

2024-2030年中国零售行业 发展态势与市场需求预测报告

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

《2024-2030年中国零售行业发展态势与市场需求预测报告》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/202310/414807.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

零售业是指通过买卖形式将工农业生产者生产的产品直接售给居民作为生活消费用或售给社会集团供公共消费用的商品销售行业。零售业态的分类主要依据零售业的选址、规模、目标顾客、商品结构、店堂设施、经营方式、服务功能等确定。零售业态分为八种，有百货店、便利店、超市、大型综合超市、仓储式会员式商店、专业店、专卖店和购物中心。

近年来，在国家政策的大力扶持和业内企业的不断努力下，零售业持续良好发展势头，市场规模持续扩张，经济效益显著。2021年，我国社会消费品零售总额440823亿元，比上年增长12.5%，两年平均增速为3.9%。2022年，社会消费品零售总额439733亿元，比上年下降0.2%。其中，除汽车以外的消费品零售额393961亿元，下降0.4%。全国网上零售额137853亿元，比上年增长4.0%。其中，实物商品网上零售额119642亿元，增长6.2%，占社会消费品零售总额的比重为27.2%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长16.1%、3.5%、5.7%。

2020年9月9日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，确定支持新业态新模式加快发展带动新型消费的措施，促进经济恢复性增长，会议提到要推动新型消费扩容提质。创新无接触消费模式，探索智慧超市等新零售。2021年5月25日，在2021中国国际零售创新大会会上，商务部市场运行和消费促进司副司长王斌在致辞中表示，零售业是新技术、新业态、新模式成长最快、创新最活跃、新场景应用最广泛的领域之一，今后一个阶段，发展消费新场景，将是零售业顺应消费升级趋势、创新发展的重要方向和领域。2021年7月2日CCFA启动《专业零售店店长岗位要求》和《零售业品类管理指南》行业标准修订工作。2021年8月23日，CCFA对团体标准《零售数字化术语(征求意见稿)》公开征求意见，2021年11月1日，CCFA对团体标准《零售数字化术语(征求意见稿)》报批公示。中国零售市场规范化发展。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国零售行业发展态势与市场需求预测报告》依托庞大的调研体系，结合科学的研究方法，通过对零售行业的发展现状、区域市场、优势企业、零售商业圈、政策法规、发展规划等方面进行细致深入的分析，帮助客户全面把握零售业的总体发展状况。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国百货商业协会、中国连锁经营协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。此报告是您跟踪零售业最新发展动态，编写产业规划、编制产业政策、制定招商策略的重要参考工具。

。

报告目录：

第一章 零售业相关概述

1.1 零售业简介

1.1.1 零售业的定义

1.1.2 零售业的形式

1.1.3 零售贸易的特征

1.1.4 零售贸易的功能

1.2 零售业的准入条件

1.2.1 注册登记条件

1.2.2 资金条件

1.2.3 技术及设备条件

1.3 零售业的产业特点

1.3.1 行业生产要素特征

1.3.2 行业的周期性特征

1.3.3 行业的季节性特征

第二章 中国零售业发展规划背景分析

2.1 经济环境

2.1.1 宏观经济概况

2.1.2 服务业运行状况

2.1.3 固定资产投资

2.1.4 经济转型升级

2.1.5 宏观经济展望

2.2 社会环境

2.2.1 人口流动趋势

2.2.2 城镇化发展水平

2.2.3 快递行业规模

2.2.4 互联网发展分析

2.3 消费环境

2.3.1 国内消费市场变化

2.3.2 消费偏好个性裂变

2.3.3 消费内容提质扩容

- 2.3.4 消费方式各具特征
- 2.3.5 消费者内容偏好分析
- 2.4 关联产业环境
 - 2.4.1 零售业和物流业
 - 2.4.2 零售业和商业地产
 - 2.4.3 零售业和逆向物流

