

2022-2028年中国O2O零售市场发展现状与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2022-2028年中国O2O零售市场发展现状与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/pifalingshou/R43802H890.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国O2O零售市场发展现状与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了O2O零售行业市场发展环境、O2O零售整体运行态势等，接着分析了O2O零售行业市场运行的现状，然后介绍了O2O零售市场竞争格局。随后，报告对O2O零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了O2O零售行业发展趋势与投资预测。若您对O2O零售产业有个系统的了解或者想投资O2O零售行业，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：

第一部分产业环境透视

第一章中国零售行业概况

第一节中国零售行业现状

一、零售定义

二、零售行业特征

三、零售行业功能

四、零售业规模

第二节传统零售行业的现状

一、我国传统零售行业发展分析

二、2019年我国传统零售行业规模分析

三、传统零售行业面临的挑战

四、传统零售行业的发展趋势

第三节电商零售的发展

一、我国互联网电子商务的发展起源

二、我国互联网电子商务的发展现状

三、我国互联网电子商务的规模分析

四、我国互联网电子商务发展过程中的困难

第四节O2O模式发展

- 一、O2O定义
- 二、O2O面临的商机
- 三、O2O需求市场
- 四、O2O模式发展面临的风险

第二章中国传统零售业概况

第一节2015-2019年传统零售所属行业态发展现状

- 一、百货行业发展现状
- 二、超市行业发展现状
- 三、专卖店行业发展现状
- 四、购物中心发展现状
- 五、便利店行业发展现状

第二节2019年传统零售所属行业经营情况分析

- 一、传统零售行业市场规模
- 二、传统零售行业营业利润
- 三、传统零售业毛利率水平
- 四、传统零售业净利润率

第三节当前实体零售遭遇的发展困境

- 一、消费疲软发展速度下滑
- 二、电商崛起强烈冲击传统零售
- 三、经营成本高涨盈利能力下行
- 四、新业态兴起竞争升级

第四节传统零售企业深陷关店潮

- 一、零售企业关店数量分析
- 二、不同业态零售企业关店分析
- 三、外资零售企业关闭分析
- 四、零售企业新建门店速度放缓

第五节零售企业上市公司经营状况

- 一、零售业上市公司收入及盈利情况
- 二、零售业上市公司经营发展分析
- 三、零售业上市公司转型升级方向

第三章中国电子商务零售业的发展

第一节互联网的发展

一、中国互联网的普及程度

二、网民基本情况分析

1、PC网民规模分析

2、手机网民规模分析

3、网民属性结构分析

第二节电子商务的崛起

一、电子商务发展阶段

二、电子商务基本特征

三、电子商务支撑环境

四、电子商务基本模式

五、电子商务规模分析

第二部分行业深度分析

第四章互联网与传统零售业的冲突与挑战

第一节互联网给零售业带来了什么

一、摆脱了时间空间的挑战

二、改变了消费者的行为习惯

三、打破了信息的不对称格局

四、更有效的大数据分析方法

第二节我国网络购物市场的高速增长

一、2015-2019年网络零售购物市场的交易规模

二、2015-2019年网络零售购物市场的发展现状

三、2015-2019年网络零售购物市场的发展潜力

第三节互联网对传统零售业的影响

一、互联网对传统零售业的冲击

二、互联网颠覆传统零售的经营模式

三、传统零售业面临的转型

四、传统零售企业如何适应互联网的发展

五、传统零售业抓住互联网的发展机遇

第五章零售行业O2O市场概况

第一节零售业O2O发展分析

- 一、O2O模式分析
- 二、O2O的发展现状
- 三、O2O模式应用成功案例
- 四、O2O发展前景

第二节O2O助力传统零售业

- 一、O2O解决传统零售的瓶颈
- 二、如何正确运用O2O
- 三、O2O未来发展前景

第三节O2O对电子商务的影响

- 一、O2O结合电子商务与传统零售
- 二、电子商务如何正确运用O2O

第六章国外O2O发展分析

第一节美国O2O行业发展分析

- 一、O2O发展现状
- 二、O2O规模分析
- 三、O2O发展方向

第二节日本O2O行业发展分析

- 一、O2O发展现状
- 二、O2O规模分析
- 三、O2O发展方向

第三节欧洲O2O行业发展分析

- 一、O2O发展现状
- 二、O2O规模分析
- 三、O2O发展方向

第四节韩国O2O行业发展分析

- 一、O2O发展现状
- 二、O2O规模分析
- 三、O2O发展方向

第五节国际典型企业O2O转型分析

- 一、梅西百货
- 二、沃尔玛
- 三、英国Agors
- 四、台湾7-EVLEVEN

第三部分竞争格局分析

第七章零售企业移动端及主流电商平台合作分析

第一节零售企业O2O平台接入分析

- 一、零售企业接入微信O2O的切入点
- 二、零售企业接入微信支付宝的切入点
