

2024-2030年中国新零售行业市场全景分析及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国新零售行业市场全景分析及投资策略研究报告》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://www.huaon.com/channel/business/972711.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

《2024-2030年中国新零售行业市场全景分析及投资策略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对新零售行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合新零售行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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。

报告目录：

第1章 中国新零售行业发展背景及机遇分析

1.1 新零售的定义及内涵

1.1.1 什么是“新零售”？

1.1.2 “新零售”的内涵是对广义O2O的全面升级

1.1.3 认知“新零售”的十一种新思维

1.1.4 “新零售”与传统零售的区别与联系

1.2 新零售产业背景分析

1.2.1 中国GDP增长形势分析：宏观经济稳中有升

1.2.2 电商高速发展、消费升级催生买方市场是核心驱动因素

1.2.3 线上流量红利消失、线下价值凸显，二者融合成为必然

1.2.4 传统零售业困难重重，新零售为实体商业注入发展活力

1.2.5 在消费升级的大背景下，消费者体验倒逼产业技术升级

1.3 新零售发展机遇分析

1.3.1 政策端：推动实体零售创新转型，新零售成为风口

1.3.2 需求端：新零售有效解决消费需求变化引起的痛点

1.3.3 竞争端：线下由竞争转向融合，新零售成桥梁

1.3.4 技术端：信息技术充分发展为新零售提供强大保障

第2章 全球新零售发展经验及对中国的借鉴意义

2.1 全球零售发展历程及未来新零售的诞生

2.2 亚马逊新零售模式的发展经验借鉴意义

2.3 沃尔玛新零售模式的发展经验借鉴意义

2.4 Farfetch未来商店的发展经验借鉴意义

2.5 全球新零售模式发展经验对我国的启示

第3章 中国新零售行业发展现状及市场前景分析

3.1 中国新零售行业市场发展阶段分析

3.1.1 对新零售行业发展阶段的研究

3.1.2 中国新零售行业细分阶段发展特点

3.2 新零售给传统零售带来的冲击和变革分析

3.2.1 新零售给传统零售业带来的突破机遇

3.2.2 新零售给传统零售业带来的挑战分析

3.2.3 新零售对传统零售业的市場重构分析

3.2.4 新零售给传统零售带来融合创新机会

3.3 新零售给传统电商带来的冲击和变革分析

3.3.1 新零售给传统电商带来的突破机遇

3.3.2 新零售给传统电商带来的挑战分析

3.3.3 新零售对传统电商的市場重构分析

3.3.4 新零售给传统电商带来融合创新机会

3.4 中国新零售行业市场发展现状分析

3.4.1 线上巨头主动布局线下

3.4.2 传统零售企业在新零售的投资布局解读

3.4.3 互联网企业在新零售的投资布局解读

3.4.4 中国新零售行业竞争格局分析

第4章 新零售生态系统构建与建设战略规划分析

4.1 深度思考新零售生态系统如何构建？

4.1.1 认识新零售生态系统的本质

4.1.2 新零售生态系统的方案图解

4.1.3 新零售生态系统的构建要点

4.2 新零售生态系统建设要素之——数据

4.2.1 大数据在新零售生态系统的重要性

4.2.2 大数据在新零售的应用场景及影响分析

4.2.3 大数据在新零售的应用现状及案例剖析

4.2.4 大数据在新零售的应用趋势及创新方向

4.2.5 新零售趋势下，企业在大数据领域的投资布局

4.2.6 新零售趋势下，大数据产业的机遇和变革趋势

4.3 新零售生态系统建设要素之——支付

4.3.1 支付在新零售生态系统的重要性

4.3.2 支付在新零售的应用场景及影响分析

4.3.3 支付在新零售的应用现状及案例剖析

4.3.4 支付在新零售的应用趋势及创新方向

4.3.5 新零售趋势下，企业在支付领域的投资布局

4.3.6 新零售趋势下，支付产业的机遇和变革趋势

4.4 新零售生态系统建设要素之——物流

4.4.1 物流在新零售生态系统的重要性

4.4.2 物流在新零售的应用场景及影响分析

4.4.3 物流在新零售的应用现状及案例剖析

