

2024-2030年中国新消费行业深度研究与市场前景预测报告

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年中国新消费行业深度研究与市场前景预测报告》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/R03/R0305/202310/13-570831.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

新消费”是指由数字技术等新技术、线上线下融合等新商业模式以及基于社交网络和新媒介的新消费关系所驱动之新消费行为。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国新消费行业深度研究与市场前景预测报告》共十一章。首先介绍了新消费行业市场发展环境、新消费整体运行态势等，接着分析了新消费行业市场运行的现状，然后介绍了新消费市场竞争格局。随后，报告对新消费做了重点企业经营状况分析，最后分析了新消费行业发展趋势与投资预测。您若想对新消费产业有个系统的了解或者想投资新消费行业，本报告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 新消费相关概念

1.1 新消费定义

1.2 新消费内涵

1.2.1 新的消费主体

1.2.2 新的消费领域

1.2.3 新的消费技术

1.2.4 新的消费模式

1.2.5 新的消费关系

1.2.6 新的消费制度

1.3 新消费经济效应

1.3.1 发挥消费关键基础作用

1.3.2 倒逼产业结构转型升级

1.3.3 提升人民生活质量水平

1.3.4 稳定扩大社会就业水平

1.3.5 促进经济资源协调发展

第二章 2024-2030年中国新消费行业发展环境分析

2.1 政策环境

- 2.1.1 消费扶贫方面政策
- 2.1.2 供给侧结构性改革
- 2.1.3 行业相关补贴政策
- 2.1.4 新型消费发展意见
- 2.1.5 “十四五”规划纲要
- 2.2 经济环境
 - 2.2.1 宏观经济环境
 - 2.2.2 对外经济分析
 - 2.2.3 服务业运行状况
 - 2.2.4 城镇化发展水平
- 2.3 社会环境
 - 2.3.1 居民收入水平
 - 2.3.2 居民消费结构
 - 2.3.3 社会消费规模
 - 2.3.4 消费市场运行
- 2.4 技术环境
 - 2.4.1 5G技术
 - 2.4.2 人工智能
 - 2.4.3 大数据技术
 - 2.4.4 物联网技术

第三章 2024-2030年中国新消费行业发展综述

- 3.1 新消费发展现状
 - 3.1.1 新消费数量激增
 - 3.1.2 新消费主体变化
 - 3.1.3 新消费方式多元
 - 3.1.4 新消费受众下沉
 - 3.1.5 新消费环境优良
- 3.1 新消费时代特点
 - 3.1.1 “人货场”重构
 - 3.1.2 消费分级加深
 - 3.1.3 消费理念更新

- 3.1.4 消费品类创新
- 3.1.5 消费场景重塑
- 3.2 新消费驱动因素
 - 3.2.1 支付方式转变
 - 3.2.2 信用体系强化
 - 3.2.3 夜间经济火热
 - 3.2.4 营销造节频繁
- 3.3 新消费案例分析
 - 3.3.1 衣的消费升级
 - 3.3.2 食的消费升级
 - 3.3.3 住的消费升级
 - 3.3.4 行的消费升级
 - 3.3.5 娱乐消费升级
- 3.4 新消费发展瓶颈
 - 3.4.1 消费主体方面
 - 3.4.2 消费客体方面
 - 3.4.3 消费环境方面
- 3.5 新消费政策措施
 - 3.5.1 培育新消费客群
 - 3.5.2 推动新消费转型
 - 3.5.3 升级新消费供应
 - 3.5.4 优化新消费环境
 - 3.5.5 强化新消费配套
 - 3.5.6 完善新消费制度

第四章 中国新消费行业主要发展模式分析

- 4.1 信息消费
 - 4.1.1 信息消费基本概念
 - 4.1.2 信息消费功能特点
 - 4.1.3 信息消费一般过程
 - 4.1.4 信息消费发展趋势
- 4.2 数字消费

- 4.2.1 数字消费基本概念
- 4.2.2 数字消费典型特点
- 4.2.3 数字消费发展阻碍
- 4.2.4 数字消费发展建议
- 4.3 绿色消费
- 4.3.1 绿色消费基本概念
- 4.3.2 绿色消费典型特点
- 4.3.3 绿色消费发展模式
- 4.3.4 绿色消费作用机理
- 4.3.5 绿色消费发展重点
- 4.4 服务消费
- 4.4.1 服务消费基本概念
- 4.4.2 服务消费主要类别
- 4.4.3 服务消费阶段特征
- 4.4.4 服务消费发展建议

