

2023-2029年中国连锁超市行业市场深度评估及投资方向报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2029年中国连锁超市行业市场深度评估及投资方向报告》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.huaon.com/channel/chain/897540.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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 中国连锁超市整体综述

1.1中国连锁经营发展概况

1.1.1连锁经营定义

1.1.2连锁经营特点

1.1.3连锁经营分类

1.1.4连锁经营发展历程

1.1.5连锁经营条件分析

1.2超市的相关概念介绍

1.2.1超市的定义

1.2.2超市的特点

1.2.3超市发展历史

1.3连锁超市简述

1.3.1连锁超市的定义

1.3.2连锁超市整体的特征

1.3.3连锁超市整体的进入壁垒

第二章 2018-2022年中国连锁超市整体发展环境分析

2.1政策环境

2.1.1超市整体主管部门及管理体制

2.1.2中国连锁超市整体相关政策

2.1.3连锁超市整体相关法律法规

2.1.4商务部研究出台新促进消费政策

2.2经济环境

2.2.1 2018-2022年中国GDP增长情况分析

2.2.2 2018-2022年中国居民消费价格走势

2.2.3 2018-2022年城乡居民收入与消费分析

2.2.4 2018-2022年中国社会消费品零售总额

2.2.5 2018-2022年全社会固定资产投资分析

2.2.6 2018-2022年进出口总额及增长率分析

2.3社会环境

2.3.1城市化进程加快进步拓宽农村市场

2.3.2消费习惯的改变进步加速“农改超”

