

# 中国新零售行业现状趋势及前景动态分析报告2023-2029年

产品名称	中国新零售行业现状趋势及前景动态分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
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（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国新零售行业现状趋势及前景动态分析报告2023-2029年【报告编号】：406602【出版时间】：2023年8月【出版机构】：中研智业研究院【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+电子】：7000元  
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。

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）马云对“新零售”的解读（2）刘强东对“新零售”的解读（3）阿里研究院对“新零售”的理解（4）学术界对“新零售”的理解1.1.2 “新零售”的内涵是对广义O2O的全面升级（1）“新零售”：不是线上+线下的简单结合（2）“新零售”：线上线下O2O的全面升级（3）“新零售”特征：数据共享+全渠道+用户体验为中心+现代物流（4）对消费者：消费需求从功能诉求向由内容和服务组成的体验诉求进行转移（5）对零售商：数字化是他们用以提升运行效率和顾客消费体验的最终途径1.1.3 认知“新零售”的十一种新思维（1）新零售（2）新制造（3）新金融（4）新技术（5）新资源（6）新人口（7）新城市（8）新服务（9）新资本（10）新物流（11）新业态1.1.4 “新零售”与传统零售的区别与联系（1）数字化技术打通虚拟与现实各个环节，实现实体与虚拟深度融合（2）消费者实时“在线”，品牌商与零售商以消费者为中心（3）回归零售的本质，零售企业利润将来自于商品和服务的增值，而不再是信息差利润（4）全供应链数字化，流通路径由复杂向简单转变，供应链前端更加柔性灵活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）国内电商的高速发展奠定消费买方市场的良好基础（2）主流消费群体变更引发消费升级催生买方市场形成1.2.3 线上红利消失、线下价值凸显，二者融合成为必然（1）传统电商用户增长及红利逐渐萎缩，面临增长“瓶颈”（2）线上竞争格局已定，同时遭遇生鲜、场景体验等瓶颈（3）线上运营成本增加、用户红利获取难，向下沉市场拓展成为关键（4）线下零售价值无法取代，完成消费者画像防不开线下环节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）传统零售业面临“关店”或者“升级”的选择（2）实体零售“先天不足”：经营模式存在天然弊端（3）零售企业为客户提供全渠道零售存在诸多问题（4）新零售为贸易打开了新方向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）新消费主体引领新消费理念（2）新消费理念，新消费内容（3）新消费理念，新消费方式（4）消费体验倒逼技术升级第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2.1.1 现代零售之萌芽：超市的诞生2.1.2

70年代：信息化运营时代到来2.1.3 80年代：沃尔玛用科技打造帝国2.1.4  
21世纪：网络零售时代的兴起2.1.5 未来：购物的便捷性和舒适性向何处拓展？2.2  
亚马逊新零售模式的发展经验借鉴意义2.2.1 Amazon在新零售的投资布局及未来规划（1）Amazon在新零售的投资业务布局（2）Amazon在新零售的未来规划2.2.2 Amazon books书店：用户体验的探索（1）书本的陈列：以用户喜好为标准（2）产品的分类：基于大数据的分类（3）用户体验的jizhi应用：猜你喜欢（4）线上的融合：扫码与线上相关联（5）Amazon books书店设立的价值2.2.3 Amazon Go概念店：新技术的zhongji应用（1）全新的智能检测系统“Just Walk Out”（2）不用排队、不用现场付款、没有收银员（3）机器学习、计算机视觉、传感器技术、人工智能的应用（4）从进店到出店完成线上线下的全面融合（5）Amazon Go概念店设立的价值2.2.4  
Amazon新零售最新布局：最后一公里（1）发布Prime Air无人驾驶飞机（2）推出人工智能服装推荐（3）将Rite Aid加入配送网络2.2.5  
亚马逊新零售实施成果及运营情况分析（1）收购全食成果及运营情况（2）实体书店、Amazon Pop Up、Amazon 4-Star2.2.6 亚马逊发展新零售的优势及存在的瓶颈（1）亚马逊发展新零售的优势分析（2）亚马逊发展新零售的瓶颈及阻力2.2.7 亚马逊新零售模式的发展经验总结分析2.3  
沃尔玛新零售模式的发展经验借鉴意义2.3.1 沃尔玛在新零售的投资布局及未来规划（1）沃尔玛在新零售的投资及业务布局（2）沃尔玛在新零售的未来规划2.3.2 沃尔玛新零售：国际guoneishichang综合发力（1）大量收购电商网站（2）推广沃尔玛APP（3）试点卖场O2O服务平台2.3.3  
沃尔玛新零售实施成果及运营情况分析2.3.4 沃尔玛发展新零售的优势及存在的瓶颈（1）沃尔玛发展新零售的优势分析（2）沃尔玛发展新零售的瓶颈及阻力2.3.5 沃尔玛新零售模式的发展经验总结分析2.4  
Farfetch未来商店的发展经验借鉴意义2.4.1 Farfetch未来店的宗旨：解放顾客和售货员2.4.2  
Farfetch未来店的核心：数据的互联互通2.4.3 Farfetch未来店的功能：满足消费者的期待2.4.4  
Farfetch未来店的体验：无与伦比的奢华购物体验2.4.5 Farfetch未来店新零售模式的发展经验总结分析2.5  
全球新零售模式发展经验对我国的启示2.5.1 找到新零售时代的用户核心需求2.5.2  
重塑用户在新零售时代的中心地位2.5.3 基于数据找到新零售的发展方向和模式2.5.4  
提供吻合消费者需求的解决方案2.5.5 深度思考新零售时代的战略核心是什么（1）位置（2）克服阻力（3）传播（4）移动与社交（5）偏好少数派第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 中研智业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（1）新零售如何解决传统零售业消费痛点（2）新零售如何助力传统零售企业开拓市场（3）新零售如何成为传统零售市场突破口（4）新科技技术如何助力企业改善管理运营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（1）新零售对传统零售业格局的重构分析（2）新零售对传统零售企业营销模式的重构（3）新零售对传统零售业利益分配的重构（4）新零售对传统零售未来竞争格局的重构3.2.4  
新零售给传统零售带来融合创新机会（1）用户层面（2）商业层面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（1）新零售对传统电商格局的重构分析（2）新零售对传统电商营销模式的重构（3）新零售对传统电商利益分配的重构（4）新零售对传统电商未来竞争格局的重构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（1）传统零售企业在新零售的投资切入方式（2）传统零售企业在新零售的市場竞争分析（3）传统零售企业在新零售的投资业务布局（4）传统零售企业在新零售的投资区域分布3.4.3 互联网企业在新零售的投资布局解读（1）互联网企业在新零售的投资切入方式（2）互联网企业在新零售的投资规模分析（3）互联网企业在新零售的投资业务布局（4）互联网企业在新零售的投资重点方向（5）互联网企业在新零售的投资区域分布3.4.4  
中国新零售行业竞争格局分析（1）中国新零售行业参与者结构（2）中国新零售行业竞争者类型3.5  
中国新零售行业市场发展前景分析3.5.1 中国新零售行业市场增长动力分析3.5.2  
中国新零售行业市场发展瓶颈剖析3.5.3  
中国新零售行业市场发展趋势分析第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（1）新零售生态，全方位服务（2）新零售生态，全渠道体验（3）新零售生态，高效率机制4.1.2 新零售的生态系统方案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一——数据4.2.1 大数据在新零售生态系统的重要

