

2022-2028年中国超市连锁 市场评估与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国超市连锁市场评估与投资前景评估报告》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.cction.com/report/202203/279138.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

国内超市行业集中度较低，龙头企业市场份额仍有非常大的提升空间。国内前五大超市企业市场份额仅为27%，排名第一的高鑫零售（含大润发、欧尚两家卖场）拥有8.3%的市场份额。相比之下，美国前五大超市企业占据66.0%的市场份额，排名第一的沃尔玛拥有33.4%的市场份额，英国前五大超市企业占据76.8%的市场份额，排名第一的乐购拥有27.6%的市场份额。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国超市连锁市场评估与投资前景评估报告》共十三章。首先介绍了中国超市连锁行业市场发展环境、超市连锁整体运行态势等，接着分析了中国超市连锁行业市场运行的现状，然后介绍了超市连锁市场竞争格局。随后，报告对超市连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国超市连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对超市连锁产业有个系统的了解或者想投资中国超市连锁行业，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 中国连锁超市行业综述

第一节 中国连锁经营发展概况

一、连锁经营定义

二、连锁经营特点

三、连锁经营分类

四、连锁经营发展历程

五、连锁经营条件分析

第二节 超市的相关概念

一、超市的定义

二、超市的特点

三、超市发展历史

第三节 连锁超市简述

一、连锁超市的定义

- 二、连锁超市行业的特征
- 三、连锁超市行业的进入壁垒

第二章 2015-2019年全球超市连锁所属行业现状及发展趋势分析

第一节 2015-2019年全球超市连锁行业发展环境PEST分析

- 一、全球经济发展概述
- 二、主要经济体经济发展概述
- 三、在贸易战的影响下，金砖四国的金字招牌不再
- 四、经济全球化进程加快
- 五、经济全球化背景下的城市化
- 六、信息技术广泛应用于零售业
- 七、全球超市市场环境

第二节 2015-2019年全球超市连锁行业发展现状

- 一、全球超市连锁行业规模
- 二、全球超市连锁行业集中度分析
- 三、全球超市连锁行业盈利能力分析
- 四、全球经济放缓影响连锁超市业
- 五、发展中国家的连锁超市前景明显高于发达国家

第三节 2015-2019年全球超市连锁行业竞争格局分析

- 一、连锁超市成为竞争高度激烈的行业
- 二、全球超市连锁日益呈现垄断竞争态势
- 三、整合产业链和内部价值链成为提升竞争力的重要策略
- 四、全球超市连锁行业竞争焦点集中于发展中国家

第四节 2015-2019年全球超市连锁行业发展趋势分析

- 一、超市连锁跨国巨头拓展地区性市场
- 二、全球超市连锁巨头日益融入地区市场
- 三、全球超市连锁业的集中度发展趋势

第五节 2019年全球连锁超市主要国家城市现状分析

- 一、美国超市连锁
- 二、英国超市连锁
- 三、日本超市连锁
- 四、俄罗斯超市连锁

五、中国台湾

六、中国香港

第六节 2022-2028年全球连锁超市所属行业未来发展预测分析

第七节 2019年国际连锁超市部分企业运行分析

一、al-Mart沃尔玛（美国）

二、ARREFOUR家乐福（法国）

三、OYALAHOLD荷兰超市集团（荷兰）

四、METRO麦德龙连锁量贩店（德国）

五、ROGER克罗格食品杂货连锁（美国）

六、藤洋华堂（日本）

七、TARGET超市集团（美国）

八、TESCO特易购（英国）

九、OSTCO好士多（美国）

十、AVEWAY超市集团（美国）

第三章 2015-2019年年中国连锁超市行业发展环境分析

第二节 2015-2019年中国连锁超市政策环境分析

一、行业管理体制

二、主要行业法规政策

三、扩大消费政策措施力度继续加大

四、商务部支持流通企业兼并重组

五、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》

第三节 2015-2019年中国连锁超市社会环境分析

第四章 2015-2019年中国连锁超市行业发展总体分析

第一节 2015-2019年中国连锁超市行业发展综述

一、中国连锁超市行业发展历程

二、中国连锁超市行业发展特点

三、中国连锁超市企业的经营模式

四、中国连锁超市经营中存在的问题

五、制约中国连锁超市产业发展的因素

第二节 2015-2019年中国连锁超市行业发展现状分析

- 一、中国连锁超市行业处于快速成长期
- 二、中国连锁超市自有品牌发展现状分析
- 三、中国连锁超市供应链管理现状分析
- 四、中国连锁超市行业市场区隔分析
- 五、中国连锁超市行业渠道渗透分析
- 六、中国连锁超市企业扩张模式分析
- 七、中国连锁超市行业盈利情况分析

第三节 外资超市在中国发展状况分析

- 一、外资超市在我国的发展历程
- 二、外资超市的扩张特点分析
- 三、外资超市业态多元化趋势
- 四、外资超市进入中国的必然性分析
- 五、外资超市扩张障碍分析

