

中国零售业竞争格局分析及发展前景趋势报告2023-2029年

产品名称	中国零售业竞争格局分析及发展前景趋势报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国零售业竞争格局分析及发展前景趋势报告2023-2029年*****[报告编号] 374796[出版日期] 2023年7月[出版机构] 中研华泰研究院 [交付方式] EMIL电子版或特快专递 [报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [联系人员] 刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 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 零售业的产业特点1.1.4 零售百货业的定义1.2 零售业的准入条件概述1.2.1 注册登记条件1.2.2 资金条件1.2.3 技术、设备条件1.3 零售业的业态概述1.3.1 零售业态的划分标准1.3.2 零售业的基本业态1.3.3 零售业态发展规律分析1.3.4 无店铺销售归入零售业态1.4 零售业的几次重大变革1.4.1 百货商店1.4.2 超级市场1.4.3 连锁商店1.4.4 电商零售1.5 新零售业态分析1.5.1 产生的背景1.5.2 新零售的本质 第二章 2021-2023年世界零售业的发展2.1 2021-2023年全球零售行业发展分析2.1.1 行业发展历程2.1.2 行业发展动态2.1.3 市场发展规模2.1.4 区域分布格局2.1.5 新零售发展分析2.1.6 企业发展探析2.1.7 行业发展趋势2.2 欧洲零售业2.2.1 业态格局剖析2.2.2 行业运行现状2.2.3 行业竞争格局2.2.4 电商销售规模2.2.5 电商零售分析2.2.6 户外零售市场2.3 美国零售业2.3.1 行业发展综述2.3.2 行业运行现状2.3.3 行业发展规模2.3.4 行业营收分析2.3.5 行业竞争格局2.3.6 行业发展趋势2.4 日本零售业2.4.1 行业发展优势2.4.2 行业运行现状2.4.3 行业销售规模2.4.4 市场竞争格局2.4.5 行业发展趋势 第三章 2021-2023年中国零售业产业环境3.1 宏观经济环境3.1.1 宏观经济概况3.1.2 对外经济分析3.1.3 工业运行情况3.1.4 固定资产投资3.1.5 宏观经济展望3.2 消费市场环境3.2.1 居民收入水平3.2.2 城市化进程分析3.2.3 消费支出及构成3.2.4 消费结构升级3.2.5 消费信心指数上升3.2.6 新消费群体崛起3.3 关联产业环境3.3.1 零售业和物流业3.3.2 零售业和商业地产3.3.3 零售业和逆向物流 第四章 2021-2023年中国零售业发展分析4.1 2021-2023年中国零售行业运行综况4.1.1 政策机遇分析4.1.2 消费品零售总额4.1.3 主要品类市场表现4.1.4 重点企业运营状况4.1.5 主要业态市场规模4.2 中国零售业企业运行状况4.2.1 企业名单汇总4.2.2 企业销售规模4.2.3 企业销售特点4.2.4 市场集中度提升4.2.5 企业运营效益4.3 2021-2023年中国零售市场发展特征4.3.1 行业转型初现成效4.3.2 零售业态分化发展4.3.3 技术驱动智慧零售4.3.4 零售资本深度整合4.3.5 持续深化组织变革4.4 2021-2023年中国农村零售业发展探析4.4.1 农村零售业发展概况4.4.2 农村零售业发展历程4.4.3 农村社会消费品零售总额4.4.4 农村零售业连锁经营状况4.4.5 农村零售行业发展问题4.4.6 农村零售行业发展策略4.5 中国零售业存在的问题4.5.1 行业面临的环境挑战4.5.2 行业区域结构失衡4.5.3 企业运营面临的问题4.5.4 企业规模扩张瓶颈4.5.5 市场竞争弊端分析4.6 中国零售业的发展战略4.6.1