第三章 2021-2023年中国零售业发展全方位剖析

- 3.1 中国零售市场发展特征
 - 3.1.1 商业载体集聚优化
 - 3.1.2 商品服务协同提升
 - 3.1.3 线上线下相互引流
 - 3.1.4 消费场景互动重构
 - 3.1.5 智慧零售优化体验
 - 3.1.6 配送效率显著提升
 - 3.1.7 绿色零售成效增强
- 3.2 2021-2023年中国零售行业运行分析
 - 3.2.1 零售市场发展规模
 - 3.2.2 主要品类市场表现
 - 3.2.3 主要业态市场运行
 - 3.2.4 零售电商发展规模
 - 3.2.5 零售业社会贡献度
- 3.3 2021-2023年中国农村零售业发展探析
 - 3.3.1 农村零售业发展现状
 - 3.3.2 农村网络零售规模
 - 3.3.3 农村零售业发展优势
 - 3.3.4 农村零售业主要问题
 - 3.3.5 农村零售业创新对策
- 3.4 2021-2023年中国零售行业百强企业经营状况分析
 - 3.4.1 百强企业零售规模
 - 3.4.2 百强前十销售规模
 - 3.4.3 百强企业运营效益

- 3.4.4 百强企业规模级别
- 3.5 中国零售行业经营模式创新发展分析
 - 3.5.1 经营业态模式创新
 - 3.5.2 经营渠道模式创新
 - 3.5.3 零售交易模式创新
 - 3.5.4 物流供应链模式创新
 - 3.5.5 创新面临的问题挑战
 - 3.5.6 创新发展意见建议
- 3.6 中国零售业发展趋势分析
 - 3.6.1 优质供给更加全面
 - 3.6.2 消费过程更加便利
 - 3.6.3 基础环境更加放心
 - 3.6.4 政策措施更加完善
- 3.7 对2024-2030年中国零售业预测分析
 - 3.7.1 2024-2030年中国零售业影响因素分析
 - 3.7.2 2024-2030年中国社会消费品零售总额预测

第四章 零售行业企业运行状况及投资分析

- 4.1 零售行业上市公司运行状况分析
 - 4.1.1 零售行业上市公司规模
 - 4.1.2 零售行业上市公司分布
- 4.2 零售行业财务状况分析
 - 4.2.1 经营状况分析
 - 4.2.2 盈利能力分析
 - 4.2.3 营运能力分析
 - 4.2.4 成长能力分析
 - 4.2.5 现金流量分析
- 4.3 A股及新三板上市公司在零售行业投资动态分析
 - 4.3.1 投资项目综述
 - 4.3.2 投资区域分布
 - 4.3.3 投资模式分析
 - 4.3.4 典型投资案例

