

2022-2028年中国连锁商场 市场深度评估与市场全景评估报告

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年中国连锁商场市场深度评估与市场全景评估报告》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/202112/256098.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

2018年连锁百强销售规模为2.4万亿元，同比增长7.7%,占社会消费品零售总额的6.3%，比上年增长0.3个百分点。2018年便利店百强企业销售规模同比增长21.1%。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国连锁商场市场深度评估与市场全景评估报告》共十三章。首先介绍了连锁商场相关概念及发展环境，接着分析了中国连锁商场规模及消费需求，然后对中国连锁商场市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国连锁商场面临的机遇及发展前景。您若想对中国连锁商场有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国连锁商场相关概述

第一节 中国商场概述

一、商场的定义

二、商场管理

三、商场的特点

四、商场现代化

第二节 中国连锁商场概述

一、连锁商场的定义

二、连锁商场的模式

三、连锁商场的特点

四、连锁商场的发展历程

第三节 中国连锁商场行业结构

第二章 2015-2019年世界连锁商场行业运行现状分析

第一节 2015-2019年世界连锁商场发展总体分析

一、当代国际商场业的特点

二、全球连锁商场发展现状

三、跨国连锁商场海外市场的进入模式和选择

四、西方连锁商场发展的理论分析

五、全球连锁商场损耗总额的分析

六、国际三大连锁商场巨头发展历程及启示

第二节 2015-2019年世界连锁商场重点地区国家分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

第三节 2022-2028年世界连锁商场发展趋势预测分析

第四节 2019年世界连锁商场部分企业发展现状分析

一、沃尔玛公司

二、家乐福集团

三、麦德龙集团

四、特易购

五、7-Eleven便利商店集团

六、宜家集团

第三章 2015-2019年中国连锁商场行业发展环境分析

第一节 2015-2019年中国经济环境发展分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2015-2019年中国连锁商场政策环境分析

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年中国连锁商场社会环境分析

- 一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场
- 二、消费结构升级促进百货业发展
- 三、中国扩大消费政策取得成效
- 四、新农村建设孕育巨大消费潜力
- 五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长
- 六、基础设施及信息物流技术升级提升百货运营效率

第四章 2015-2019年中国连锁商场行业发展现状分析

第一节 2015-2019年中国连锁商场发展规模分析

- 一、中国连锁商场业总体发展现状分析
- 二、重点连锁商场销售规模分析
- 二、连锁商场业的发展变化概述
- 三、中国连锁商场业存在的问题
- 四、制约连锁商场业发展的因素

第二节 城市化下移二三线城市连锁商场发展分析

- 一、中国零售业区域发展分析
- 二、政策推进城市化的下移进程
- 三、城市化下移促进零售业发展
- 四、二三线城市零售业迎来机遇

第三节 2015-2019年中国连锁商场业发展规模分析

- 一、连锁百货门店规模统计
- 二、连锁百货销售规模统计
- 三、连锁百货企业排名情况

第四节 2015-2019年中国连锁商场业网络销售发展情况

- 一、网络时代连锁商场遭遇挑战
- 二、中国连锁商场企业纷纷“触网”
- 三、银泰网络百货的经营情况
- 四、连锁商场业借助微博发展

第五节 2015-2019年中国连锁商场行业竞争策略分析

- 一、信息化技术应用策略
- 二、零售业态改变经营模式
- 三、改变品牌经营发展战略

四、正面竞争转向错位竞争

第五章 2015-2019年中国连锁商场行业市场分析

第一节 2015-2019年中国连锁商场市场规模分析

- 一、2022-2028年中国商场行业市场规模及增速
- 二、连锁商场行业市场饱和度
- 三、国内外经济形势对连锁商场行业市场规模的影响
- 四、2022-2028年中国连锁商场行业市场规模及增速预测

第二节 2015-2019年中国连锁商场市场结构分析

第三节 2015-2019年中国连锁商场市场特点分析

- 一、连锁商场行业所处生命周期
- 二、技术变革与行业革新对连锁商场行业的影响
- 三、2015-2019年中国连锁商场差异化分析

第四节 2015-2019年中国连锁商场市场运行动态分析

第六章 2015-2019年中国连锁商场区域市场分析

第一节 东北地区

- 一、东北地区连锁商场经济环境
- 二、哈尔滨连锁商场发展综述
- 三、沈阳连锁商场发展现状分析
- 四、大连连锁商场发展现状分析

第二节 华东地区

- 一、华东地区连锁商场经济环境
- 二、上海市百货业发展现状分析
- 三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化
- 四、杭州市连锁商场发展历程及现状
- 五、合肥市连锁商场发展现状分析