实施O2O战略4.6.2 采取多样化业态4.6.3 完善零售供应链4.6.4 扩大企业的规模4.6.5 提升管理水平4.6.6 加强人才培养 第五章 2021-2023年中国新零售行业分析5.1 新零售市场运行综况5.1.1 新零售的特点5.1.2 技术基础分析5.1.3 发展规模分析5.1.4 发展效益及成本5.1.5 行业发展热点5.1.6 重点细分市场5.2 中国新零售行业竞争格局分析5.2.1 新零售行业参与者结构5.2.2 新零售行业竞争者类型5.3 传统企业布局新零售市场5.3.1 总体布局分析5.3.2 投资重点方向5.3.3 投资区域分布5.4 互联网企业布局新零售市场5.4.1 投资切入方式5.4.2 投资规模分析5.4.3 投资业务布局5.4.4 投资重点方向5.4.5 投资区域分布5.5 中国新零售行业投资特性及风险5.5.1 新零售行业投资特性5.5.2 新零售行业投资壁垒5.5.3 新零售行业投资风险5.6 中国新零售行业投资机会及建议5.6.1 传统零售企业投资机会5.6.2 电商零售企业投资机会5.6.3 零售设备供应商投资机会5.6.4 新零售行业的投资建议5.7 中国新零售行业市场发展前景分析5.7.1 新零售行业市场增长动力5.7.2 新零售行业市场发展困境5.7.3 新零售行业市场发展趋势 第六章 2021-2023年零售业态之：超市业分析6.1 中国超市业发展状况分析6.1.1 发展现状解读6.1.2 区域发展格局6.1.3 市场业绩状况6.1.4 市场关店情况6.1.5 市场转型升级6.1.6 未来发展趋势6.2 超市经营管理分析6.2.1 经营的五个不平等6.2.2 超市管理的关键点6.2.3 零售超市经营策略6.2.4 高校超市经营策略6.2.5 中小超市经营策略6.3 连锁超市市场发展解读6.3.1 农村连锁超市发展6.3.2 生鲜连锁超市发展6.3.3 连锁超市市场营销6.3.4 发展主要问题分析6.3.5 市场优化发展建议 第七章 2021-2023年零售业态之：便利店分析7.1 主要国家和地区便利店行业发展状况7.1.1 日本7.1.2 美国7.1.3 台湾7.2 中国便利店市场运行分析7.2.1 市场销售规模7.2.2 市场经营状况7.2.3 商品结构分析7.2.4 运营成本提升7.2.5 市场发展前景7.2.6 市场发展趋势7.3 中国便利店市场竞争状况7.3.1 市场竞争格局7.3.2 区域分布格局7.3.3 零售企业布局7.3.4 店铺加盟机制7.4 中国便利店发展景气指数调查7.4.1 样本基本情况7.4.2 总体景气指数7.4.3 分项景气指数7.4.4 发展特点分析7.5 中国无人便利店市场引领新零售发展7.5.1 运营模式介绍7.5.2 市场发展规模7.5.3 市场竞争状况7.5.4 市场发展机遇7.5.5 企业布局动态7.6 中国便利店发展存在的主要问题7.6.1 盲目扩张问题7.6.2 商品缺乏特色7.6.3 物流配送不足7.6.4 信息管理不善7.7 中国便利店提升竞争力的策略分析7.7.1 实行连锁经营7.7.2 注重特色发展7.7.3 建立高效物流7.7.4 提升服务质量 第八章 2021-2023年零售业态之：购物中心分析8.1 部分国家和地区的购物中心分析8.1.1 全球市场规模8.1.2 美国购物中心8.1.3 德国购物中心8.1.4 日本购物中心8.1.5 东南亚购物中心8.2 中国购物中心发展现状分析8.2.1 开业规模现状8.2.2 区域发展格局8.2.3 商业体量分析8.2.4 市场竞争状况8.2.5 市场发展态势8.3 中国购物中心发展景气指数调查8.3.1 购物中心总体指数8.3.2 购物中心分项指数8.3.3 城市能级综合指数8.3.4 不同类型物业指数8.4 中国购物中心发展困境分析8.4.1 定位模糊同质化明显8.4.2 增长与利用率不匹配8.4.3 建设过程中存在误区8.5 中国购物中心发展对策建议8.5.1 利用数据制定方向8.5.2 拥抱电商创新发展模式8.5.3 注重开发建设规划问题 第九章 2021-2023年零售业态之：百货店业分析9.1 中国百货店业运行现状解析9.1.1 行业总体运行状况9.1.2 全渠道数字化布局9.1.3 企业进行战略合作9.1.4 积极朝多业态转型9.1.5 经营模式转变升级9.1.6 加强与供应商合作9.1.7 行业未来发展方向9.2 百货行业营销策略解析9.2.1 产品营销分析9.2.2 价格营销策略9.2.3 渠道营销手段9.2.4 常用促销路径9.2.5 营销发展困境9.2.6 