4.4 零售行业上市公司投资动态分析

4.4.1 投资规模统计

4.4.2 投资区域分布

4.4.3 投资模式分析

4.4.4 典型投资案例

第五章 2021-2023年零售业态之：超市业分析

5.1 2021-2023年超市行业发展概况

5.1.1 行业发展阶段

5.1.2 行业营收规模

5.1.3 市场发展现状

5.1.4 行业发展特点

5.1.5 市场竞争格局

5.1.6 区域发展形势

5.1.7 超市数字化建设

5.2 超市的经营管理

5.2.1 经营的五个不平等

5.2.2 超市管理的关键点

5.2.3 零售超市经营策略

5.2.4 高校超市经营策略

5.2.5 人力资源管理误区

5.3 连锁超市市场营销策略

5.3.1 市场营销SWOT分析

5.3.2 农村连锁超市的发展

5.3.3 生鲜连锁超市的发展

5.3.4 发展存在的主要问题

5.3.5 市场营销的策略选择

5.4 中小超市的竞争战略策略选择

5.4.1 发展优势分析

5.4.2 发展劣势情况

5.4.3 企业战略定位

5.4.4 竞争策略选择

5.5 超市的发展趋势

5.5.1 未来发展方向

5.5.2 行业发展趋势

5.5.3 农村超市前景

第六章 2021-2023年零售业态之：便利店分析

6.1 世界部分国家或地区的便利店分析

6.1.1 全球便利店龙头发展规模

6.1.2 日本便利店行业发展分析

6.1.3 韩国便利店行业发展现状

6.1.4 台湾地区便利店行业浅析

6.1.5 香港地区便利店行业发展

6.2 中国便利店的发展概况

6.2.1 市场销售规模

6.2.2 市场经营状况

6.2.3 企业盈利水平

6.2.4 企业布局状况

6.2.5 企业融资情况

6.2.6 人力资源投入

6.3 便利店的投资分析

6.3.1 产业发展必要

6.3.2 市场定位分析

6.3.3 赢利基础分析

6.3.4 投资规划建议

6.3.5 投资前景看好

6.4 中国便利店发展存在的问题及对策

6.4.1 发展面临挑战

6.4.2 产业发展建议

6.4.3 经营策略分析

6.5 便利店的前景和趋势

6.5.1 行业发展前景

6.5.2 市场发展机遇

6.5.3 城市发展趋势

第七章 2021-2023年零售业态之：购物中心分析

7.1 世界部分国家或地区的购物中心分析

7.1.1 美国购物中心

7.1.2 德国购物中心

7.1.3 日本购物中心

7.1.4 东南亚购物中心

7.2 2017-2019年中国的购物中心分析

7.2.1 综合发展力指数

7.2.2 区域发展力指数

7.2.3 客流恢复情况

7.2.4 整体存量规模

7.2.5 新增项目体量

7.2.6 运营模式转变

7.3 中国购物中心发展力分析

7.3.1 相关指标解释说明

7.3.2 总体及分项发展力

7.3.3 区域及城市发展力

7.3.4 不同商业模式发展力

7.4 中国购物中心消费者指数调查分析

7.4.1 相关指标说明

7.4.2 总体指数情况

7.4.3 客群人气指数

7.4.4 消费意愿指数

7.4.5 大众欢迎指数

7.4.6 消费者洞察

7.5 中国购物中心设计分析

7.5.1 购物中心设计要点

7.5.2 购物中心设计理念

7.5.3 购物中心设计趋势

7.6 中国购物中心发展面临的困境

- 7.6.1 经营成本上涨
- 7.6.2 商品同质化严重
- 7.6.3 管理能力有限
- 7.6.4 配套功能不足
- 7.7 中国购物中心发展对策建议
 - 7.7.1 地区差异化选址
 - 7.7.2 差异化清晰定位
 - 7.7.3 多业态经营发展
 - 7.7.4 注重人性化体验
 - 7.7.5 提高自有品牌建设
- 7.8 未来发展趋势分析
 - 7.8.1 未来发展方向
 - 7.8.2 未来运营趋势

第八章 2021-2023年零售业态之：百货店业分析

- 8.1 中国百货店业运行现状解析
 - 8.1.1 行业整体经营状况
 - 8.1.2 行业发展特征分析
 - 8.1.3 企业线上线下融合
 - 8.1.4 数据化进程加速
 - 8.1.5 强化线下场景体验
 - 8.1.6 行业未来发展趋势
- 8.2 中国百货行业转型创新发展特征分析
 - 8.2.1 数字化推动全渠道融合
 - 8.2.2 与互联网企业展开合作
 - 8.2.3 科技创新提升顾客体验
 - 8.2.4 数字化升级实现精准营销
 - 8.2.5 深度拓展自采自营业务
- 8.3 百货业供应商关系管理探析
 - 8.3.1 百货业供应商关系管理简述
 - 8.3.2 百货业供应商关系管理的作用
 - 8.3.3 百货业供应商关系管理的问题

- 8.3.4 百货商场供应商冲突管理对策
- 8.4 百货行业营销策略分析
 - 8.4.1 百货店常用的促销手段
 - 8.4.2 百货商场营销的主要因素
 - 8.4.3 百货行业多元化营销模式
 - 8.4.4 百货业营销策略改进措施
- 8.5 百货行业发展存在的问题及对策建议
 - 8.5.1 百货业存在的主要问题
 - 8.5.2 百货行业发展面临挑战
 - 8.5.3 百货行业经营转型模式
 - 8.5.4 传统百货企业创新策略
 - 8.5.5 百货业供应链优化路径