性(1)线下liuliang运营是新零售业态的关键(2)从“人管店”的过渡到“数据管店”(3)数据化、无人化是实体零售升级的趋势4.2.2 大数据在新零售的应用场景及影响分析(1)新零售的大数据预测(2)新零售的大数据营销(3)商业仿真辅助智能决策(4)数据服务4.2.3 大数据在新零售的应用现状及案例剖析(1)大数据在新零售的应用现状分析(2)大数据在新零售的应用案例分析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(1)投资布局企业(2)投资切入方式(3)投资事件汇总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(1)无现金支付是新零售的标志和核心(2)无现金支付将加速线下零售数字化转型(3)无现金支付是趋势,从基础工具到增长引擎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(1)支付在新零售的应用现状分析(2)支付在新零售的应用案例分析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(1)投资布局企业和布局方式(2)投资业务布局(3)投资布局重点(4)投资事件汇总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(1)从“人力时代”进化到“智能时代”(2)物流资源共享,创建物流大数据平台(3)打通最后一公里,tisheng终端消费体验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(1)物流在新零售的应用现状分析(2)物流在新零售的应用案例分析4.4.4 物流在新零售的应用趋势及创新方向(1)城配服务平台化是城配企业发展的必由之路(2)重构物流场景,已经成为行业不可逆转的趋势4.4.5 新零售趋势下,企业在物流领域的投资布局(1)投资布局企业(2)投资切入方式(3)投资业务布局(4)投资布局重点(5)投资事件汇总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(1)2B:新零售助力社会信用体系建立(2)2C:消费金融是新零售商家重要的战略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(1)投资布局企业(2)投资切入方式(3)投资业务布局(4)投资布局重点(5)投资事件汇总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(1)供应链模式变革的zhongji目标:让商品精准、高效、及时触达消费者(2)供应链平台直连生产企业与零售终端,实现高效链接(3)供应链平台革命传统分销模式,数据指导替代经验供货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(1)供应链在新零售的应用现状分析(2)供应链在新零售的应用案例分析4.6.4 供应链在新零售的应用趋势及创新方向(1)供应链人工智能化(2)供应链指挥智慧化4.6.5 新零售趋势下,企业在供应链领域的投资布局(1)投资布局企业(2)投资切入方式(3)投资业务布局(4)投资事件汇总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(1)物联网是整个新零售产业闭环最后的关键点(2)线下零售物联网+线上共同构建零售数据库(3)零售物联网是数据决策的重要实施者4.7.2 物联网在新零售的应用场景及影响分析(1)收银台(2)货架排面监控(3)物流配送(4)商品防损(5)电子价签4.7.3 物联网在新零售的应用现状及案例剖析(1)物联网在新零售的应用现状分析(2)物联网在新零售的应用案例分析