

2018-2024年中国社会消费品零售行业全景调研及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国社会消费品零售行业全景调研及投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201806/11-263888.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

社会消费品零售总额是指（TotalRetailSalesofConsumerGoods）批发和零售业、住宿和餐饮业以及其他行业直接售给城乡居民和社会集团的消费品零售额。其中，对居民的消费品零售额，是指售予城乡居民用于生活消费的商品金额；对社会集团的消费品零售额，是指售给机关、社会团体、部队、学校、企事业单位、居委会或村委会等，公款购买的用作非生产、非经营使用与公共消费的商品金额。

在电商行业红利逐渐消失的担心下，2017年国内线上零售增速超预期的重回高增长态势，从已经披露的三季度网上零售数据来看，前三季度国内实物商品网上零售额达到3.68万亿，服务网上零售额达到1.2万亿元，分别同比增长29.1%与78.5%，对比2016年全年25%左右的增长，提速明显，而同期国内社会消费品零售总额基本保持在10%左右的平稳增长，前三季度电商占社消零售总额的比重从2016年同期的11.7%增长至14%，渗透率在2017年加速提升。2015年至今我国社会消费品零售总额累计增速（%）数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国社会消费品零售行业全景调研及投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了社会消费品零售相关概念及发展环境，接着分析了中国社会消费品零售规模及消费需求，然后对中国社会消费品零售市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国社会消费品零售面临的机遇及发展前景。您若想对中国社会消费品零售有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章社会消费品零售行业相关基础概述

1.1社会消费品零售的定义及分类

1.1.1社会消费品零售的界定

1.1.2社会消费品零售的分类

1.1.3社会消费品零售的特性

1.2社会消费品零售行业特点分析

1.2.1市场特点分析

1.2.2行业经济特性

1.2.3行业发展周期分析

1.2.4行业进入风险

1.2.5行业成熟度分析

第二章2014-2017年中国社会消费品零售行业市场发展环境分析

2.1中国社会消费品零售行业经济环境分析

2.1.1中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

2.1.2经济环境对行业的影响分析

2.2中国社会消费品零售行业政策环境分析

2.2.1行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2行业政策分析

1、主要法律法规

2、相关发展规划

2.2.3政策环境对行业的影响分析

2.3中国物流行业总体发展情况

2.3.1物流总额情况分析

2.3.2物流总费用情况分析

2.3.3物流业增加值情况分析

2.3.4物流固定资产投资分析

2.3.5物流业景气情况分析

第三章中国社会消费品零售行业上、下游产业链分析

3.1社会消费品零售行业产业链概述

3.1.1产业链定义

3.1.2社会消费品零售行业产业链

3.2社会消费品零售行业主要上游产业发展分析

3.2.1上游产业发展现状

3.2.2上游产业供给分析

3.2.3上游供给价格分析

3.2.4主要供给企业分析

3.3社会消费品零售行业主要下游产业发展分析

3.3.1下游产业发展现状

3.3.2下游产业需求分析

3.3.3下游主要需求企业分析

3.4中国社会消费品零售行业业务量情况分析

3.4.1社会消费品零售业务量走势

3.4.2业务量产品结构分析

3.4.3业务量区域结构分析

3.4.4业务量企业结构分析

第四章国际社会消费品零售行业市场发展分析

4.12014-2017年国际社会消费品零售行业发展现状

4.1.1国际社会消费品零售行业发展现状

4.1.2国际社会消费品零售行业发展规模

4.1.3国际社会消费品零售主要技术水平

4.22014-2017年国际社会消费品零售市场研究

4.2.1国际社会消费品零售市场特点

4.2.2国际社会消费品零售市场结构

4.2.3国际社会消费品零售市场规模

4.32014-2017年国际区域社会消费品零售行业研究

4.3.1欧洲

4.3.2美国

4.3.3日韩

4.42018-2024年国际社会消费品零售行业发展展望

4.4.1国际社会消费品零售行业发展趋势

4.4.2国际社会消费品零售行业规模预测

4.4.3 国际社会消费品零售行业发展机会

第五章 2014-2017年中国社会消费品零售行业发展概述

5.1 中国社会消费品零售行业发展状况分析

5.1.1 中国社会消费品零售行业发展阶段

5.1.2 中国社会消费品零售行业发展总体概况

5.1.3 中国社会消费品零售行业发展特点分析

5.2 2014-2017年中国社会消费品零售行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国社会消费品零售行业发展热点

