

2024-2030年中国零售市场 研究与市场需求预测报告

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

《2024-2030年中国零售市场研究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.chinairr.org/report/R09/R0902/202310/12-570352.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

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国零售市场研究与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国零售行业概念界定及发展环境剖析

1.1 中国零售行业相关概念界定

1.1.1 零售行业的定义

1.1.2 零售业态分类

1.1.3 零售业态的演变路径分析

1.1.4 零售行业所属的国民经济统计分类及代码

1.1.5 本报告数据来源及统计口径说明

1.2 零售行业政策环境分析

1.2.1 行业监管体系及机构

1.2.2 行业相关标准汇总

1.2.3 行业相关政策汇总及重点政策解读

(1) 汇总

(2) 重点解读

1.2.4 行业相关规划汇总及重点规划解读

(1) 汇总

(2) 重点解读

1.3 零售行业经济环境分析

1.3.1 宏观经济发展现状

(1) GDP走势及其与零售行业发展相关性

(2) CPI走势及其与零售行业发展相关性

1.3.2 宏观经济发展展望

1.4 零售行业社会环境分析

1.4.1 中国人口规模及结构

1.4.2 中国城镇化进程

(1) 城镇化率

(2) 城镇化对零售业的影响

1.4.3 中国城乡居民可支配收入

(1) 城乡居民可支配收入分析

(2) 可支配收入对零售业影响

1.4.4 中国城乡居民支出水平

1.4.5 中国居民消费结构分析

1.4.6 中国居民消费升级发展

1.4.7 居民消费信心分析

1.5 信息技术发展及对零售行业的影响分析

1.5.1 互联网的发展及对零售的影响分析

(1) 中国互联网发展现状

(2) 互联网对零售行业的影响层面

(3) 互联网对零售行业带来的冲击

(4) 互联网对传统零售行业的颠覆与重构

1.5.2 大数据的发展及对零售的影响分析

1.5.3 云计算的发展及对零售的影响分析

1.5.4 第三方支付的发展及对零售的影响分析

1.5.5 其他技术对零售行业的影响分析

第2章：全球零售业发展现状与趋势前景分析

2.1 现代国际零售业的发展特征

2.2 全球零售业发展现状与竞争格局分析

2.2.1 全球零售业市场规模

2.2.2 全球零售业市场竞争格局

2.2.3 全球零售业区域发展格局

2.2.4 零售商跨国发展的模式与现状趋势

(1) 进入海外市场的模式简介

(2) 进入海外市场时的考察因素

(3) 零售商跨国发展现状趋势

2.2.5 全球电子商务及跨境电子商务发展现状

2.3 全球主要地区零售业发展现状与趋势分析

2.3.1 欧洲零售业发展状况

- (1) 欧洲经济现状分析
- (2) 欧洲消费者信心现状
- (3) 欧洲主要零售商排名
- (4) 欧洲零售业发展趋势

2.3.2 美国零售业发展状况

- (1) 美国经济现状分析
- (2) 美国消费者信心现状
- (3) 美国主要零售商排名
- (4) 美国零售业发展趋势

2.3.3 日本零售业发展状况

- (1) 日本经济现状分析
- (2) 日本消费者信心现状
- (3) 日本主要零售商排名
- (4) 日本零售业发展趋势

2.4 重点国际零售业企业案例分析

2.4.1 沃尔玛

- (1) 沃尔玛基本情况
- (2) 沃尔玛经营情况分析
- (3) 沃尔玛在华业务拓展情况
- (4) 沃尔玛互联网+运营现状
- (5) 沃尔玛重大发展动向

2.4.2 家乐福

- (1) 家乐福基本情况
- (2) 家乐福经营情况分析
- (3) 家乐福在华业务拓展情况
- (4) 家乐福互联网+运营现状
- (5) 家乐福重大发展动向

2.4.3 开市客 (Costco)