创新营销方式9.3 百货行业转型升级分析9.3.1 传统业态概述9.3.2 传统业态困境9.3.3 业态升级分析9.3.4 发展应对措施9.3.5 零售模式升级9.4 百货行业面临的挑战及发展对策9.4.1 百货业存在的主要问题9.4.2 百货行业转型迫在眉睫9.4.3 百货业竞争力提升策略9.4.4 传统百货企业创新策略 第十章 2021-2023年其他零售业态分析10.1 大卖场10.1.1 大卖场业态概述10.1.2 供应商组合和管理10.1.3 市场竞争力分析10.1.4 运营困境分析10.1.5 转型背景分析10.1.6 发展业态重构10.1.7 转型路径分析10.2 仓储式商场10.2.1 仓储式商场发展历史10.2.2 仓储式零售发展动力10.2.3 仓储式商场发展状况10.2.4 仓储式商场经营优势10.2.5 问题及制约因素分析10.2.6 发展对策及建议10.3 店10.3.1 店变迁过程10.3.2 发展及经营特色10.3.3 店发展特点10.3.4 店发展现状10.4 专卖店10.4.1 专卖店概述10.4.2 专卖店销售额10.4.3 专卖店营销分析10.4.4 专卖店发展建议 第十一章 2021-2023年中国重点城市零售业分析11.1 新零售城市指数对比11.1.1 新零售指数内涵11.1.2 新零售综合指数分析11.1.3 新零售生产效率指数11.1.4 新零售物流效率指数11.1.5 新零售服务效率指数11.2 北京零售业11.2.1 社会消费品零售总额11.2.2 网络零售规模分析11.2.3 北京新零售发展水平11.3 上海零售业11.3.1 社会消费品零售总额11.3.2 零售行业发展特点11.3.3 零售业转型升级发展11.3.4 新零售发展水平11.4 广州零售业11.4.1 社会消费品零售额11.4.2 零售物业面积扩张11.4.3 零售业改革成效11.4.4 网络零售发展提速11.4.5 新零售发展水平11.5 深圳零售业11.5.1 消费品零售总额11.5.2 零售业利好政策11.5.3 新零售发展动态11.5.4 零售发展新趋势11.5.5

新零售发展水平11.6 成都零售业11.6.1 消费品零售状况11.6.2 新零售发展状况11.6.3 新零售发展水平11.7
武汉零售业11.7.1 消费品零售规模11.7.2 零售市场发展特点11.7.3 企业市场竞争分析11.7.4
特色零售企业入驻11.7.5 新零售发展水平 第十二章 “一带一路”倡议下中国零售业国际化发展分析12.1
“一带一路”背景下中国零售行业国际化发展综述12.1.1 国际化驱动因素12.1.2 国际市场进入方式12.1.3
零售商业模式创新12.2 “一带一路”投资规模及零售企业布局状况分析12.2.1
国内企业新增投资规模12.2.2 中国对外投资合作亮点12.2.3 国内零售企业海外布局12.2.4
重点零售企业海外布局12.2.5 海外布局的零售细分12.2.6 零售企业海外发展壁垒12.3
“五通”对中国零售业“走出去”的支撑作用12.3.1 政策沟通12.3.2 设施联通12.3.3 贸易畅通12.3.4
资金融通12.3.5 民心相通12.4 中国零售业“一带一路”沿线市场选择分析12.4.1 零售市场吸引力12.4.2
商品结构相似度12.4.3 贸易便利度分析12.4.4 市场综合评价12.4.5 面临走出去问题12.4.6 未来发展建议12.5
中国零售业“走出去”对接“一带一路”的政策建议12.5.1 加强国内体制建设12.5.2
加强对外机制建设12.5.3 实施内外战略对接12.5.4 开展商贸流通对话 第十三章
2021-2023年零售业的连锁经营分析13.1 2021-2023年我国连锁零售业发展现状分析13.1.1 企业经营13.1.2
进入调整阶段13.1.3 雇佣模式转变13.1.4 连锁业态新特征13.1.5 新零售转型方向13.2
连锁零售企业供应商评价指标体系构建的综述13.2.1 供应商选择差异化分析13.2.2
供应商评价体系构建原则13.2.3 供应商评价体系构成分析13.3
中国连锁零售与电子商务结合发展现状分析13.3.1 发展现状分析13.3.2 应用特点分析13.3.3