5.2.2 2014-2017年中国社会消费品零售行业发展现状 2015年至今国内网上实物和服务零售额累计增速(%) 数据来源：公开资料整理 2015年至今国内实物网上零售额占社消零售总额比重(%) 数据来源：公开资料整理

5.2.3 2014-2017年中国社会消费品零售企业发展分析

5.3 中国社会消费品零售行业细分市场概况

5.3.1 市场细分充分程度

5.3.2 细分市场结构分析

5.3.3 电商社会消费品零售市场

从阿里巴巴披露的天猫的数据来看，也可以部分验证2017年电商零售重回高增长的趋势：天猫的GMV增速从阿里巴巴上市之后2013年的高点100%以上的增速，回落至2016年35%左右的增长，在2017年三季度大幅回升至接近50%的增长 2017年第三季度中国网络零售B2C市场交易份额 数据来源：公开资料整理

5.3.4 同城社会消费品零售服务市场

5.3.5 国际件社会消费品零售市场

5.4 中国社会消费品零售行业发展问题及对策建议

5.4.1 中国社会消费品零售行业发展制约因素

5.4.2 中国社会消费品零售行业存在问题分析

5.4.3 中国社会消费品零售行业发展对策建议

第六章 中国社会消费品零售行业运行指标分析及预测

6.1 中国社会消费品零售行业企业数量分析

6.1.1 2014-2017年中国社会消费品零售行业企业数量情况

6.1.2 2014-2017年中国社会消费品零售行业企业竞争结构

6.2014-2017年中国社会消费品零售行业财务指标总体分析

6.2.1行业盈利能力分析

6.2.2行业偿债能力分析

6.2.3行业营运能力分析

6.2.4行业发展能力分析

6.3中国社会消费品零售行业市场规模分析及预测

6.3.12014-2017年中国社会消费品零售行业市场规模分析

6.3.22018-2024年中国社会消费品零售行业市场规模预测

6.4中国社会消费品零售行业市场供需分析及预测

6.4.1中国社会消费品零售行业市场供给分析

1、2014-2017年中国社会消费品零售行业供给规模分析

2、2018-2024年中国社会消费品零售行业供给规模预测

6.4.2中国社会消费品零售行业市场需求分析

1、2014-2017年中国社会消费品零售行业需求规模分析

2、2018-2024年中国社会消费品零售行业需求规模预测

第七章中国互联网+社会消费品零售行业发展现状及前景

7.1互联网给社会消费品零售行业带来的冲击和变革分析

7.1.1互联网时代社会消费品零售行业大环境变化分析

7.1.2互联网给社会消费品零售行业带来的突破机遇分析

7.1.3互联网给社会消费品零售行业带来的挑战分析

7.1.4互联网+社会消费品零售行业融合创新机会分析

7.2中国互联网+社会消费品零售行业市场发展现状分析

7.2.1中国互联网+社会消费品零售行业投资布局分析

1、中国互联网+社会消费品零售行业投资切入方式

2、中国互联网+社会消费品零售行业投资规模分析

3、中国互联网+社会消费品零售行业投资业务布局

7.2.2社会消费品零售行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3中国互联网+社会消费品零售行业市场规模分析

7.2.4中国互联网+社会消费品零售行业竞争格局分析

1、中国互联网+社会消费品零售行业参与者结构

2、中国互联网+社会消费品零售行业竞争者类型

3、中国互联网+社会消费品零售行业市场占有率

7.3中国互联网+社会消费品零售行业市场前景分析

7.3.1中国互联网+社会消费品零售行业市场增长动力分析

7.3.2中国互联网+社会消费品零售行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3中国互联网+社会消费品零售行业市场发展趋势分析