第五章 2024-2030年中国新消费行业零售类发展状况及投资潜力

- 5.1 无接触经济
- 5.2 新零售
- 5.2.1 新零售发展概况
- 5.2.2 新零售产业图谱
- 5.2.3 新零售模式特征
- 5.2.4 新零售竞争格局
- 5.2.5 新零售投资情况
- 5.2.6 新零售发展前景
- 5.3 智慧零售
- 5.3.1 智慧超市基本概念
- 5.3.2 智慧超市发展优势
- 5.3.3 智慧超市典型案例
- 5.3.4 无人零售市场模式
- 5.3.5 无人超市相关专利
- 5.4 智慧餐饮

5.4.1 智慧餐饮相关概念

5.4.2 智慧餐饮产业图谱

5.4.3 智慧餐饮发展情况

5.4.4 智慧餐饮竞争格局

5.4.5 智慧餐饮行业壁垒

5.4.6 智慧餐饮投资价值

5.4.7 智慧餐饮发展前景

5.5 智慧书店

5.5.1 智慧书店基本概念

5.5.2 智慧零售发展环境

5.5.3 智慧书店系统功能

5.5.4 智慧书店运营特点

5.5.5 智慧书店典型案例

5.6 直播经济

5.6.1 直播经济相关综述

5.6.2 直播经济产业链

5.6.3 直播经济发展现状

5.6.4 直播行业竞争格局

5.6.5 直播行业融资情况

5.6.6 直播电商典型企业

5.6.7 直播经济发展建议

第六章 2024-2030年中国新消费行业供应链类发展状况及投资潜力

6.1 智慧物流

6.1.1 智慧物流相关概念

6.1.2 智慧物流产业价值链

6.1.3 智慧物流应用场景

6.1.4 智慧物流发展模式

6.1.5 智慧物流市场规模

6.1.6 智慧物流企业案例

6.1.7 智慧物流产业投融资

6.1.8 智慧物流投资价值

6.2 智慧农业

6.2.1 智慧农业相关概念

6.2.2 智慧农业产业图谱

6.2.3 智慧农业应用场景

6.2.4 智慧农业发展模式

6.2.5 龙头企业布局情况

6.2.6 智慧农业发展建议

6.2.7 智慧农业发展趋势

6.3 智慧农业+物流

6.3.1 农业物流相关概念

6.3.2 农业物流发展模式

6.3.3 农业物流典型案例

6.3.4 农业物流投资价值

6.3.5 农业物流发展问题

6.3.6 农业物流发展建议

第七章 2024-2030年中国新消费行业服务类发展状况及投资潜力

7.1 智慧医疗

7.1.1 智慧医疗相关概念

7.1.2 智慧医疗发展现状

7.1.3 智慧医疗市场规模

7.1.4 智慧医疗投融资情况

7.1.5 典型城市经验做法

7.1.6 智慧医疗发展思路

7.2 智慧旅游

7.2.1 智慧旅游相关概念

7.2.2 智慧旅游政策环境

7.2.3 智慧旅游运行逻辑

7.2.4 智慧旅游产业链

7.2.5 智慧旅游发展情况

7.2.6 重点城市“十四五”布局

7.3 智慧教育

- 7.3.1 智慧教育相关概念
- 7.3.2 智慧教育产业链
- 7.3.3 智慧教育应用——教务服务
- 7.3.4 智慧教育应用——学生管理
- 7.3.5 智慧教育应用——常规管理
- 7.3.6 智慧教育应用——学习服务
- 7.3.7 智慧教育应用——数据管理
- 7.3.8 在线教育相关综述
- 7.4 智能体育
- 7.4.1 智能体育行业相关概念
- 7.4.2 智能体育产业链分析
- 7.4.3 智能体育用品发展情况
- 7.4.4 智能体育场馆发展情况
- 7.4.5 智能体育赛事直播情况
- 7.4.6 智能体育衍生服务类型
- 7.4.7 智能体育行业发展机会
- 7.4.8 智能体育行业发展前景
- 7.5 智能制造
- 7.5.1 智慧制造行业相关概念
- 7.5.2 智能制造行业政策环境
- 7.5.3 智能制造技术水平分析
- 7.5.4 智能制造产业分布格局
- 7.5.5 智能制造疫期发展状况
- 7.5.6 智能制造行业投资情况
- 7.5.7 智能制造行业发展前景