存在的问题分析13.3.4 应用对策分析13.4 中国零售业连锁经营国际化发展分析13.4.1 SWOT分析13.4.2
经验借鉴13.4.3 发展建议13.5 零售业“连锁+互联网+金融”发展新趋势分析13.5.1 必要性分析13.5.2
支付方式创新13.5.3 重构业务模式13.5.4 表现形式多元 第十四章
2021-2023年中国零售业的信息化及电子商务分析14.1 零售业的信息化分析14.1.1
中国零售业信息化发展详解14.1.2 中国零售业加速信息化进程14.1.3 零售业应用新型信息技术14.1.4
新零售模式的信息化特点14.1.5 零售企业信息化探索路径14.1.6 零售企业信息化发展方向14.2
2021-2023年中国网络零售市场运行状况14.2.1 网络电商发展环境分析14.2.2 移动支付提供技术基础14.2.3
网络零售市场规模分析14.2.4 网络零售用户规模分析14.2.5 网络零售市场特点分析14.2.6
跨境电商市场规模分析14.3 中国农村网络零售市场发展综况14.3.1 农村电商发展模式14.3.2
农村电商动力机制14.3.3 农村电商交易规模14.3.4 企业布局农村电商14.3.5 农村电商发展对策14.4
中国零售业电子商务存在的问题和对策14.4.1 网络零售行业发展存在的问题14.4.2
构建智能高效的供应链体系14.4.3 网络零售行业发展策略分析14.4.4 网络零售业内部信息化策略14.4.5
网络零售业的外部发展策略14.4.6 电子零售企业提升竞争力的对策 第十五章
2021-2023年零售业物流体系分析15.1 2021-2023年中国物流业运行综况15.1.1 物流行业收入状况15.1.2
物流需求规模分析15.1.3 快递业务发展规模15.1.4 社会物流费用规模15.1.5 社会物流需求结构15.1.6
社会物流运行效率15.1.7 物流行业发展成就15.1.8 物流行业发展规划15.1.9 区域物流园区建设加快15.2
物流与零售企业15.2.1 零售企业物流费用率分析15.2.2 现代物流是零售企业竞争关键15.2.3
智能物流促零售行业强健发展15.2.4 零售电商加快布局快递物流15.2.5 零售物流未来发展方向分析15.3
中国智慧物流行业运行分析15.3.1 智慧物流系统15.3.2 商业应用模式15.3.3 智慧物流的特点15.3.4
智慧物流的影响15.3.5 智慧物流发展现状15.3.6 智慧物流市场规模15.3.7 企业布局智慧物流15.3.8
智慧物流面临挑战15.3.9 智慧物流发展趋势15.4 我国零售物流行业存在的问题及对策15.4.1
零售业“冷落”第三方物流原因解析15.4.2 中国零售企业物流环节的不足之处15.4.3
我国零售业物流存在的问题及对策15.4.4 我国零售企业有效实施物流治理的对策15.4.5
零售企业现代物流策略的开展15.4.6 解析零售企业逆向物流的管理战略15.5 连锁零售业的物流15.5.1
中国连锁零售业物流配送的概况15.5.2 第三方物流与连锁零售业的结合趋势15.5.3
零售业的缺货率原因及缺货对策15.5.4 中国连锁零售业物流的趋势 第十六章
2020-2023年零售业上市公司经营状况分析16.1 永辉超市股份有限公司16.1.1 企业发展概况16.1.2
新零售布局16.1.3 财务经营状况16.1.4 核心竞争力分析16.1.5 公司发展战略16.1.6 未来前景展望16.2
上海百联集团股份有限公司16.2.1 企业发展概况16.2.2 新零售布局16.2.3 财务经营状况16.2.4
核心竞争力分析16.2.5 公司发展战略16.2.6 未来前景展望16.3 大商股份有限公司16.3.1 企业发展概况16.3.2
无人零售布局16.3.3 财务经营状况16.3.4 核心竞争力分析16.3.5 公司发展战略16.3.6 未来前景展望16.4
重庆百货大楼股份有限公司16.4.1 企业发展概况16.4.2 线上线下融合16.4.3 财务经营状况16.4.4
核心竞争力分析16.4.5 公司发展战略16.4.6 未来前景展望16.5 阿里巴巴 (Alibaba) 16.5.1
企业发展概况16.5.2 新零售布局16.5.3 财务经营状况16.6 京东16.6.1 企业发展概况16.6.2 主要业务板块16.6.3

