

2022-2028年中国连锁商场 市场分析与投资前景分析报告

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分析与投资前景分析报告》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/202207/311487.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国连锁商场市场分析与投资前景分析报告》共十三章。首先介绍了连锁商场行业市场发展环境、连锁商场整体运行态势等，接着分析了连锁商场行业市场运行的现状，然后介绍了连锁商场市场竞争格局。随后，报告对连锁商场做了重点企业经营状况分析，最后分析了连锁商场行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁商场产业有个系统的了解或者想投资连锁商场行业，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 2016-2020年世界连锁商场行业运行现状分析

第一节 2016-2020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 2016-2020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 2020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 2016-2020年中国连锁商场行业发展环境分析

第一节 2016-2020年中国经济环境发展分析

第二节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国连锁商场行业发展现状分析

第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国连锁商场行业市场分析

第一节 2016-2020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 2016-2020年中国连锁商场市场结构分析

第三节 2016-2020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、2016-2020年中国连锁商场差异化分析

第四节 2016-2020年中国连锁商场市场运行动态分析

第六章 2016-2020年中国连锁商场区域市场分析

第一节 东北地区

第二节 华东地区

第三节 华中地区

第四节 华北地区

第五节 西南地区

第六节 华南地区

第七章 2016-2020年中国连锁商场行业竞争状况分析

第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国连锁商场消费者偏好调查

第一节 2016-2020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 2016-2020年中国连锁商场行业竞争格局分析

第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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

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：2020年按业态分中国连锁商场企业基本情况

图表：2016-2020年中国连锁商场企业基本情况统计

图表：2016-2020年中国连锁商场企业门店总数增长趋势图

图表：2016-2020年中国连锁商场企业从业人员增长趋势图

图表：2016-2020年中国连锁商场企业营业面积增长趋势图

图表：2016-2020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/202207/311487.html>