第四节 2015-2019年中国连锁超市行业发展规模分析

- 一、2019年中国连锁零售业经营规模分析
- 二、中国连锁超市规模化发展
- 三、2019年中国超市行业发展规模分析

第五章 2015-2019年中国连锁超市行业市场运行分析

第一节 中国连锁超市行业价值链分析

- 一、直接采购占比越来越大
- 二、物流是限制超市发展的瓶颈之
- 二、生鲜产品销售是超市经营的重点

第二节 网上超市发展瓶颈分析

- 一、网上超市缺货多配送难
- 二、网上超市难敌实体超市
- 三、网上超市发展四瓶颈

第三节 连锁超市通道费赢利模式分析

- 一、超市通道费用赢利模式存在的市场基础
- 二、通道费用赢利模式的弊端
- 三、加强供应链管理转换超市赢利模式

第四节 连锁超市物流现状及优化对策分析

- 一、连锁超市物流的内涵
- 二、我国连锁超市物流管理现状
- 三、构筑连锁超市的物流核心竞争力

第五节 农村中小超市连锁策略分析

- 二、农村中小超市连锁经营现状及存在的问题
- 三、农村中小超市连锁经营策略分析

第六章 2015-2019年中国连锁超市主要区域市场分析

第一节 2015-2019年北京市连锁超市行业运行状况

- 一、北京连锁超市行业经济环境分析
- 二、北京连锁超市行业发展状况
- 三、北京连锁超市行业发展特点
- 四、北京连锁超市竞争格局分析
- 五、北京连锁超市进村百姓享实惠

第二节 2015-2019年上海市连锁超市行业运行状况

- 一、上海连锁超市行业经济环境分析
- 二、上海连锁超市发展的个阶段
- 三、上海连锁超市兴起和发展的原因
- 四、上海连锁超市竞争格局分析
- 五、上海连锁超市发展趋势及对策

第三节 2015-2019年深圳市连锁超市行业运行状况

- 一、深圳连锁超市行业经济环境分析
- 二、深圳连锁零售行业发展迅猛
- 三、深圳连锁零售业的发展优势
- 四、深圳连锁超市竞争格局分析
- 五、深圳超市业在转型中繁荣发展