- (1) 开市客基本情况
- (2) 开市客经营情况分析
- (3) 开市客在华业务拓展情况
- (4) 开市客互联网+运营现状

（5）开市客重大发展动向

2.5 全球零售业发展趋势及市场前景预测

2.5.1 全球零售业发展趋势分析

2.5.2 全球零售业发展前景分析

2.6 国际零售业的发展对我国零售业的启示

第3章：中国零售行业发展现状与竞争分析

3.1 中国零售行业发展历程及市场特征分析

3.1.1 中国零售行业发展历程

3.1.2 中国零售行业市场特征

3.2 中国零售行业市场规模

3.2.1 零售业经营单位数量

3.2.2 社会消费品零售总额

3.2.3 全国商品零售总额

3.2.4 限额以上企业商品零售额

3.2.5 中国网上零售交易规模

（1）网上零售交易整体规模

（2）中国农村网络交易规模

3.3 中国零售行业百强发展现状

3.3.1 零售百亿级企业数量统计

3.3.2 零售百强市场规模

3.3.3 零售百强入围门槛分析

3.3.4 零售百强市场占有率分析

3.3.5 零售百强市场集中度分析

3.3.6 零售百强电商发展分析

3.3.7 零售百强发力海外业务情况

3.4 中国零售行业经营效益分析

3.5 中国零售行业投融资现状分析

3.5.1 零售行业投资分析

3.5.2 零售行业融资分析

3.5.3 零售行业投融资趋势分析

3.6 中国零售业发展痛点分析

3.6.1 经营成本持续攀升与效益的矛盾

3.6.2 发展布局亟需优化

3.6.3 创新基础仍需加强

3.6.4 库存危机及解决高库存之痛

3.6.5 电商等新业态对行业的冲击力度

第4章：中国零售行业细分业态发展现状与趋势前景

4.1 零售行业总体发展分析

4.1.1 零售业态结构分析

4.1.2 零售行业百强业态分布

4.2 百货

4.2.1 百货业发展特点

4.2.2 百货业并购重组

4.2.3 百货企业经营情况

（1）百货企业营收情况

（2）百货企业净利情况

（3）百货企业新开门店与关店情况

4.2.4 百货业经营模式

（1）自营模式

（2）联营模式

（3）自有品牌经营模式

（4）经营模式比较

4.2.5 百货业竞争情况

4.2.6 百货业存在问题

4.2.7 百货业发展趋势

4.3 超市

4.3.1 超市业态发展现状

4.3.2 中国超市百强发展

4.3.3 超市业经营模式

（1）个体经营和连锁经营

（2）自营、联营和代销

（3）典型经营模式分析

4.3.4 超市业发展趋势

4.4 便利店

4.4.1 便利店业特征分析

4.4.2 中国便利店发展现状

- (1) 中国便利店门店数量
- (2) 中国便利店市场渗透率
- (3) 中国便利店商品结构
- (4) 中国便利店销售收入
- (5) 中国便利店人均消费水平

4.4.3 影响消费者选择便利店的原因调研

4.4.4 CCFA便利店最新调研

- (1) 样本企业单店日销售额
- (2) 样本企业盈利能力
- (3) 样本企业运营成本
- (4) 样本企业资本合作现状
- (5) 样本企业技术投入
- (6) 样本企业会员体系
- (7) 样本企业线上布局情况
- (8) 样本企业移动支付布局现状