无界零售布局16.6.4 财务经营状况16.7 高鑫零售有限公司16.7.1 企业发展概况16.7.2 业务发展状况16.7.3 财务经营状况16.7.4 新零售布局16.8 苏宁易购集团股份有限公司16.8.1 企业发展概况16.8.2 智慧零售布局16.8.3 财务经营状况16.8.4 核心竞争力分析16.8.5 未来前景展望 第十七章
2021-2023年中国零售业的竞争格局分析17.1 外资引进对我国零售业竞争格局的影响17.1.1 竞争影响的五力模型17.1.2 完善国内竞争环境17.1.3 相关反思与对策17.2 零售业的竞争结构分析17.2.1 零售业的高度竞争性17.2.2 零售业的进入威胁和进入壁垒17.2.3 替代威胁及“业态”的多样化17.2.4 规模化的趋势和不同规模之间的竞争17.3 中国零售业的竞争剖析17.3.1 零售企业国际竞争力上升17.3.2 零售市场竞争特点分析17.3.3 民营零售企业发展提速17.3.4 零售行业并购整合动态17.3.5 电商竞争环境逐步优化17.3.6 中国零售业竞争格局变化17.4 中国零售业的竞争战略17.4.1 中国零售企业的竞争战略定位分析17.4.2 中国零售业竞争战略模式的探析17.4.3 中国零售业竞争的信息战略17.4.4 提升零售企业核心竞争力的策略17.4.5 提高中国零售企业国际竞争力的对策建议17.5 提升本土零售业竞争力的对策17.5.1 本土零售企业的竞争优势分析17.5.2 本土零售企业竞争力的劣势分析17.5.3 本土零售业的竞争战略分析17.6 服务利润链下零售企业竞争策略17.6.1 服务利润链理论概述17.6.2 服务利润链关系模型的构建17.6.3 服务利润链理论在零售企业的运用 第十八章
2021-2023年零售业的品牌与营销分析18.1 零售业的品牌18.1.1 零售企业品牌体系的建立18.1.2 零售企业自有品牌的渠道整合18.1.3 大型品牌零售企业及其社会责任18.1.4 零售企业品牌管理中应处理好的关系18.2 零售业自有品牌发展概况18.2.1 零售业创建自有品牌的优势和条件18.2.2 零售业自有品牌市场竞争激烈18.2.3 零售企业自有品牌发展态势18.2.4 零售企业自有品牌发展问题18.2.5 零售企业自有品牌发展策略18.3 零售业的营销18.3.1 零售业直销模式分析18.3.2 零售营销的创新模式18.3.3 零售企业体验营销战略18.3.4 以文化特色促零售业营销18.3.5 中国零售业营销的趋势特点18.3.6 未来零售市场以营销创新决胜负18.4 零售业网络营销分析18.4.1 网络零售的营销环境分析18.4.2 零售行业网络营销概况18.4.3 零售行业网络营销要点18.4.4 社交化场景化模式成主流18.4.5 我国零售业网络营销调查分析18.4.6 传统零售业开展网络营销的问题18.4.7 零售企业网络营销对策分析18.4.8 我国网络营销的发展趋势18.5 网络微营销模式发展分析18.5.1 网络微营销的概述18.5.2 网络微营销的优势18.5.3 网络微营销的背景18.5.4 微信营销模式分析18.5.5 网络微营销创新策略18.6 大数据技术应用于零售营销市场18.6.1 大数据营销的应用优势18.6.2 大数据营销的应用模式18.6.3 基于大数据的营销策略18.6.4 大数据营销的风险及防范 第十九章 中国零售行业投资分析19.1 国际零售业跨国投资分析19.1.1 零售业国际投资的影响因素19.1.2 零售业国际投资的特点19.1.3 零售业外商直接投资的发展趋势19.2 中国零售行业SWOT分析19.2.1 优势（Strength）19.2.2 劣势（Weakness）19.2.3 机会（Opportunity）19.2.4 威胁（Threat）19.3 中国零售业投融资状况分析19.3.1 零售市场投融资环境分析19.3.2 零售行业投融资事件规模19.3.3 零售行业投融资动态分析19.3.4 无人零售市场投融资案例19.3.5 无人零售市场投融资动态19.3.6 零售行业并购整合特点19.4 零售行业投资风险分析19.4.1 行业发展的政策法律风险19.4.2 外资不断涌入的产业风险19.4.3 投机型模式造成的零售业风险19.4.4 连锁零售门店运营风险及应对19.5 零售行业投资建议及对策19.5.1 加快抢占市场空白点19.5.2 充分运用并购重组策略19.5.3 投资超市项目以规模化取胜19.5.4 仔细了解零售店铺审批程序 第二十章