第三节 华中地区

- 一、华中地连锁商场经济环境
- 二、中原经济区崛起连锁商场业受益
- 三、武汉连锁商场业发展格局
- 四、外来商业百货巨头进驻长沙

五、郑州市连锁商场发展新特点

第四节 华北地区

一、华北地区连锁商场经济环境

二、北京连锁商场业发展特点

三、北京“超市系”百货竞逐社区市场

四、天津零连锁商场发展现状

五、兰州连锁商场发展现状

第五节 西南地区

一、西南地区连锁商场经济环境

二、重庆市连锁商场发展状况分析

三、成都市连锁商场经营特点

第六节 华南地区

一、华南地区连锁商场经济环境

二、广州连锁商场业竞争特点

三、深圳连锁商场业发展历程

四、深圳连锁商场业发展现状

第七章 2015-2019年中国连锁商场行业竞争状况分析

第一节 2015-2019年中国连锁超市发展状况

一、中国连锁超市发展概述

二、中国超市业态发展规模

三、中国连锁超市企业排名

四、外资超市在华发展情况

五、本土超市营销战略分析

六、中国本土仓储式超市动态

七、中国连锁超市业并购情况

八、超市消费者购买行为分析

第二节 2015-2019年中国便利店发展状况

一、中国便利店总店数量统计

二、中国便利店门店规模统计

三、中国便利店销售规模统计

四、中国便利店经营特点分析

五、中国便利店产品策略分析

六、中国便利店分销策略分析

七、中国便利店发展SWOT分析

第三节 2015-2019年中国购物中心发展状况

一、世界购物中心分类情况分析

二、中国购物中心发展历程分析

三、中国购物中心类型形态界定

四、中国购物中心发展规模分析

五、中国购物中心发展指数分析

六、中国购物中心开发投资情况

七、中国购物中心发展策略分析

八、购物中心未来发展前景分析

第四节 2015-2019年中国网络购物行业发展状况

一、中国无店铺零售业态发展情况

二、中国网络零售规模及现状分析

三、中国网络购物发展趋势分析

第五节 2015-2019年中国电视购物行业发展状况

一、电视购物发展概况

二、电视购物优点分析

三、电视购物弊端分析

四、电视购物发展方向

五、电视购物发展问题

六、电视购物面临挑战

第六节 2015-2019年中国网络团购行业发展分析

一、中国网络团购行业发展规模分析

二、中国网络团购消费人群调查分析

三、中国网络团购消费行为调查分析

第八章 2015-2019年中国连锁商场消费者偏好调查

第一节 2015-2019年中国连锁商场目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 中国连锁商场品牌市场调查

一、大众对连锁商场认知度调查

二、大众对连锁商场产品的偏好调查

三、大众对连锁商场的首要认知渠道

四、消费者关注度高的商场调查

五、连锁商场忠诚度调查

六、连锁商场市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户对连锁商场的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第九章 2015-2019年中国连锁商场行业竞争格局分析