4.4.5 便利店行业发展趋势分析

4.5 专业店

4.5.1 专业店的特征分析

4.5.2 专业店业态总体发展情况

4.5.3 家电连锁业发展分析

- (1) 家电连锁业发展状况
- (2) 家电连锁业市场格局
- (3) 家电连锁业存在问题
- (4) 家电连锁业模式创新
- (5) 家电连锁业发展趋势

4.5.4 药店连锁业发展分析

- (1) 药店连锁发展
- (2) 医药商业连锁业经营模式
- (3) 药店连锁业竞争情况
- (4) 药店连锁发展趋势

4.5.5 黄金珠宝零售与连锁业发展分析

- (1) 黄金珠宝零售现状
- (2) 黄金珠宝连锁业运营模式
- (3) 黄金珠宝连锁业销售渠道
- (4) 黄金珠宝连锁业发展趋势

4.6 购物中心

4.6.1 国内购物中心零售业态分析

4.6.2 国内购物中心发展状况

4.6.3 国内购物中心发展趋势

- (1) 社区产品线是主流，连锁项目是未来趋势
- (2) 百货商超集体进军商业地产，机遇与挑战并存
- (3) 体验升级、创造更多可能

4.7 电子商务及跨境电子商务

4.7.1 中国电子商务交易规模

4.7.2 中国跨境电商交易规模

4.8 新零售

4.8.1 中国新零售行业市场发展现状分析

- (1) 线上巨头主动布局线下
- (2) 互联网企业在新零售的投资规模分析

4.8.2 视频直播带动新零售发展

第5章：中国主要商品零售市场发展现状及趋势前景

5.1 中国商品零售发展概况

5.2 食品类

5.2.1 食品零售总额及增速

5.2.2 食品消费价格分析

5.2.3 食品零售市场发展趋势

5.3 服装类

5.3.1 服装零售总额及增速

5.3.2 服装消费结构分析

- (1) 城乡对比
- (2) 按收入分析
- (3) 从年龄结构来看

5.3.3 服装消费价格分析

5.3.4 服装零售经营模式

(1) 传统模式

(2) SPA模式

(3) 虚拟经营模式

(4) 电子商务模式

(5) 服装零售市场特点

(6) 服装零售市场发展趋势

5.4 日用品类

5.4.1 日用品零售总额及增速

5.4.2 日用品销售方式分析

(1) 销售渠道集中在超市和大卖场

(2) 团购在市场销售中占有一定比例

5.4.3 日用品零售特点分析

5.4.4 日用品零售市场发展趋势

5.5 化妆品类

5.5.1 化妆品零售总额及增速

5.5.2 化妆品消费结构分析

5.5.3 化妆品销售方式分析

(1) 直销、代理

(2) 专卖店经营

(3) 传统媒体和促销活动

5.5.4 化妆品零售市场特点

(1) 品牌竞争激烈，外资品牌略占上风

(2) 产品差异化成为市场竞争的核心环节

(3) 女性仍是化妆品市场最重要的消费群体

5.5.5 化妆品零售市场发展趋势前景

(1) 化妆品零售发展趋势

(2) 化妆品零售前景预测

5.6 家电类

5.6.1 家电市场产销情况

5.6.2 家电零售规模及增速

5.6.3 家电销售方式分析

(1) 传统渠道时代

(2) 厂商自建渠道

(3) 家电连锁时代

5.6.4 家电零售市场特点

5.6.5 家电零售市场发展趋势

5.7 药品类

5.7.1 药品零售规模

(1) 药品零售总额

(2) 限额以上中西药品零售总额

(3) 零售药店销售结构

(4) 药品销售区域结构

5.7.2 药品销售方式分析

5.7.3 药品零售市场发展特点

5.7.4 药品零售市场发展趋势及前景

(1) 药品零售发展趋势

(2) 药品零售前景预测

5.8 黄金珠宝类

5.8.1 黄金珠宝零售总额及增速

(1) 限额以上黄金珠宝企业零售总额

(2) 黄金珠宝消费结构分析

5.8.2 黄金珠宝销售方式分析

5.8.3 黄金珠宝零售市场特点

5.8.4 黄金珠宝零售市场发展趋势

第6章：中国零售行业典型区域市场趋势前景分析

6.1 中国零售行业区域发展对比

6.2 环渤海经济带

6.2.1 环渤海经济带总体发展分析

6.2.2 北京市零售行业发展分析

(1) 北京市零售行业发展规模分析

(2) 北京市零售行业重点企业分析

(3) 北京市零售行业发展前景分析

6.2.3 山东省零售行业发展分析

(1) 山东省零售行业发展规模分析

(2) 山东省零售行业重点企业分析

(3) 山东省零售行业发展前景分析

6.3 长三角城市群

6.3.1 长三角城市群零售行业总体发展分析

6.3.2 上海市零售行业发展分析

(1) 上海市零售行业发展规模分析

(2) 上海市零售行业重点企业分析

(3) 上海市零售行业发展前景分析

6.3.3 江苏省零售行业发展分析

(1) 江苏省零售行业发展规模分析

(2) 江苏省零售行业重点企业分析

(3) 江苏省零售行业发展前景分析

6.3.4 浙江省零售行业发展分析

(1) 浙江省零售行业发展规模分析

(2) 浙江省零售行业重点企业分析

(3) 浙江省零售行业发展前景分析

6.4 珠三角城市群

6.4.1 珠三角城市群总体发展分析

6.4.2 广州市零售行业发展分析

(1) 广州市零售行业发展规模分析

(2) 广州市零售行业重点企业分析

(3) 广州市零售行业发展前景分析

6.4.3 深圳市零售行业发展分析

(1) 深圳市零售行业发展规模分析

(2) 深圳市零售行业重点企业分析

(3) 深圳市零售行业发展前景分析

6.5 西三角经济圈

6.5.1 西三角经济圈总体发展分析

6.5.2 西安市零售行业发展分析

(1) 西安市零售行业发展规模分析

(2) 西安市零售行业重点企业分析

(3) 西安市零售行业发展前景分析

6.5.3 重庆市零售行业发展分析