2.3.3新农村建设孕育巨大消费潜力

2.3.4稳定的人口数量将保证消费的稳定增长

2.3.5基础设施完善及信息物流技术提高助力超市运营

2.4消费环境

2.4.1 2018-2022年城镇居民家庭消费性支出分析

2.4.2 2018-2022年城镇居民家庭购买商品数量分析

2.4.3 2018-2022年中国零售整体发展情况

2.4.4 2018-2022年中国连锁经营产业发展情况

第三章 2018-2022年中国连锁超市整体发展整体分析

3.1国外连锁超市整体发展综述

3.1.1美国连锁超市发展情况

3.1.2日本连锁超市发展情况

3.1.3法国连锁超市发展情况

3.2外资超市在中国发展状况分析

3.2.1外资超市在我国的发展历程

3.2.2外资超市的扩张特点分析

3.2.3外资超市业态多元化趋势

3.2.4外资超市进入中国的必然性分析

3.2.5外资超市扩张障碍分析

3.3 2018-2022年中国连锁超市整体发展综述

3.3.1中国连锁超市整体发展历程

3.3.2中国连锁超市整体发展特点

3.3.3中国连锁超市企业的经营模式

3.3.4中国连锁超市经营中存在的问题

3.3.5制约中国连锁超市产业发展的因素

3.4 2018-2022年中国连锁超市整体发展规模分析

3.4.1中国连锁零售业经营规模分析

3.4.2中国连锁超市规模化发展

3.4.3中国超市整体发展规模分析

3.4.4中国连锁超市整体并购频繁

3.5 2018-2022年中国连锁超市整体价格分析

3.5.1中国连锁超市整体处于快速成长期

3.5.2中国连锁超市自有品牌发展现状分析

3.5.3中国连锁超市供应链管理现状分析

3.5.4中国连锁超市整体市场区隔分析

3.5.5中国连锁超市整体渠道渗透分析

3.5.6中国连锁超市企业扩张模式分析

3.5.7中国连锁超市整体盈利情况分析

第四章 2018-2022年中国连锁超市整体剖析

4.1中国连锁超市整体价值链分析

4.1.1直接采购占比越来越大

4.1.2物流是限制超市发展的瓶颈

4.1.3生鲜产品销售是超市经营的重点

4.2网上超市发展瓶颈分析

4.2.1网上超市缺货多配送难

4.2.2网上超市难敌实体超市

4.2.3网上超市发展四瓶颈

4.3连锁超市通道费赢利模式分析

4.3.1超市通道费用赢利模式存在的市场基础

4.3.2通道费用赢利模式的弊端

4.3.3加强供应链管理转换超市赢利模式

4.4连锁超市物流现状及优化对策分析

4.4.1连锁超市物流的内涵

4.4.2我国连锁超市物流管理现状

4.4.3构筑连锁超市的物流核心竞争力

4.5农村中小超市连锁策略分析

4.5.1农村连锁超市发展综述

4.5.2农村中小超市连锁经营现状及存在的问题

4.5.3农村中小超市连锁经营策略分析

第五章 2018-2022年中国连锁超市整体竞争格局分析

5.1 2018-2022年中国连锁超市竞争现状

5.1.1连锁超市整体集中度提高增长放缓

5.1.2外资超市扩张加剧竞争

5.1.3连锁百强中外超市竞争情况

5.1.4内资及外资企业角逐社区超市

5.2 2018-2022年二线城市连锁超市竞争日趋激烈

5.2.1二线市场与线市场相比较

5.2.2西南东北地区线城市潜力巨大

5.2.3二线城市成连锁超市争夺要地

5.2 2018-2022年内资与外资超市竞争状况分析

5.2.1连锁超市经营业态对比

5.2.2连锁超市分布区域对比

5.2.3连锁超市开店速度对比

5.2.4连锁超市物流网络对比

5.2.5连锁超市自有品牌对比

5.3 2018-2022年连锁便利店的竞争威胁

5.3.1便利店及专业店的威胁综述

5.3.2国内主要便利店及其发展

5.3.3连锁便利店的特点和优势

5.4 2018-2022年网络购物与电视购物的竞争威胁

5.4.1中国无店铺零售业态发展情况

5.4.2网络购物渠道销售市场威胁

5.4.3电视购物渠道销售市场威胁

5.5 2018-2022年中国内资超市应对外来竞争策略分析

5.5.1内资连锁超市竞争优势分析

5.5.2内资超市实施价格领先策略

5.5.3内资超市差异化经营提高竞争力

第六章 2018-2022年中国连锁超市所属行业主要区域市场分析

6.1 2018-2022年北京市连锁超市整体运行状况

6.1.1北京连锁超市整体经济环境分析

6.1.2北京连锁超市整体状况

6.1.3北京连锁超市整体发展特点

6.1.4北京连锁超市竞争格局分析

6.1.5北京连锁超市进村百姓享实惠

6.2 2018-2022年上海市连锁超市整体运行状况

6.2.1上海连锁超市整体经济环境分析

6.2.2上海连锁超市发展的各个阶段

6.2.3上海连锁超市兴起和发展的原因

6.2.4上海连锁超市竞争格局分析

6.2.5上海连锁超市市场态势分析与对策

6.3 2018-2022年深圳市连锁超市整体运行状况

6.3.1深圳连锁超市整体经济环境分析

6.3.2深圳连锁零售整体发展迅猛

6.3.3深圳连锁零售业的发展优势

6.3.4深圳连锁超市竞争格局分析

6.3.5深圳超市业在转型中繁荣发展

6.4 2018-2022年重庆市连锁超市整体运行状况

6.4.1重庆连锁超市整体经济环境分析

6.4.2重庆连锁超市整体发展特点

6.4.3重庆连锁超市竞争格局分析

6.5 2018-2022年成都市连锁超市整体运行状况

6.5.1成都连锁超市整体经济环境分析

6.5.2成都大型综合超市竞争格局分析

6.5.3成都地区社区超市竞争格局分析

6.5.4成都市连锁超市整体发展动态

6.6 2018-2022年武汉市连锁超市整体运行状况

6.6.1武汉连锁超市整体经济环境分析

6.6.2武汉市连锁超市发展规模分析