第九章 2021-2023年其他零售业态分析

- 9.1 仓储式商场
 - 9.1.1 仓储式商场发展历史
 - 9.1.2 仓储式商场发展动力
 - 9.1.3 仓储式商场发展状况
 - 9.1.4 仓储式商场经营分析
 - 9.1.5 仓储式商场营销特征
 - 9.1.6 仓储式商场制约因素
 - 9.1.7 仓储式商场发展策略
- 9.2 专业店
 - 9.2.1 专业店发展历程
 - 9.2.2 专业店业态种类
 - 9.2.3 专业店发展现状
 - 9.2.4 专业店经营特色
 - 9.2.5 专业店运营管理策略
- 9.3 专卖店
 - 9.3.1 专卖店相关概念
 - 9.3.2 专卖店经营现状分析
 - 9.3.3 传统专卖店面临转型

- 9.3.4 京东家电专卖店发展
- 9.3.5 对专卖店营销的思考
- 9.3.6 专卖店运营策略建议

第十章 2021-2023年主要商品零售市场发展分析

10.1 服装市场

- 10.1.1 服装行业运行规模
- 10.1.2 服装零售市场状况
- 10.1.3 服装市场零售新特点
- 10.1.4 服装行业影响因素
- 10.1.5 服装零售行业问题
- 10.1.6 服装零售趋势预测

10.2 家电市场

- 10.2.1 家电行业总体运行现状
- 10.2.2 家电零售市场发展规模
- 10.2.3 家电零售市场发展特点
- 10.2.4 家电品类零售市场结构
- 10.2.5 家电零售线上线下融合
- 10.2.6 家电零售转型发展建议

10.3 汽车市场

- 10.3.1 汽车产销规模现状
- 10.3.2 线上线下渠道融合
- 10.3.3 汽车新零售发展分析
- 10.3.4 汽车新零售发展特点
- 10.3.5 新能源汽车发展目标
- 10.3.6 汽车市场发展趋势分析

10.4 食品市场

- 10.4.1 食品工业发展规模
- 10.4.2 食品行业发展特点
- 10.4.3 食品行业盈利模式
- 10.4.4 食品行业消费趋势
- 10.4.5 食品工业发展趋势

10.5 化妆品市场

10.5.1 化妆品市场发展规模

10.5.2 化妆品零售市场规模

10.5.3 化妆品市场销售渠道

10.5.4 化妆品零售市场特征

10.5.5 化妆品电商市场格局

10.5.6 化妆品零售市场趋势

第十一章 2021-2023年中国重点城市零售行业发展状况

11.1 北京市

11.1.1 经济总体运行状况

11.1.2 社会消费品零售额

11.1.3 零售业发展经营状况

11.1.4 百货业态转型发展

11.1.5 首店经济发展态势

11.1.6 行业未来发展趋势

11.2 上海市

11.2.1 经济总体运行状况

11.2.2 社会消费品零售额

11.2.3 居民消费价格水平

11.2.4 消费市场发展特征

11.2.5 零售行业发展现状

11.2.6 行业发展前景趋势

11.3 广州市

11.3.1 经济总体运行状况

11.3.2 社会消费品零售额

11.3.3 零售市场发展特点

11.3.4 零售市场发展态势

11.3.5 未来发展规划定位

11.4 深圳市

11.4.1 经济总体运行状况

11.4.2 社会消费品零售额

- 11.4.3 居民消费价格水平
- 11.4.4 零售商圈发展状况
- 11.4.5 新零售发展状况分析
- 11.5 成都市
 - 11.5.1 经济总体运行状况
 - 11.5.2 零售市场发展现状
 - 11.5.3 新消费发展分析
 - 11.5.4 新零售发展规划
- 11.6 其他城市
 - 11.6.1 天津市
 - 11.6.2 重庆市
 - 11.6.3 武汉市