第八章 2024-2030年中国新消费行业基建类发展状况及投资潜力

- 8.1 智慧城市
- 8.1.1 智慧城市发展概况
- 8.1.2 智慧城市体系构成
- 8.1.3 智慧城市产业链
- 8.1.4 智慧城市投资规模

8.1.5 智慧城市评级情况

8.1.6 智慧城市发展趋势

8.1.7 智慧城市发展思路

8.2 智慧社区

8.2.1 智慧社区基本概念

8.2.2 智慧社区国家标准

8.2.3 智慧社区产业链

8.2.4 智慧社区市场规模

8.2.5 智慧社区发展模式

8.2.6 智慧社区参与企业

8.3 智慧交通

8.3.1 智慧交通相关概念

8.3.2 智慧交通政策环境

8.3.3 智慧交通产业链

8.3.4 智慧交通科研潜力

8.3.5 智慧交通应用场景

8.3.6 智慧交通市场规模

8.3.7 智慧交通区域布局

8.4 智慧安防

8.4.1 智慧安防基本概念

8.4.2 智慧安防产业链

8.4.3 智慧安防行业布局

8.4.4 智慧安防竞争格局

8.4.5 智慧安防应用场景

8.4.6 智慧安防发展成果

第九章 中国新消费城市评价指标测算与分析

9.1 新消费城市评价指标构建

9.1.1 城市整体经济表现

9.1.2 新消费个性表现

9.1.3 城市指数构建体系

9.2 新消费城市评价指标数据分析

9.2.1 经济发展表现

9.2.2 个性综合表现

9.2.3 潮流消费表现

9.2.4 便捷消费表现

9.2.5 健康与心理慰藉表现

9.3 新消费典型城市发展动态

9.3.1 上海市新消费发展情况

9.3.2 杭州市新消费发展情况

9.3.3 北京市新消费发展情况

第十章 中国新消费行业投融资分析及风险预警

10.1 新消费领域投融资情况

10.1.1 全球新消费领域融资情况

10.1.2 中国新消费领域融资情况

10.2 新消费领域细分行业融资统计

10.2.1 新消费品牌（食品相关）融资统计

10.2.2 新消费品牌（美妆个护）融资统计

10.2.3 新消费品牌（服饰）融资统计

10.2.4 新消费品牌（母婴）融资统计

10.2.5 新消费品牌（宠物）融资统计

10.2.6 新消费品牌（文娱/潮玩）融资统计

10.3 新消费细分领域投资机会分析

10.3.1 新零售领域投资机会

10.3.2 智能制造领域投资机会

10.3.3 智慧城市领域投资机会

10.4 新消费细分领域投资风险分析

10.4.1 新零售领域投资风险

10.4.2 智能制造领域投资风险

10.4.3 智慧城市领域投资风险

第十一章 2024-2030年中国新消费行业发展前景分析及趋势预测

11.1 中国新消费行业发展前景趋势

11.1.1 消费主力年龄下降
11.1.2 消费分级现象加深
11.1.3 健康生活理念升温
11.1.4 旅游消费更重体验
11.1.5 消费产品趋向高端
11.2 2024-2030年中国新消费行业预测分析
11.2.1 2024-2030年中国新消费市场影响因素分析
11.2.2 2024-2030年中国智慧物流市场规模预测
11.2.3 2024-2030年中国智慧医疗市场规模预测
11.2.4 2024-2030年中国在线教育市场规模预测
11.2.5 2024-2030年中国智慧社区市场规模预测

图表目录

图表 “十四五”时期经济社会发展主要指标
图表 “十四五”规划纲要涉及消费相关内容
图表 2024-2030年国内生产总值及其增长速度
图表 2024-2030年三次产业增加值占国内生产总值比重
图表 2024-2030年国内生产总值及其增长速度
图表 2024-2030年三次产业增加值占国内生产总值比重
图表 2022年GDP初步核算数据
图表 2024-2030年GDP同比增长速度
图表 2024-2030年GDP环比增长速度
图表 2024-2030年货物进出口总额
图表 2022年货物进出口总额及其增长速度
图表 2022年主要商品出口数量、金额及其增长速度
图表 2022年主要商品进口数量、金额及其增长速度
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202310/13-570831.html>