4.4.4 物流在新零售的应用趋势及创新方向

4.4.5 新零售趋势下，企业在物流领域的投资布局

4.4.6 新零售趋势下，物流产业的机遇和变革趋势

4.5 新零售生态系统建设要素之——金融

4.5.1 金融在新零售生态系统的重要性

4.5.2 金融在新零售的应用场景及影响分析

4.5.3 金融在新零售的应用案例分析

4.5.4 金融在新零售的应用趋势及创新方向

4.5.5 新零售趋势下，企业在金融领域的投资布局

4.5.6 新零售趋势下，金融产业的机遇和变革趋势

4.6 新零售生态系统建设要素之——供应链

4.6.1 供应链在新零售生态系统的重要性

4.6.2 供应链在新零售的应用场景及影响分析

4.6.3 供应链在新零售的应用现状及案例剖析

4.6.4 供应链在新零售的应用趋势及创新方向

4.6.5 新零售趋势下，企业在供应链领域的投资布局

4.6.6 新零售趋势下，供应链产业的机遇和变革趋势

4.7 新零售生态系统建设要素之——物联网

4.7.1 物联网在新零售生态系统的重要性

4.7.2 物联网在新零售的应用场景及影响分析

4.7.3 物联网在新零售的应用现状及案例剖析

4.7.4 物联网在新零售的应用趋势及创新方向

4.7.5 新零售趋势下，企业在物联网领域的投资布局

4.7.6 新零售趋势下，物联网产业的机遇和变革趋势

第5章 中国新零售行业商业模式分析

5.1 近场社区电商

5.1.1 近场社区电商发展现状

5.1.2 行业主要企业布局分析

5.2 社区团购

5.2.1 社区团购市场现状

5.2.2 社区团购产业链及巨头行业布局分析

5.3 社区团购与近场社区电商的对比分析

5.3.1 近场社区电商——社区团购的进一步发展形态

5.3.2 对比分析

5.3.3 发展方向展望

5.4 无人零售

5.4.1 无人零售概念

5.4.2 无人零售使用场景及意义

5.4.3 无人零售运营及扩张

5.4.4 无人零售发展趋势

5.5 其他新零售商业模式

5.5.1 直播带货

5.5.2 精选体验店

第6章 传统零售行业模式转变成果回顾及思考

6.1 传统零售业态发展现状与瓶颈分析

6.1.1 传统零售业态发展现状

6.1.2 传统零售业态结构分析

6.1.3 传统零售业态主要瓶颈

6.2 传统零售业模式转变案例

6.2.1 沃尔玛

6.2.2 新零售对夫妻店、社区店的颠覆分析

6.2.3 新零售对夫妻店、社区店的投资布局

6.2.4 新零售趋势下，夫妻店、社区店的发展趋势与创新

6.2.5 新零售趋势下，夫妻店、社区店的机遇与投资前景

6.3 新零售对商超、便利店的颠覆及投资机会

6.3.1 商超、便利店发展现状与痛点分析

- 6.3.2 新零售对商超、便利店的颠覆分析
- 6.3.3 新零售对商超、便利店的投资布局
- 6.3.4 新零售+商超、便利店的投资案例剖析
- 6.3.5 新零售趋势下，商超、便利店的发展趋势与创新
- 6.3.6 新零售趋势下，商超、便利店的机遇与投资前景
- 6.4 新零售对购物中心、百货商场的颠覆及投资机会
- 6.4.1 购物中心、百货商场发展现状与痛点分析
- 6.4.2 新零售对购物中心、百货商场的颠覆分析
- 6.4.3 新零售对购物中心、百货商场的投资布局
- 6.4.4 新零售+购物中心、百货商场的投资案例剖析
- 6.4.5 新零售趋势下，购物中心、百货商场的发展趋势与创新
- 6.4.6 新零售趋势下，购物中心、百货商场的机遇与投资前景

第7章 新零售对各个消费领域的影响及投资建议

- 7.1 生鲜零售
 - 7.1.1 生鲜零售市场发展现状
 - 7.1.2 行业主要企业经营情况分析
 - 7.1.3 前置仓模式发展分析
- 7.2 纺织服装——回归消费者为核心的零售新时代
 - 7.2.1 纺织服装线上发展现状及面临挑战分析
 - 7.2.2 纺织服装线下发展现状及面临挑战分析
 - 7.2.3 纺织服装“新零售”面临的机遇与挑战
 - 7.2.4 纺织服装“新零售”：数据化+提升体验
 - 7.2.5 纺织服装“新零售”建设战略规划
 - 7.2.6 纺织服装“新零售”投资布局分析
 - 7.2.7 纺织服装“新零售”优秀案例分析
 - 7.2.8 纺织服装“新零售”投资潜力分析
- 7.3 食品饮料——线下体验为主，强化品牌IP价值
 - 7.3.1 食品饮料线上发展现状及面临挑战分析
 - 7.3.2 食品饮料线下发展现状及面临挑战分析
 - 7.3.3 食品饮料“新零售”面临的机遇与挑战
 - 7.3.4 食品饮料“新零售”：新娱乐，IP化
 - 7.3.5 食品饮料“新零售”建设战略规划
 - 7.3.6 食品饮料“新零售”投资布局分析
 - 7.3.7 食品饮料“新零售”优秀案例分析