- 三、零售企业接入微信微店的切入点
- 四、零售企业接入微信天猫的切入点

第二节零售企业独立APP发展分析

- 一、百货行业APP发展分析
- 二、连锁行业APP发展分析
- 三、商场行业APP发展分析

第八章国内企业O2O发展分析

第一节苏宁

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、运用O2O发展情况
- 四、O2O发展模式分析
- 五、O2O发展规模分析
- 六、未来发展战略分析

第二节银泰

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、运用O2O发展情况
- 四、O2O发展模式分析
- 五、O2O发展规模分析
- 六、未来发展战略分析

第三节王府井

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、运用O2O发展情况
- 四、O2O发展模式分析
- 五、O2O发展规模分析
- 六、未来发展战略分析

第四节天虹商场

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、运用O2O发展情况
- 四、O2O发展模式分析
- 五、O2O发展规模分析
- 六、未来发展战略分析

第五节步步高

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、运用O2O发展情况
- 四、O2O发展模式分析
- 五、O2O发展规模分析
- 六、未来发展战略分析

第六节国美

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、运用O2O发展情况
- 四、O2O发展模式分析
- 五、O2O发展规模分析
- 六、未来发展战略分析

第七节上品折扣

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、运用O2O发展情况

四、O2O发展模式分析

五、O2O发展规模分析

六、未来发展战略分析

第八节红旗

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、运用O2O发展情况

四、O2O发展模式分析

五、O2O发展规模分析

六、未来发展战略分析

第四部分行业前景展望

第九章2022-2028年零售行业发展趋势与前影预测

第一节零售行业发展环境分析

一、国内经济发展环境分析

二、零售行业消费环境分析

三、零售行业机会与挑战总结

第二节2022-2028年O2O零售行业前景分析

一、2022-2028年传统零售行业规模预测

二、2022-2028年电子商务零售业规模预测

三、2022-2028年O2O零售行业规模预测

第三节O2O零售发展趋势分析

一、百货O2O发展趋势

二、超市O2O发展趋势

三、专卖店O2O发展趋势

四、购物中心O2O发展趋势

五、便利店O2O发展趋势

第十章互联网环境下零售行业的整合与变革

第一节零售企业的“用户思维”；

一、零售企业如何与用户连接

二、零售企业提升用户参与感

第二节零售行业如何运用好粉丝经济

- 一、让用户成为粉丝
- 二、增强互动
- 三、提高重复购买力

第三节零售企业如何实现数据化运营和管理

- 一、大数据对零售行业的商业价值
- 二、全渠道零售大数据分析
- 三、零售企业与大数据对接的方式
- 四、零售企业大数据应用及效果
- 五、零售企业如何建立大数据运营体系

第五部分发展战略研究

第十一章O2O零售行业发展战略分析

第一节零售行业市场消费分析

- 一、消费者收入分析
- 二、消费者可支配收入分析
- 三、消费者购物习惯分析
- 四、消费需求分析

第二节O2O零售行业营销战略分析

- 一、市场细分策略
- 二、市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、新产品差异化策略
- 五、4P/4C营销组合策略

第三节行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规化

第十二章行业发展建议对策（）

第一节把握国家投资契机

第二节竞争性联盟的战略实施

第三节企业自身应对策略

图表目录：

图表2015-2019年零售行业规模分析

图表2015-2019年电子商务规模分析

图表2015-2019年传统零售行业规模分析

图表2015-2019年传统零售行业营业利润分析

图表2015-2019年金融行业销售收入

图表2015-2019年我国网民数量及同比增速

图表2015-2019年我国互联网企业数量及同比增速

图表2019年O2O零售行业规模分析

图表零售业上市公司收入及盈利情况

图表2015-2019年PC网民规模分析

图表2015-2019年手机用户规模分析

图表苏宁O2O市场规模分析

图表银泰O2O市场规模分析

图表步步高O2O市场规模分析

图表2022-2028年电子商务零售业规模预测

图表2022-2028年O2O零售行业规模预测

图表2022-2028年国内O2O零售行业市场规模预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/R43802H890.html>