(1) 重庆市零售行业发展规模分析

(2) 重庆市零售行业重点企业分析

(3) 重庆市零售行业发展前景分析

第7章：中国零售行业代表性企业发展布局案例分析

7.1 百货业态

7.1.1 大商股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业门店分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

7.1.2 北京首商集团股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业门店分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 公司零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

7.1.3 王府井集团股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业门店分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

7.1.4 上海百联集团股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.1.5 长春欧亚集团股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.1.6 重庆百货大楼股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.1.7 中百控股集团股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.1.8 天虹商场股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.2 超市业态

7.2.1 联华超市股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.2.2 华润万家有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.2.3 人人乐连锁商业集团股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.2.4 步步高商业连锁股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.3 便利店业态

7.3.1 中石化易捷销售有限公司（易捷）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业便利店业务布局

(4) 企业便利店业务发展规划

(5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

7.3.2 中石油昆仑好客有限公司（昆仑好客）

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业便利店业务布局

(4) 企业便利店业务发展规划

(5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

7.3.3 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司（美宜佳）

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业便利店业务布局

(4) 企业便利店业务发展规划

(5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

7.4 专业店业态

7.4.1 苏宁易购集团股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业门店分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

7.4.2 国美零售控股有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业门店分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业零售转型升级布局

(6) 企业经营优劣势分析

7.4.3 广东潮宏基实业股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.4.4 老凤祥股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.4.5 深圳市海王星辰医药有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业门店分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局
- (6) 企业经营优劣势分析

7.5 电子商务及其他新兴业态

7.5.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业业务区域分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局

7.5.2 京东

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业业务区域分布
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业零售转型升级布局