第一节 2015-2019年中国连锁商场竞争现状分析

一、中国连锁商场竞争总体概况

二、中国连锁商场竞争消费格局

三、中国连锁商场竞争格局变化

四、中国连锁商场价格竞争分析

五、中国连锁商场竞争问题解析

六、外资连锁商场在华竞争情况

第二节 2015-2019年中国连锁商场竞争状况分析

一、一线城市连锁商场供给情况分析

二、二三线城市连锁商场发展分析

三、连锁商场企业上市融资应对竞争

四、中国百连锁商场并购重组概况

第三节 2015-2019年中国连锁商场竞争策略分析

一、信息化技术应用策略

二、连锁商场改变经营模式

三、改变品牌经营发展战略

四、正面竞争转向错位竞争

第十章 中国连锁商场部分企业现状分析

第一节 大商股份有限公司

第二节 王府井百货(集团)股份有限公司

第三节 上海百联集团股份有限公司

第四节 武汉武商集团股份有限公司

第五节 银座集团股份有限公司

第六节 百盛商业集团有限公司

第七节 天虹商场股份有限公司

第八节 重庆百货大楼股份有限公司

第九节 新世界百货中国有限公司

第十节 银泰百货(集团)有限公司

第十一章 2022-2028年中国连锁商场经营策略分析

第一节 2022-2028年中国连锁商场企业市场定位策略分析

一、百货店市场定位要素

二、百货店市场定位步骤

三、百货店定位应注意的问题

第二节 2022-2028年中国连锁商场行业发展主要对策

一、加快重组向规模经营连锁经营转变

二、准确市场定位向特色经营转变

三、发挥自身优势向服务经营转变

四、更新经营理念向动态经营转变

五、发展网络信息技术向信息化管理转变

六、改进传统经营模式向科学运营转变

第三节 2022-2028年中国连锁商场发展战略的对策

一、导入信息化技术

二、升级业态改变经营模式

三、实施品牌发展战略

四、正面竞争转向错位竞争

第四节 2022-2028年中国连锁商场自营模式探索

一、中国连锁商场的经营模式

二、连锁商场联营模式存在的问题

三、连锁商场的自营能力不足

四、连锁商场自营模式的探索

第五节 提升中国连锁商场核心竞争力的策略选择

一、丰富齐全的产品线

二、快捷方便的运营效率

三、快速灵敏的战略调整

四、寻求质优价低成本优势

五、把握时尚流行的元素

第十二章 2022-2028年中国连锁商场业发展趋势分析

第一节 2022-2028年中国连锁商场的发展走势分析

一、消费升级提升百货增长空间

二、温和通胀促进超市业绩提升

三、专业店最具成长潜力

第二节 商业模式下的连锁商场趋势

一、商圈两极化外延的地产百货模式

二、破解盈利模式之困的多业态融合模式

三、延伸连锁空间的相关多元化模式

第三节 多业态、多元化融合的行业发展趋势

一、购物中心多业态发展趋势

二、多元嵌入的连锁式外延扩张

第四节 2022-2028年中国连锁商场业发展方向

一、特色化、主题化、品牌化

二、连锁化、产业化、集约化

三、品牌化、信用化、知识化

第五节 2022-2028年中国连锁商场业发展趋势

一、人才瓶颈进一步凸显

二、资本对接将愈加紧密

三、商业地产将快速增长

- 四、供应链变革继续深入
- 五、上游厂商争夺流通渠道
- 六、“绿色零售”亟需转化成竞争优势
- 七、奢侈品牌大举进军二三级市场

第十三章 2022-2028年中国连锁商场投资策略分析

第一节 2022-2028年中国连锁商场发展前景及投资机遇分析

- 一、“十三五”规划扩大内需促进消费
- 二、政策面深化继续利好连锁商场业发展
- 三、国民收入增速将实现与经济发展同步
- 四、全国27省上调最低工资标准
- 五、温和通胀助推百货行业上行
- 六、中小城市居民消费能力被低估
- 七、中国连锁商场行业发展规模预测

第二节 2022-2028年中国连锁商场投资风险分析

- 一、经济风险
- 二、政策风险
- 三、经营风险
- 四、竞争风险
- 五、其他风险

第三节 2022-2028年中国连锁商场投资策略分析

- 一、挖掘新规划经济振兴区域市场
- 二、发展高端百货业态打造高端品牌
- 三、发展二三线城市连锁商场业
- 四、创新经营把握新兴消费人群市场
- 五、开发微博、团购等互联网营销方式

第四节 投资建议

图表目录：

图表：中国连锁商场的演进历程

图表：中国连锁商场类型

图表：超市和百货商场特征对比

图表：2019年按业态分中国连锁商场企业基本情况

图表：2015-2019年中国连锁商场企业基本情况统计

图表：2015-2019年中国连锁商场企业门店总数增长趋势图

图表：2015-2019年中国连锁商场企业从业人员增长趋势图

图表：2015-2019年中国连锁商场企业营业面积增长趋势图

图表：2015-2019年中国连锁商场企业商品销售额数增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/256098.html>