第十二章 中国主要零售商业圈分析

- 12.1 北京主要零售商业圈
 - 12.1.1 经营状况分析
 - 12.1.2 王府井商圈
 - 12.1.3 西单商圈
 - 12.1.4 中关村商圈
 - 12.1.5 公主坟商圈
 - 12.1.6 CBD商圈
- 12.2 上海主要零售商业圈
 - 12.2.1 南京西路商圈
 - 12.2.2 徐家汇商圈
 - 12.2.3 南京东路商圈
 - 12.2.4 陆家嘴商圈
 - 12.2.5 五角场商圈
 - 12.2.6 四川北路商圈
- 12.3 广州主要零售商业圈
 - 12.3.1 天河路商圈
 - 12.3.2 珠江新城商圈
 - 12.3.3 白云新城商圈

- 12.3.4 市桥南商圈
- 12.3.5 万博商圈
- 12.4 深圳主要零售商业圈
 - 12.4.1 东门商圈
 - 12.4.2 深南中商圈
 - 12.4.3 华强北商圈
 - 12.4.4 南山商圈
 - 12.4.5 宝安中心商圈
- 12.5 武汉主要零售商业圈
 - 12.5.1 武广商圈
 - 12.5.2 江汉路商圈
 - 12.5.3 汉正街商圈
 - 12.5.4 街道口商圈
 - 12.5.5 光谷商圈
 - 12.5.6 徐东商圈

第十三章 2021-2023年中国零售业电子商务发展分析

- 13.1 2021-2023年电子商务发展状况分析
 - 13.1.1 电子商务基本概述
 - 13.1.2 电商市场规模
 - 13.1.3 商业模式创新
 - 13.1.4 消费需求转变
- 13.2 零售业电子商务行业发展状况分析
 - 13.2.1 内在机制效应
 - 13.2.2 行业发展对策
 - 13.2.3 行业发展趋势
- 13.3 电子商务环境下的传统零售业发展分析
 - 13.3.1 发展现状
 - 13.3.2 发展对策
 - 13.3.3 典型案例
- 13.4 2021-2023年中国网络零售发展状况分析
 - 13.4.1 网络零售市场规模

- 13.4.2 对消费市场贡献度
- 13.4.3 市场区域发展状况
- 13.4.4 跨境电商持续发力
- 13.5 新零售环境下零售渠道格局转变
- 13.5.1 传统渠道格局转变
- 13.5.2 零售新物种涌现
- 13.5.3 自助零售终端兴起
- 13.5.4 线上线下融合加速

第十四章 2021-2023年中国重点零售企业运营状况分析

14.1 王府井集团股份有限公司

- 14.1.1 企业发展概况
- 14.1.2 经营效益分析
- 14.1.3 业务经营分析
- 14.1.4 财务状况分析
- 14.1.5 核心竞争力分析
- 14.1.6 公司发展战略
- 14.1.7 未来前景展望

14.2 广州市广百股份有限公司

- 14.2.1 企业发展概况
- 14.2.2 经营效益分析
- 14.2.3 业务经营分析
- 14.2.4 财务状况分析
- 14.2.5 核心竞争力分析
- 14.2.6 公司发展战略
- 14.2.7 未来前景展望

14.3 重庆百货大楼股份有限公司

- 14.3.1 企业发展概况
- 14.3.2 经营效益分析
- 14.3.3 业务经营分析
- 14.3.4 财务状况分析
- 14.3.5 核心竞争力分析

- 14.3.6 公司发展战略
- 14.4 上海新世界股份有限公司
 - 14.4.1 企业发展概况
 - 14.4.2 经营效益分析
 - 14.4.3 业务经营分析
 - 14.4.4 财务状况分析
 - 14.4.5 核心竞争力分析
 - 14.4.6 公司发展战略
 - 14.4.7 未来前景展望
- 14.5 大连友谊（集团）股份有限公司
 - 14.5.1 企业发展概况
 - 14.5.2 经营效益分析
 - 14.5.3 业务经营分析
 - 14.5.4 财务状况分析
 - 14.5.5 核心竞争力分析
 - 14.5.6 未来前景展望
- 14.6 苏宁易购集团股份有限公司
 - 14.6.1 企业发展概况
 - 14.6.2 经营效益分析
 - 14.6.3 业务经营分析
 - 14.6.4 财务状况分析
 - 14.6.5 核心竞争力分析
 - 14.6.6 公司发展战略
 - 14.6.7 未来前景展望