7.3.8 食品饮料“新零售”投资潜力分析

7.4 家电——全渠道+场景化，打造全新家电购物体验

7.4.1 家电线上发展现状及面临挑战分析

7.4.2 家电“新零售”面临的机遇与挑战

7.4.3 家电“新零售”：全渠道+场景化

7.4.4 家电“新零售”建设战略规划

7.4.5 家电“新零售”投资布局分析

7.4.6 家电“新零售”优秀案例分析

7.4.7 家电“新零售”投资潜力分析

7.5 医药——打造以患者为中心的专业服务体系

7.5.1 医药线上发展现状及面临挑战分析

7.5.2 医药线下发展现状及面临挑战分析

7.5.3 医药“新零售”面临的机遇与挑战

7.5.4 医药“新零售”：精准处方流量+服务化

7.5.5 医药“新零售”建设战略规划

7.5.6 医药“新零售”投资布局分析

7.5.7 医药“新零售”优秀案例分析

7.5.8 医药“新零售”投资潜力分析

7.6 母婴——从垂直母婴转型家庭消费

7.6.1 母婴线上发展现状及面临挑战分析

7.6.2 母婴线下发展现状及面临挑战分析

7.6.3 母婴“新零售”面临的机遇与挑战

7.6.4 母婴“新零售”：始于母婴而不止于母婴

7.6.5 母婴“新零售”建设战略规划

7.6.6 母婴“新零售”投资布局分析

7.6.7 母婴“新零售”优秀案例分析

7.6.8 母婴“新零售”投资潜力分析

第8章 中国新零售商业模式创新优秀案例剖析

8.1 盒马鲜生

8.1.1 盒马鲜生基本信息介绍

8.1.2 盒马鲜生与传统超市的对比

8.1.3 盒马鲜生新零售战略解析

8.1.4 盒马鲜生新零售投资规划

8.1.5 盒马鲜生的成功经验总结

8.1.6 盒马鲜生的盈利模式分析

8.1.7 盒马鲜生的商业模式评价

8.2 京东便利店

8.2.1 京东便利店基本信息介绍

8.2.2 京东便利店发展现状

8.2.3 京东便利店新零售战略解析

8.2.4 京东便利店新零售投资规划

8.2.5 京东便利店的成功经验总结

8.2.6 京东便利店的盈利模式分析

8.2.7 京东便利店的商业模式评价

8.3 天猫小店

8.3.1 天猫小店基本信息介绍

8.3.2 天猫小店经营情况分析

8.3.3 天猫小店新零售战略解析

8.3.4 天猫小店的成功经验总结

8.3.5 天猫小店的优势分析

8.4 小米之家

8.4.1 小米之家基本信息介绍

8.4.2 小米之家经营情况分析

8.4.3 小米之家新零售战略解析

8.4.4 小米之家的成功经验总结

8.4.5 小米之家的盈利模式分析

8.4.6 小米之家的商业模式评价

第9章 大型企业在新零售行业的投资布局分析

9.1 传统零售巨头新零售投资布局

9.1.1 百联股份

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

9.1.2 天虹股份

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

9.1.3 永辉超市

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.2 主要电商巨头新零售投资布局

9.2.1 阿里巴巴

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.2.2 京东

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.2.3 苏宁云商

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第10章 中国新零售行业市场投资机会及建议

10.1 中国新零售行业投资特性及风险

10.1.1 新零售行业投资壁垒分析

10.1.2 新零售行业投资特性分析

10.1.3 新零售行业投资风险分析

10.2 中国新零售行业投融资现状及趋势

10.2.1 新零售行业投融资主体结构

10.2.2 各投融资主体核心资源分析

10.2.3 各投资主体投资方式分析

10.2.4 各投资主体投融资规模分析

10.3 中国新零售行业投资机会及建议

10.3.1 中国新零售行业投资机会分析

10.3.2 关于新零售行业的投资建议

10.3.3 后疫情时代的中国新零售投资趋势分析

图表目录：

图表1：马云对“新零售”的解读

图表2：刘强东“无界零售”图景

图表3：刘强东“第四次零售革命”图景

图表4：阿里研究院“新零售”的三大特征

图表5：阿里研究院“新零售”的知识框架

图表6：数据交换实现消费者全方位信息闭环

图表7：“新零售”特征

图表8：新零售下消费需求将向体验诉求进行倾斜

图表9：2019-2023年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表10：2019-2023年中国居民、城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元）

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/972711.html>