

2026-2032年中国即时零售行业市场全景评估及发展战略研判报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2026-2032年中国即时零售行业市场全景评估及发展战略研判报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/1274044.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2026-2032年中国即时零售行业市场全景评估及发展战略研判报告》共十三章。首先介绍了即时零售行业市场发展环境、即时零售整体运行态势等，接着分析了即时零售行业市场运行的现状，然后介绍了即时零售市场竞争格局。随后，报告对即时零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了即时零售行业发展趋势与投资预测。您若想对即时零售产业有个系统的了解或者想投资即时零售行业，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家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 即时零售行业概述

1.1 即时零售的定义

1.2 即时零售的内涵与外延

1.2.1 即时履约是模式核心要义

1.2.2 物流配送是关键要素支撑

1.2.3 技术创新是发展动力源泉

1.2.4 供应链协同是价值实现关键

1.2.5 数字平台是履约主要主体

1.3 即时零售的主要特征

1.3.1 时效性极强

1.3.2 服务半径在3-5公里

1.3.3 线上下单，线下履约

1.3.4 同城两轮电动车配送

1.3.5 点对点服务

1.4 即时零售的功能和作用

1.4.1 推动零售数字化，助力本地零售高质量发展

1.4.2 满足消费者需求，促进本地消费提质扩容

1.4.3 加快新业态下沉，提升县域商业能级

1.4.4 培育新型零售人才，增加就业渠道

1.4.5 支持平台赋能，实现数实融合

1.5 中国即时零售产业化发展情况

1.5.1 发展历程

1.5.2 生命周期

1.5.3 所处阶段

第二章 即时零售的商业模式

2.1 即时零售主要发展模式

2.1.1 即时零售平台是即时零售的重要枢纽

2.1.2 即时零售包括卖场模式与自营模式

2.1.3 即时配送支撑即时零售“万物皆可外卖”