第十五章 中国零售业面临的挑战及发展建议

- 15.1 传统零售业SWOT分析及发展建议
 - 15.1.1 传统零售业自身的优势
 - 15.1.2 传统零售业发展的劣势
 - 15.1.3 传统零售业发展的机会
 - 15.1.4 传统零售业面临的挑战
 - 15.1.5 传统零售业的发展对策

15.2 百货零售业面临的问题及发展建议

15.2.1 百货零售业发展地位

15.2.2 百货零售业发展问题

15.2.3 百货零售业发展建议

15.2.4 百货零售业发展方向

15.3 新零售时代下的零售业面临的挑战及对策

15.3.1 新零售时代零售业面临的机遇

15.3.2 新零售时代零售业的发展问题

15.3.3 新零售时代零售业面临的挑战

15.3.4 新零售时代零售业的竞争优势

15.3.5 新零售时代零售业的发展对策

15.4 中国零售行业发展问题分析

15.4.1 行业面临环境挑战

15.4.2 发展布局亟待优化

15.4.3 传统零售企业问题

15.4.4 经营成本持续攀升

15.4.5 市场竞争弊端分析

15.4.6 人才培养急需加强

15.5 中国实体零售业转型升级路径与对策

15.5.1 实体零售发展优劣势

15.5.2 实体零售转型制约因素

15.5.3 实体零售业转型导向

15.5.4 实体零售业转型建议

第十六章 零售业政策方向及规划建议

16.1 中国零售业的行业管理体系解析

16.1.1 行业主管部门

16.1.2 行业主要法规

16.1.3 行业主要政策

16.2 中国零售行业相关新政策解析

16.2.1 消费品进口关税调整

16.2.2 供应链发展相关政策

16.2.3 跨境电商主要政策

16.2.4 电子商务相关政策法规

16.3 中国零售业发展规划探析

16.3.1 零售业“十四五”发展机遇

16.3.2 零售业“十四五”发展方向

图表目录

图表1 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表2 2017-2021年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表3 2021年1季度GDP初步核算数据

图表4 2016-2021年GDP同比增长速度

图表5 2020-2021年中国网上实物零售月度增速

图表6 2020-2021年中国网下实体店消费品零售额月度增速

图表7 2020-2021年中国商品零售额月度增速

图表8 2020-2021年中国餐饮收入月度增速

图表9 2020-2021年中国城镇及乡村消费品零售额增速对比

图表10 2020-2021年中国限额以下单位和个体户商品零售额月度增速

图表11 2020-2021年中国限额以下单位和个体户餐饮收入月度增速

图表12 2020-2021年中国限额以上单位汽车零售额月度增速

图表13 2020-2021年中国限额以上单位石油制品类零售额月度增速

图表14 2018-2020年中国零售实体店各指标发展指数

图表15 2020年中国电商上市公司领域分布

图表16 2020年中国电商上市公司市值排行榜（节选）

图表17 2020年中国电商上市公司城市分布

图表18 2020年下沉市场主流特价电商应用镜湖均打开时长对比

图表19 2014-2020年中国农村网络零售额及增速

图表20 2010-2019年零售百强销售规模

图表21 2008-2019年零售百强销售规模占社会消费品零售总额的比重

图表22 2008-2019年零售百强销售规模增速与社会消费品零售总额增速的对比

图表23 2008-2019年百强前十销售额占零售百强销售额的比重

图表24 2013年、2019年前十强排名及增速情况

图表25 2012-2019年前10强中实体企业销售规模增速与社会消费品零售总额增速对比

图表26 2019年中国零售百强名单前十名

图表27 2014-2019年百强中电商销售增速、占比、贡献度及与社会消费品零售总额增速的对比

图表28 2019年零售百强中5家电商销售情况

图表29 2013-2019年零售百强中以实体店为主的零售企业销售规模及增速

图表30 永辉超级物种业态模式

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414807.html>