行业发展分析

(1) 上海市零售行业发展规模分析

(2) 上海市零售行业重点企业分析

(3) 上海市零售行业发展前景分析

6.3.3 江苏省零售行业发展分析

(1) 江苏省零售行业发展规模分析

(2) 江苏省零售行业重点企业分析

(3) 江苏省零售行业发展前景分析

6.3.4 浙江省零售行业发展分析

(1) 浙江省零售行业发展规模分析

(2) 浙江省零售行业重点企业分析

(3) 浙江省零售行业发展前景分析

6.4 珠三角城市群

6.4.1 珠三角城市群总体发展分析

6.4.2 广州市零售行业发展分析

(1) 广州市零售行业发展规模分析

(2) 广州市零售行业重点企业分析

(3) 广州市零售行业发展前景分析

6.4.3 深圳市零售行业发展分析

(1) 深圳市零售行业发展规模分析

(2) 深圳市零售行业重点企业分析

(3) 深圳市零售行业发展前景分析

6.5 西三角经济圈

6.5.1 西三角经济圈总体发展分析

6.5.2 西安市零售行业发展分析

(1) 西安市零售行业发展规模分析

(2) 西安市零售行业重点企业分析

(3) 西安市零售行业发展前景分析

6.5.3 重庆市零售行业发展分析

(1) 重庆市零售行业发展规模分析

(2) 重庆市零售行业重点企业分析

(3) 重庆市零售行业发展前景分析

第7章：中国零售行业代表性企业发展布局案例分析

7.1 百货业态

7.1.1 大商股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业门店分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

7.1.2 北京首商集团股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业门店分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 公司零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

7.1.3 王府井集团股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.1.4 上海百联集团股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.1.5 长春欧亚集团股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.1.6 重庆百货大楼股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.1.7 中百控股集团股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析

(5) 企业零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

7.1.8 天虹商场股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业门店分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

第8章：中国零售行业市场趋势前景及投资机会分析

8.1 零售行业发展趋势及前景分析

8.1.1 零售行业发展趋势分析

(1) 以品质为中心优化商业供给

(2) 以信息技术为中心满足新体验新需求

(3) 以智能产品为中心活跃商品零售市场

(4) 以服务性业态为中心促进零售业态和服务业态深度融合

(5) 以社区商业为中心提高居民幸福感

8.1.2 零售行业发展前景预测

8.2 零售行业投资特性分析

8.2.1 零售行业进入壁垒分析

8.2.2 零售行业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 经济风险

(3) 市场竞争风险

(4) 经营风险

8.3 零售行业投资价值与投资机会

8.3.1 行业投资价值分析

8.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

8.4 零售行业投资策略与可持续发展建议

8.4.1 潜在进入企业投资建议

8.4.2 行业可持续发展建议

图表目录

图表1：零售业态分类简介

图表2：零售业态的演变历程

图表3：零售业态的重大变革

图表4：国家统计局零售行业主要分类表

图表5：主要数据来源

图表6：零售行业国家标准

图表7：2017-2021年零售行业标准

图表8：2017-2021年零售行业地方标准

图表9：2017-2021年零售行业政策分析

图表10：2011-2021年国家出台的区域振兴规划列举

图表11：截至2021年收入分配改革进程

图表12：2013-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表13：2009-2021年我国GDP增速与零售业增速的变化趋势图（单位：%）

图表14：2017-2021年各月全国居民消费价格走势（单位：%）

图表15：2021年全国两会公布经济发展目标（单位：%）

图表16：2017-2021年中国人口规模趋势图（单位：万人）

图表17：2021年中国人口结构（按年龄）（单位：万人，%）

图表18：2015-2021年中国城镇化率变化趋势图（单位：%）

图表19：2014-2021年中国居民人均可支配收入水平趋势图（单位：元）

图表20：2016-2021年城镇居民收入增速和零售业增速对比（单位：%）

图表21：2015-2021年中国居民人均消费支出情况（单位：元）

图表22：2021年全国居民人均消费支出及构成（单位：元，%）

图表23：各国中产阶级消费者升级消费最多的四大类产品品类（单位：%）

图表24：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表25：第六次人口普查80后-00后人数比例情况（单位：%）

图表26：2016-2021年我国消费者信心指数变化趋势

图表27：2014-2021年中国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）

图表28：2019-2021年移动互联网月活跃用户数量（单位：亿人）

图表29：2018-2021年中国网民各类互联网应用的使用率（单位：万人，%）

图表30：2017-2021年微信拉动信息消费规模（单位：亿元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/369700.html>