第八章中国社会消费品零售需求市场调查

8.1中国电子商务市场分析

8.1.1电子商务市场交易规模

8.1.2电子商务市场行业分布

8.1.3移动电子商务市场分析

8.1.4移动电子商务交易规模

8.1.5移动电子商务用户规模

1、手机网民规模

2、移动互联网流量

3、移动电子商务企业规模占比

8.2中国互联网外卖市场分析

8.2.1互联网外卖发展历程

8.2.2互联网外卖市场规模

8.2.3互联网外卖系统构成

8.2.4互联网外卖社会消费品零售成本结构

8.2.5互联网外卖的社会消费品零售路径优化

8.3中国海淘市场分析

8.3.1海淘市场发展历程

8.3.2海淘市场规模

8.3.3海淘社会消费品零售成本结构

8.3.4阻碍海淘发展的社会消费品零售因素

8.3.5优化海淘社会消费品零售路径的策略

第九章中国社会消费品零售行业市场竞争格局分析

9.1中国社会消费品零售行业竞争格局分析

9.1.1社会消费品零售行业区域分布格局

- 9.1.2社会消费品零售行业企业规模格局
- 9.1.3社会消费品零售行业企业性质格局
- 9.2中国社会消费品零售行业竞争五力分析
 - 9.2.1社会消费品零售行业上游议价能力
 - 9.2.2社会消费品零售行业下游议价能力
 - 9.2.3社会消费品零售行业新进入者威胁
 - 9.2.4社会消费品零售行业替代产品威胁
 - 9.2.5社会消费品零售行业现有企业竞争
- 9.3中国社会消费品零售行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1社会消费品零售行业优势分析（S）
 - 9.3.2社会消费品零售行业劣势分析（W）
 - 9.3.3社会消费品零售行业机会分析（O）
 - 9.3.4社会消费品零售行业威胁分析（T）
- 9.4中国社会消费品零售行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1投资兼并重组现状
 - 9.4.2投资兼并重组案例
- 9.5中国社会消费品零售行业竞争策略建议

第十章中国社会消费品零售行业细分

- 10.1商业
- 10.2餐饮业
- 10.3服务业
- 10.4制造业
- 10.5农副产品

第十一章2018-2024年中国社会消费品零售行业发展趋势与投资机会研究

- 11.12018-2024年中国社会消费品零售行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1中国社会消费品零售行业市场空间分析
 - 11.1.2中国社会消费品零售行业竞争格局变化
 - 11.1.3中国社会消费品零售行业互联网+前景
- 11.22018-2024年中国社会消费品零售行业发展趋势分析
 - 11.2.1中国社会消费品零售行业品牌格局趋势

- 11.2.2中国社会消费品零售行业渠道分布趋势
- 11.2.3中国社会消费品零售行业市场趋势分析
- 11.32018-2024年中国社会消费品零售行业投资机会与建议
- 11.3.1中国社会消费品零售行业投资前景展望
- 11.3.2中国社会消费品零售行业投资机会分析
- 11.3.3中国社会消费品零售行业投资建议

第十二章2018-2024年中国社会消费品零售行业投资分析与风险规避

- 12.1中国社会消费品零售行业关键成功要素分析
- 12.2中国社会消费品零售行业投资壁垒分析
- 12.3中国社会消费品零售行业投资风险与规避
- 12.3.1宏观经济风险与规避
- 12.3.2行业政策风险与规避
- 12.3.3上游市场风险与规避
- 12.3.4市场竞争风险与规避
- 12.3.5技术风险分析与规避
- 12.3.6下游需求风险与规避
- 12.4中国社会消费品零售行业融资渠道与策略
- 12.4.1社会消费品零售行业融资渠道分析
- 12.4.2社会消费品零售行业融资策略分析

第十三章2018-2024年中国社会消费品零售行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1国外社会消费品零售行业投资现状及经营模式分析
- 13.1.1境外社会消费品零售行业成长情况调查
- 13.1.2经营模式借鉴
- 13.1.3国外投资新趋势动向
- 13.2中国社会消费品零售行业商业模式探讨
- 13.2.1行业主要商业模式
- 13.2.2自建模式
- 13.2.3特许加盟模式
- 13.2.4代理模式
- 13.3中国社会消费品零售行业投资发展战略规划

13.3.1战略优势分析

13.3.2战略机遇分析

13.3.3战略规划目标

13.3.4战略措施分析

13.4最优投资路径设计

13.4.1投资对象

13.4.2投资模式

13.4.3预期财务状况分析

13.4.4风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议（ZYZF）

14.1研究结论

14.2投资建议

14.2.1行业发展策略建议

14.2.2行业投资方向建议

14.2.3行业投资方式建议（ZYZF）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201806/11-263888.html>