7.5.3 拼多多

- (1) 企业基本信息

(2) 企业业务结构

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业零售转型升级布局

第8章：中国零售行业市场趋势前景及投资机会分析

8.1 零售行业发展趋势及前景分析

8.1.1 零售行业发展趋势分析

(1) 以品质为中心优化商业供给

(2) 以信息技术为中心满足新体验新需求

(3) 以智能产品为中心活跃商品零售市场

(4) 以服务性业态为中心促进零售业态和服务业态深度融合

(5) 以社区商业为中心提高居民幸福感

8.1.2 零售行业发展前景预测

8.2 零售行业投资特性分析

8.2.1 零售行业进入壁垒分析

8.2.2 零售行业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 经济风险

(3) 市场竞争风险

(4) 经营风险

8.3 零售行业投资价值与投资机会

8.3.1 行业投资价值分析

8.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

8.4 零售行业投资策略与可持续发展建议

8.4.1 潜在进入企业投资建议

8.4.2 行业可持续发展建议

图表目录

图表1：零售业态分类简介

图表2：零售业态的演变历程

图表3：零售业态的重大变革

图表4：国家统计局零售行业主要分类表

图表5：主要数据来源

图表6：零售行业国家标准

图表7：2017-2021年零售行业标准

图表8：2017-2021年零售行业地方标准

图表9：2017-2021年零售行业政策分析

图表10：2011-2021年国家出台的区域振兴规划列举

图表11：截至2021年收入分配改革进程

图表12：2013-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表13：2009-2021年我国GDP增速与零售业增速的变化趋势图（单位：%）

图表14：2017-2021年各月全国居民消费价格走势（单位：%）

图表15：2021年全国两会公布经济发展目标（单位：%）

图表16：2017-2021年中国人口规模趋势图（单位：万人）

图表17：2021年中国人口结构（按年龄）（单位：万人，%）

图表18：2015-2021年中国城镇化率变化趋势图（单位：%）

图表19：2014-2021年中国居民人均可支配收入水平趋势图（单位：元）

图表20：2016-2021年城镇居民收入增速和零售业增速对比（单位：%）

图表21：2015-2021年中国居民人均消费支出情况（单位：元）

图表22：2021年全国居民人均消费支出及构成（单位：元，%）

图表23：各国中产阶级消费者升级消费最多的四大类产品品类（单位：%）

图表24：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表25：第六次人口普查80后-00后人数比例情况（单位：%）

图表26：2016-2021年我国消费者信心指数变化趋势

图表27：2014-2021年中国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）

图表28：2019-2021年移动互联网月活跃用户数量（单位：亿人）

图表29：2018-2021年中国网民各类互联网应用的使用率（单位：万人，%）

图表30：2017-2021年微信拉动信息消费规模（单位：亿元，%）

图表31：零售行业典型供应链组成

图表32：全渠道模式下供应链管理

图表33：2021年中国大数据领域投资分布（单位：%）

图表34：2016-2021年中国云计算市场规模增长情况（单位：亿元，%）

图表35：2017-2021年第三方移动支付交易规模增长情况（单位：万亿元，%）

图表36：2021年中国第三方移动支付交易规模市场份额（单位：%）

图表37：现代国际零售业的发展特征

图表38：2017-2021年全球零售业市场规模（单位：万亿美元）

图表39：全球前20强零售商排行榜（单位：百万美元）

图表40：全球零售业前250强按企业数量地域分布构成图（单位：家）

图表41：全球零售业前250强按零售收益地域分布构成图（单位：%）

图表42：跨国零售商进入海外市场的模式简介

图表43：零售商选择海外市场进入模式时应综合考察的因素

图表44：根据文化距离与市场进入难度确定进入模式

图表45：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表46：2017-2021年全球B2C跨境电商市场规模（单位：十亿美元）