第四节 2015-2019年重庆市连锁超市行业运行状况

- 一、重庆连锁超市行业经济环境分析
- 二、重庆连锁超市行业发展特点
- 三、重庆连锁超市竞争格局分析

第五节 2015-2019年成都市连锁超市行业运行状况

- 一、成都连锁超市行业经济环境分析

二、成都大型综合超市竞争格局分析

三、成都地区社区超市竞争格局分析

四、成都市连锁超市行业发展动态

第六节 2015-2019年武汉市连锁超市行业运行状况

一、武汉连锁超市行业经济环境分析

二、武汉市连锁超市发展规模分析

三、武汉连锁超市竞争格局分析

第七节 2015-2019年天津市连锁超市行业运行状况

一、天津连锁超市行业经济环境分析

二、天津市连锁超市行业存在的问题

三、天津连锁超市竞争格局分析

第八节 其他地区连锁超市发展分析

一、长沙超市市场分析

二、江苏省批发零售业情况

三、杭州乡镇连锁超市覆盖率分析

四、武汉超市高端战愈演愈烈

五、山西省大型超市发展情况

六、吉林中东集团进军超市业

第七章 2015-2019年跨国零售企业中国市场竞争分析

第一节 2015-2019年跨国零售企业在华扩张的业态选择

一、跨国零售企业在华业态发展状况

二、跨国零售企业在华扩张的业态战略选择特征及其成因

三、结论及启示

第二节 2015-2019年外资零售企业在中国市场的竞争与动态

一、2019年外资超市在华新开店及全国布局

二、外资零售巨头在华竞争已经从市场份额争夺扩大到了业态模式的角逐

三、外资零售在华扩张加速

四、外资零售企业纷纷开垦农村市场

五、外资忙开店中资多元化

六、零售业外资并购或将降温

第三节 外资挺进三线城市及对本土零售业的影响

- 一、市场竞争现状
- 二、国际零售业巨头公司的盈利模式
- 三、中国本土超市发展模式
- 四、市场发展态势展望

第八章 2015-2019年中国连锁超市行业竞争格局分析

第一节 2015-2019年中国连锁超市竞争现状

- 一、连锁超市行业集中度提高增长放缓
- 二、外资超市扩张加剧竞争
- 三、连锁百强中外超市竞争情况
- 四、内资及外资企业角逐社区超市

第二节 2015-2019年中国二线城市连锁超市竞争日趋激烈

- 一、二线市场与线市场相比较
- 二、西南地区二线城市潜力巨大
- 三、二线城市成连锁超市争夺要地

第三节 2015-2019年内资与外资超市竞争状况分析

- 一、连锁超市经营业态对比
- 二、连锁超市分布区域对比
- 三、连锁超市开店速度对比
- 四、连锁超市物流网络对比
- 五、连锁超市自有品牌对比

第四节 2015-2019年中国连锁便利店的竞争威胁

- 一、便利店及专业店的威胁综述
- 二、国内主要便利店及其发展
- 三、连锁便利店的特点和优势

第五节 2015-2019年中国网络购物与电视购物的竞争威胁

- 一、中国无店铺零售业态发展情况
- 二、网络购物渠道销售市场威胁
- 三、电视购物渠道销售市场威胁

第六节 2015-2019年中国内资超市应对外来竞争策略分析

- 一、内资连锁超市竞争优势劣势分析
- 二、内资超市实施价格领先策略

三、内资超市差异化经营提高竞争力

第九章 中国连锁超市部分企业现状分析

第一节 北京华联集团投资控股有限公司

第二节 华润万家有限公司

第三节 上海百联集团股份有限公司

第四节 利群集团股份有限公司

第五节 物美控股集团有限公司

第六节 大商集团有限公司

第七节 江苏时代超市有限公司

第八节 北京美廉美连锁商业有限公司

第九节 山西美特好连锁超市股份有限公司

第十节 合肥百大合家福连锁超市有限责任公司

第十一章 2015-2019年中国连锁超市经营策略分析

第一节 2015-2019年连锁超市市场营销策略分析

一、锁超市价格策略分析

二、连锁超市商品策略分析

三、连锁超市促销策略分析

第二节 2015-2019年中国连锁超市品牌的战略思考

一、连锁超市实施品牌战略的意义

二、连锁超市企业品牌的现状分析

三、连锁超市品牌战略管理的策略

第三节 2015-2019年中国连锁超市成本领先战略

一、连锁超市与成本领先战略的关系

二、连锁超市实施成本领先战略

三、连锁超市实施成本领先战略的好处

第四节 提升中国零售企业核心竞争力的策略选择

一、中国零售企业所面临的环境

二、国际竞争中我国零售企业的优劣势

三、零售业核心竞争力的分析

四、提升中国零售业核心竞争力的发展策略

第五节 2015-2019年中国连锁超市企业竞争力提升策略

- 一、影响连锁超市企业核心竞争力的因素
- 二、连锁超市企业提升竞争力的主要方向
- 三、提高中国连锁超市核心竞争力的对策

第六节 2015-2019年中小连锁超市发展困境及对策分析

- 一、中小连锁超市的发展困境
- 二、中小连锁超市的优劣势分析
- 三、中小连锁超市发展对策分析出路

第十二章 2022-2028年中国连锁超市业趋势预测分析

第一节 2022-2028年全球条件下我国超市发展趋势

- 一、经营理念的发展趋势
- 二、超市定位的发展趋势
- 三、经营方式的发展趋势

第二节 2022-2028年中国连锁超市发展趋势分析

- 一、中国连锁业发展展望
- 二、大型超市小型化趋势
- 三、超市的细分和规范趋势
- 四、连锁超市的并购趋势
- 五、“扩张”与“转型”趋势
- 六、生鲜超市的发展趋势

第三节 2022-2028年中国农村连锁超市预测分析

- 一、农村超市的发展现状
- 二、农村连锁超市的特殊性
- 三、农村连锁经营的限制因素及发展思路
- 四、农村连锁店的走向

第十三章 2022-2028年中国连锁超市投资策略分析()

第一节 2022-2028年连锁超市发展前景及投资机遇分析

- 一“十三五”期间中国经济总体发展状况分析
- 二“十三五”规划扩大内需促进消费
- 三“城镇化”蕴藏强大消费潜力

四 快速消费品市场仍有很大发展空间

五 中小城市居民消费能力被低估

六 中国连锁超市行业前景预测

第二节 2022-2028年中国连锁超市投资风险分析

一、经济风险

二、政策风险

三、经营风险

四、行业竞争风险

五、商品质量安全风险

六、其他风险

第三节 2022-2028年连锁超市经营选址策略分析

一、连锁超市选址的重要性

二、连锁超市网点分布商圈分析

三、连锁超市选址评价参数

四、超市网点布局决策思路

第四节 2022-2028年中国连锁超市投资策略分析

一、生鲜超市有条件取代农贸市场

二、进军二线城市自下而上突围

三、把握机遇大力发展农村社区超市

第五节 投资建议

图表目录：

图表 有店铺零售业态分类和基本特点

图表 无店铺零售业态分类和基本特点

图表 零售商品品牌战略的类型

图表 服务业三种类型的营销

图表 西方连锁商店的兴起

图表 顾客在超市选购商品时最看重的因素

图表 影响顾客光顾超市的因素

图表 顾客判断超市价位的依据

图表 顾客对卖场人员服务的需求情况

图表 顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法

图表 中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析

图表 综合超市消费者满意度测量模型

图表 中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响

图表 中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查

图表 中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较

图表 中外连锁超市毛利率对比

图表 中外食品超市平均利率对比

图表 中外大型超市平均利率对比

图表 中外连锁超市长期负债/中资产对比

图表 中外连锁超市短期负债/总资产对比

图表 中外连锁超市长短期负债/总资产对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/279138.html>