6.6.3武汉连锁超市竞争格局分析

6.7 2018-2022年天津市连锁超市整体运行状况

6.7.1天津连锁超市整体经济环境分析

6.7.2天津市连锁超市整体存在的问题

6.7.3天津连锁超市竞争格局分析

6.8 2018-2022年其他城市连锁超市竞争情况

6.8.1西安市连锁超市竞争情况

6.8.2长沙市连锁超市竞争情况

6.8.3南宁市连锁超市竞争情况

第七章 连锁超市优势企业分析

7.1沃尔玛

7.1.1企业概况

7.1.2企业经营状况

7.1.3企业经营状况

7.2家乐福

7.2.1企业概况

7.2.2企业经营状况

7.2.3企业经营状况

7.3卜蜂莲花有限公司

7.3.1企业概况

7.3.2企业经营状况

7.3.3企业经营情况

7.4华润万家

7.4.1企业概况

7.4.2企业经营状况

7.4.3企业经营状况

7.5联华超市股份有限公司

7.5.1企业概况

7.5.2企业经营状况

7.5.3企业经营状况

7.6物美商业集团

7.6.1企业概况

7.6.2企业经营状况

7.6.3企业经营状况

7.7人人乐连锁商业集团

7.7.1企业概况

7.7.2企业经营状况

7.7.3企业经营状况

7.7.4企业主要财务指标分析

7.8北京华联综合超市股份有限公司

7.8.1企业概况

7.8.2企业经营状况

7.8.3企业经营状况

7.8.4企业主要财务指标分析

第八章 2023-2029年中国连锁超市经营策略分析

8.1 2023-2029年连锁超市市场营销策略分析

8.1.1连锁超市价格策略分析

8.1.2连锁超市商品策略分析

8.1.3连锁超市促销策略分析

8.2 2023-2029年中国连锁超市品牌的战略思考

8.2.1连锁超市实施品牌战略的意义

8.2.2连锁超市企业品牌的现状分析

8.2.3连锁超市品牌战略管理的策略

8.3 2023-2029年中国连锁超市成本领先战略

- 8.3.1 连锁超市与成本领先战略的关系
- 8.3.2 连锁超市实施成本领先战略
- 8.3.3 连锁超市实施成本领先战略的好处
- 8.4 提升中国零售企业核心竞争力的策略选择
 - 8.4.1 中国零售企业所面临的环境
 - 8.4.2 国际竞争中我国零售企业的优劣势
 - 8.4.3 零售业核心竞争力的分析
 - 8.4.4 提升中国零售业核心竞争力的发展策略
- 8.5 2023-2029年中国连锁超市企业竞争力提升策略
 - 8.5.1 影响连锁超市企业核心竞争力的因素
 - 8.5.2 连锁超市企业提升竞争力的主要方向
 - 8.5.3 提高中国连锁超市核心竞争力的对策
- 8.6 2023-2029年中小连锁超市发展困境及对策分析
 - 8.6.1 中小连锁超市的发展困境
 - 8.6.2 中小连锁超市的优劣势分析
 - 8.6.3 中小连锁超市发展对策分析出路
- 第九章 2023-2029年中国连锁超市发展趋势分析
 - 9.1 2023-2029年中国零售业态发展趋势探析
 - 9.1.1 零售业多元化发展
 - 9.1.2 零售业专业化发展
 - 9.1.3 零售业态相互融合
 - 9.1.4 零售业差异化发展
 - 9.2 2023-2029年全球条件下我国超市发展趋势
 - 9.2.1 经营理念的发展趋势
 - 9.2.2 超市定位的发展趋势
 - 9.2.3 经营方式的发展趋势
 - 9.2.4 超市价格的竞争趋势
 - 9.3 2023-2029年中国连锁超市整体发展趋势
 - 9.3.1 连锁超市规模化
 - 9.3.2 连锁超市精细化
 - 9.3.3 连锁超市自有品牌化
 - 9.3.4 连锁超市产业链竞争激烈化
 - 9.3.5 连锁超市自主经营化
 - 9.3.6 连锁超市渠道下沉
 - 9.3.7 连锁超市以消费者为主导

第十章 2023-2029年中国连锁超市市场监测

10.1 2023-2029年连锁超市市场深度调查与投资机遇分析（HJ ZJH）

10.1.1“十四五”期间中国经济整体发展状况分析

10.1.2“十四五”规划扩大内需促进消费

10.1.3“城镇化”蕴藏强大消费潜力

10.1.4快速消费品市场仍有很大发展空间

10.1.5中小城市居民消费能力被低估

10.1.6中国连锁超市整体前景预测

10.2 2023-2029年中国连锁超市投资风险分析

10.3 2023-2029年连锁超市经营选址策略分析

10.3.1连锁超市选址的重要性

10.3.2连锁超市网点分布商圈分析

10.3.3连锁超市选址评价参数

10.3.4超市网点布局决策思路

10.4 2023-2029年中国连锁超市市场监测

图表目录：

图表1中国连锁超市整体相关政策

图表2中国连锁超市整体相关法律法规

图表3 2018-2022年中国国内生产总值及增长速度

图表4 2018-2022年中国居民消费价格指数变化趋势图

图表5 2018-2022年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表6 2018-2022年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表7 2018-2022年中国城镇居民消费与恩格尔系数

图表8 2018-2022年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表9 2018-2022年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表10 2018-2022年中国全社会固定资产投资增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/chain/897540.html>