图表47：欧盟经济的特点

图表48：2011-2021年欧盟GDP增速变化趋势（单位：%）

图表49：2019-2021年欧盟消费者信心指数变化趋势（单位：%）

图表50：欧洲地区零售商入榜全球30强零售商情况

图表51：2019-2021年美国GDP增长率（单位：%）

图表52：2019-2021年美国消费者信心指数

图表53：美国零售商入榜全球30强零售商情况

图表54：美国零售商TOP榜销售额（按零售收益）（单位：百万美元）

图表55：2019-2021年日本GDP环比增长率趋势（单位：%）

图表56：2019-2021年日本消费者信心指数

图表57：日本零售商排名一览表

图表58：日本零售商TOP5销售额（按零售收益）（单位：百万美元）

图表59：2017-2021年财年沃尔玛主要经营数据（单位：亿美元，%）

图表60：2019-2021年沃尔玛在华开店情况分析（单位：亿元，%）

图表61：2017-2021年沃尔玛及旗下品牌开店总数对比（单位：家）

图表62：2017-2021年沃尔玛中国内地观点关店总数（单位：家）

图表63：2017-2021年家乐福全球净销售额及增长情况（单位：亿欧元，%）

图表64：家乐福在华门店分布情况情况（单位：家，%）

图表65：2017-2021年开市客全球营业收入和营业利润及增长情况（单位：亿美元，%）

图表66：全球零售业发展趋势简析

图表67：2022-2027年全球零售业市场规模测算及增速预测（单位：万亿美元）

图表68：国际零售业的发展对我国零售业的启示

图表69：我国零售业发展历程

图表70：我国零售行业特征

图表71：2017-2021年零售业经营单位数量情况（单位：万个）

图表72：2016-2021年中国社会消费品零售总额（单位：亿元，%）

图表73：2021年中国社会消费品零售总额分地域情况（单位：%）

图表74：2016-2021年全国商品零售总额（单位：万亿元，%）

图表75：2016-2021年全国限额以上企业商品零售额（单位：万亿元，%）

图表76：2016-2021年全国网上零售总额（单位：亿元，%）

图表77：2017-2021年全国农村网络交易规模（单位：亿元，%）

图表78：零售行业排名前十企业（单位：亿元）

图表79：2019-2021年中国时尚零售百亿级企业情况（单位：亿元，%）

图表80：中国零售百强销售总额及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表81：2018-2021年中国市场零售百强销售总额及其增长情况（单位：亿元）

图表82：零售行业百强企业入围门槛（单位：万元）

图表83：零售行业百强销售额在社会消费品零售总额中的占比变化（单位：%）

图表84：2018-2021年中国市场时尚零售百强企业总营收占有率情况（单位：%）

图表85：零售百强销售规模占比分布（单位：%）

图表86：零售百强中8家电商销售情况（单位：亿元，%）

图表87：2021年时尚零售百强企业海外业务拓展情况（单位：家，%）

图表88：2017-2021年限额以上大中型企业销售及三项费用合计情况（单位：亿元，%）

图表89：2017-2021年百货零售行业投资事件与融资金额（单位：件，亿元）

图表90：2017-2021年零售行业主要融资事件（单位：万元，亿美元，亿元）

图表91：有店铺零售业态分类及基本特点

图表92：无店铺零售业态分类及基本特点

图表93：零售百强中各业态销售规模增长速度（单位，%）

图表94：我国百货业发展特点

图表95：2014-2021-2021年中国部分百货企业兼并收购交易

图表96：2021年国内百货上市企业营业收入TOP10（单位：亿元，%）

图表97：2021年国内百货上市企业净利TOP10（单位：亿元，%）

图表98：2021年国内百货部分上市企业开店情况（单位：家）

图表99：当前我国百货企业大力推行自营的困难之处

图表100：百货业联营模式的优劣势分析

图表101：百货自营与联营模式对比分析

图表102：我国百货业存在的主要问题简析

图表103：2019中国超市百强TOP10变化（单位：个）

图表104：连锁经营模式的形式分类

图表105：超市主要经营模式分析

图表106：便利店业态特点

图表107：2017-2021年我国便利店门店数量变化趋势（单位：万家）

图表108：2017-2021年中国便利店行业市场渗透率变化趋势（单位：人/店）

图表109：2017-2021年日本便利店行业市场渗透率变化趋势（单位：人/店）

图表110：样本企业即食食品销售额占比分布（单位：%）

图表111：样本企业自有品牌占比分布（单位：%）

图表112：2017-2021年中国便利店行业销售额（含石油系）走势（单位：亿元，%）

图表113：影响消费者选择便利店的原因调查结果（单位：%）

图表114：调研样本企业年销售额分布（单位：%）

图表115：调研样本企业门店数量分布（单位：%）

图表116：2017-2021年中国便利店行业样本企业平均单店日销售额（单位：元/店/日）

图表117：便利店行业样本企业毛利率分布（单位：%）

图表118：便利店行业样本企业净利率分布（单位：%）

图表119：便利店行业样本企业库存周转天数（单位：天）

图表120：便利店行业样本企业平均费用支出（单位：万元，%）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0902/202310/12-570352.html>