2.2 平台模式

2.2.1 平台模式简介

2.2.2 平台模式优缺点

2.3 自营模式

2.3.1 自营模式简介

2.3.2 自营模式优缺点

2.4 平台模式与自营模式的对比分析

2.5 即时零售与传统零售模式对比

2.6 即时零售与餐饮外卖的区别

2.7 即时零售与同城零售的区别

第三章 中国即时零售发展政策研究

3.1 即时零售行业监管体系及机构介绍

3.2 即时零售行业相关执行规范标准

3.2.1 现行标准

3.2.2 即将实施标准

3.3 即时零售国家政策规划汇总

3.4 即时零售地方政策及规划

3.5 中央、部委和地方对即时零售的支持

3.5.1 中央层面：提出大力发展即时零售

3.5.2 部委层面：支持发展即时零售模式

3.5.3 地方层面：衔接规划出台专项政策

3.6 政策环境对即时零售行业发展的影响

3.7 中国即时零售行业未来发展政策导向

第四章 中国即时零售行业现状调查

4.1 中国即时零售行业发展历程

4.1.1 雏形阶段（2013年以前）

4.1.2 发展阶段（2014-2017年）

4.1.3 爆发阶段（2018-2024年）

4.1.4 提质阶段（2025年以后）

4.2 中国即时零售的经济与社会价值

4.2.1 宏观层面

4.2.2 行业层面

4.2.3 微观层面

4.3 “即时”+商业逻辑

4.3.1 “即时”+是新供给

4.3.2 “即时”+是新增量

4.3.3 “即时”+是新基础设施

4.3.4 “即时”+是新效率革命

4.3 中国即时零售行业市场发展现状调研

4.3.1 中国即时零售行业市场发展总体现状

（1）政府侧

（2）需求侧

（3）要素侧

（4）供给侧

4.3.2 2021-2025年中国社会零售总额及增速

4.3.3 2021-2025年中国网上零售额及增速

4.3.4 2021-2025年中国线下零售额及增速

4.3.5 2021-2025年中国社会零售总额结构

4.3.6 2021-2025年中国即时零售市场规模及增速

4.5 中国即时零售行业市场发展的存在的问题

4.6 中国即时零售行业市场发展的对策和建议

4.7 即时零售行业产业链分析

4.7.1 即时零售产业链全景结构

4.7.2 主要环节的增值空间

4.7.3 与上下游行业的关联性

第五章 中国即时零售产业链调查——上游（品牌厂商）

5.1 休闲食品

5.1.1 休闲食品行业发展现状

- 5.1.2 休闲食品主要品牌厂商调查
- 5.1.3 休闲食品行业未来发展趋势
- 5.2 酒水饮料
 - 5.2.1 酒水饮料行业发展现状
 - 5.2.2 酒水饮料主要品牌厂商调查
 - 5.2.3 酒水饮料行业未来发展趋势
- 5.3 生鲜果蔬
 - 5.3.1 生鲜果蔬行业发展现状
 - 5.3.2 生鲜果蔬主要品牌厂家调查
 - 5.3.3 生鲜果蔬行业未来发展趋势
- 5.4 医药健康
 - 5.4.1 医药健康行业发展现状
 - 5.4.2 医药健康主要品牌厂商调查
 - 5.4.3 医药健康行业未来发展趋势
- 5.5 上游产业对行业发展的影响
- 5.6 中国即时零售产业链上游研究小结

第六章 中国即时零售产业链调查——中游（本地线下零售商）

- 6.1 商超便利店
 - 6.1.1 商超便利店发展现状调查
 - 6.1.2 商超便利店主要玩家调查
 - 6.1.3 商超便利店行业未来发展趋势
- 6.2 生鲜果蔬店
 - 6.2.1 生鲜果蔬店发展现状调查
 - 6.2.2 生鲜果蔬主要玩家调查
 - 6.2.3 生鲜果蔬店未来发展趋势
- 6.3 线下药房
 - 6.3.1 线下药房发展现状调查
 - 6.3.2 连锁药房主要玩家调查
 - 6.3.3 线下药房行业未来发展趋势
- 6.4 即时零售对本地线下零售商的价值
 - 6.4.1 扩大门店覆盖半径，获取新的流量
 - 6.4.2 提升门店运营能力
 - 6.4.3 提升用户洞察和能力
- 6.5 即时零售平台与线下实体零售门店合作中遇到的问题

6.6 中国即时零售产业链中游——本地线下零售商研究小结

6.6.1 即时零售推动本地零售交易流程线上化

6.6.2 即时零售创新本地零售业的履约环节

6.6.3 即时零售提升零售供给能力

6.6.4 即时零售拓展本地消费者需求

第七章 中国即时零售产业链调查——中游（即时零售电商及配套物流）

7.1 即时零售商

7.1.1 即时零售商发展现状（模式、规模、竞争格局）

7.1.2 平台模式主要玩家

（1）美团买菜

（2）叮咚买菜

（3）盒马生鲜

（4）沃尔玛

（5）朴朴超市

（6）1919

7.1.3 自营模式主要玩家

（1）美团闪购

（2）京东到家

（3）阿里饿了么、淘鲜达

7.1.4 即时零售电商对产业链上下游的影响

7.2 配套物流

7.2.1 即时配送行业发展现状

7.2.2 即时配送行业主要玩家调查

7.2.3 即时配送行业对即时零售行业的影响

7.3 中国即时零售产业链中游——即时零售电商及配套物流研究小结

第八章 中国即时零售产业链调查——下游（消费场景及消费者）

8.1 即时零售下游主要消费场景

8.1.1 住宅

8.1.2 学校

8.1.3 酒店

8.1.4 办公楼

8.2 即时零售下游消费者画像

8.2.1 即时零售消费者年龄分布

- 8.2.2 即时零售消费者消费特征
- 8.2.3 即时零售消费者消费动因
- 8.2.4 即时零售消费者购买渠道
- 8.2.5 即时零售消费者消费品类
- 8.2.6 即时零售消费者看重因素
- 8.3 中国即时零售未来消费场景发展趋势
- 8.4 中国即时零售消费者需求变化趋势
- 8.5 中国即时零售产业链下游——消费场景及消费者研究小结