零售业的发展前景及趋势分析20.1 中国零售业发展前景展望20.1.1 中国零售业整体发展态势20.1.2 我国零售行业发展目标分析20.1.3 数据技术或助力零售业发展20.1.4 消费升级带动高端零售发展20.2 中国零售行业发展趋势特点20.2.1 业态多元化20.2.2 线上线下融合趋势20.2.3 业态协同趋势加强20.2.4 社区零售整合化20.2.5 自助购物普及化20.3 中国零售企业发展方向分析20.3.1 市场定位科学化20.3.2 经营方式特色化20.3.3 管理手段现代化20.3.4 企业发展规模化20.3.5 企业经营国际化20.4 2023-2029年中国零售业预测分析20.4.1 影响因素分析20.4.2 城镇居民人均可支配收入预测20.4.3 农村居民人均可支配收入预测20.4.4 社会消费品零售总额预测20.4.5 零售销售规模预测 附录 附录一：
《全国商品市场体系建设纲要》附录二：《商品条码管理办法》附录三：《零售商品称重计量监督管理办法》附录四：国务院《关于推动实体零售创新转型的意见》图表目录 图表1
人均GNP与业态的关系 图表2 无店铺零售业的基本特点 图表3 有店铺零售业态的基本特点 图表4
传统零售低效的表现 图表5 新零售在于高效的零售流通系统 图表6 零售行业发展历程 图表7
2014-2019年全球零售总额及预测 图表8 2017年全球零售行业250强区域分布 图表9
250强排行榜欧洲零售企业名单TOP10 图表10 2009-2017年英国网络零售交易额平均增长情况 图表11
英国主要零售商 图表12 欧洲户外零售市场产品销售结构 图表13 欧洲户外零售市场区域分布 图表14

2007-2018年美国零售行业增速变化 图表15 2017和2019年美国零售商收益增长率 图表16
2019年美国零售业收益增长率 图表17 250强排行榜日本零售企业名单TOP5图表18
日本各领域主要零售商 图表19 2013-2019年国内生产总值及其增长速度 图表20
2013-2019年三次产业增加值占全国生产总值比重 图表21 2013-2019年货物进出口总额 图表22
2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度 图表23
2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度 图表24
2019年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 图表25
2019年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度 图表26
2019年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度 图表27
2013-2019年全部工业增加值及其增速 图表28
2013-2019年中国三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重 图表29
2019年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比 图表30
2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 图表31
2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力 图表32
2013-2019年全国居民人均可支配收入及其增速 图表33 2019年全国居民人均消费支出及其构成 图表34
中国消费者信心指数 图表35 2013-2019年全社会消费品零售总额 图表36
限额以上企业零售额及必需消费品类当月同比 图表37
限额以上企业零售额及可选消费品类当月同比 图表38 商贸零售行业子版块市盈率对比 图表39
商贸零售板块子行业涨跌状况