第九章 即时零售赋能综合解决方案及案例分析

- 9.1 即时零售赋能零售商解决方案
 - 9.1.1 即时零售零售商能力需求图谱
 - 9.1.2 消费端——基于消费者洞察的用户服务和场景服务
 - (1) 四个维度赋能用户服务
 - (2) 两个维度赋能场景服务
 - 9.1.3 零售端——基于数字化运营管理的供应链服务
 - (1) 基于LBS精准定位的门店服务
 - (2) 基于货架管理的商品服务
 - (3) 基于智能分析预测的履约服务
 - (4) 基于行业洞察的定制化服务
- 9.2 即时零售赋能品牌商解决方案
 - 9.2.1 即时零售品牌商能力需求图谱
 - 9.2.2 用户数字化赋能
 - 9.2.3 营销数字化赋能
 - 9.2.4 供给数字化赋能
- 9.3 即时零售助力零售商解决案例
 - 9.3.1 商超解决案例
 - 9.3.2 3C数码解决案例
 - 9.3.3 家电行业解决案例
 - 9.3.4 时尚行业解决案例
 - 9.3.5 母婴行业解决案例
- 9.4 即时零售助力品牌商解决案例
 - 9.4.1 食品品牌商解决案例
 - 9.4.2 日化品牌商解决案例

第十章 他山之石-即时零售行业标杆案例分析——达达集团（京东到家）

10.1 达达集团公司概况

10.2 达达集团业务体系

10.3 达达集团公司财务状况分析

10.4 达达集团公司发展优势及经验借鉴

第十一章 中国即时零售行业重点企业推荐

11.1 永辉超市股份有限公司

11.1.1 企业概况

11.1.2 企业优势分析

11.1.3 产品/服务特色

11.1.4 公司经营状况

11.1.5 公司发展规划

11.2 美团买菜

11.2.1 企业概况

11.2.2 企业优势分析

11.2.3 产品/服务特色

11.2.4 公司经营状况

11.2.5 公司发展规划

11.3 叮咚买菜

11.3.1 企业概况

11.3.2 企业优势分析

11.3.3 产品/服务特色

11.3.4 公司经营状况

11.3.5 公司发展规划

11.4 盒马生鲜

11.4.1 企业概况

11.4.2 企业优势分析

11.4.3 产品/服务特色

11.4.4 公司经营状况

11.4.5 公司发展规划

11.5 朴朴超市

11.5.1 企业概况

11.5.2 企业优势分析

11.5.3 产品/服务特色

11.5.4 公司经营状况

11.5.5 公司发展规划

11.6 每日优鲜

11.6.1 企业概况

11.6.2 企业优势分析

11.6.3 产品/服务特色

11.6.4 公司经营状况

11.6.5 公司发展规划

11.7 饿了么

11.7.1 企业概况

11.7.2 企业优势分析

11.7.3 产品/服务特色

11.7.4 公司经营状况

11.7.5 公司发展规划

11.8 多点DMALL

11.8.1 企业概况

11.8.2 企业优势分析

11.8.3 产品/服务特色

11.8.4 公司经营状况

11.8.5 公司发展规划

第十二章 即时零售行业发展前景和市场空间测算

12.1 中国即时零售行业发展趋势

12.1.1 时间趋势——全天候消费

12.1.2 需求趋势——全场景渗透

12.1.3 商品趋势——全品类创新

12.1.4 地域趋势——全地域覆盖

12.1.5 供应链趋势——全供应链管理

12.1.6 数字化趋势——全流程化管理

12.2 中国即时零售行业成长要素分析

12.2.1 增量场景创新带动供给增加

12.2.2 本地商品线上化突破销量瓶颈

12.2.3 消费人群逐渐养成在即时零售平台消费习惯

12.3 即时零售行业发展主要风险

12.3.1 技术风险

12.3.2 市场风险

12.3.3 政策风险

12.3.4 融资风险

12.3.5 运营风险

12.4 2026-2032年即时零售行业市场空间预测

12.4.1 2026-2032年即时零售行业整体市场空间规模

12.4.2 2026-2032年即时零售行业细分市场空间测算

第十三章 中国即时零售产业研究总结和投资机会透视

13.1 研究总结

13.1.1 市场特点总结

13.1.2 企业格局总结

13.2 2026-2032年即时零售投资机会与策略

13.2.1 即时零售核心价值分析

13.2.2 行业爆发点分析

13.2.3 产业链投资机会

13.2.4 新进入者投资机会

13.2.5 即时零售发展策略

13.3 2026-2032年即时零售产业发展壁垒

13.3.1 技术壁垒

13.3.2 资金壁垒

13.3.3 人才壁垒

13.3.4 准入壁垒

13.3.5 生态壁垒

13.3.6 创新壁垒

13.4 2026-2032年即时零售产业投资建议

13.4.1 即时零售行业投资方向建议

13.4.2 即时零售行业投资方式建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1274044.html>