

2022-2028年中国连锁超市 行业前景展望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年中国连锁超市行业前景展望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/202201/264644.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

连锁超市是指用连锁形式经营多家超市，实行统一进货、统一配送、统一管理，把超市和连锁经营的双重优势有机地结合起来，具有较强的竞争力，是超市普遍采取的形式。

连锁超市：是指经营同一类别的商品和售后服务的若干超市以一定的形式合并成统一的整体，通过企业外表形象的标准化、经营管理活动的专业化、组织人事规范化以及内部管理手段的现代化，做到使复杂的商业活动实现相对的简单化，从而达到规模效应。连锁超市在价格体系上实行低价格、低利润、高周转经营；在销售方式上采取开架售货，顾客自选的方式，适应大量消费、大量销售、大量流通的新型零售流通手段。这正是促进零售商业和流通机构、现代化、体系化的“流通革命”。我国超市卖场集中度低，CR5市场集中度较成熟市场有较大差距。2019年5月数据显示，我国超市行业CR5为26.7%，目前形成高鑫零售、华润万家、沃尔玛、永辉、家乐福5大CR5企业。对比世界成熟市场，超市行业具有较强的规模优势，高集中度为行业发展最终格局。对标海外成熟市场，爱尔兰、法国、英国等国家均出现高度集中的发展格局，CR5最高达89.4%。此外，细分业态中美国大卖场CR3为99%，其中沃尔玛以84.9%占据大卖场最高市场份额。我国超市行业发展时间短，从1980年国营菜场兴起至今，与美国等发达国家有50年的发展差距，市场竞争格局分散，行业集中度具有较高提升空间。我国CR5集中度低，市场竞争格局分散

横向对比国外超市市场集中度情况可以发现，美国前3超市所占市场份额达到79%，日本便利店CR3达到76%；对比之下，中国超市行业尽管达到3万亿左右的行业规模，但却鲜有收入超过千亿的公司，CR3不足10%，CR5也只达到27.6%左右。中国超市与美、日国家集中度对比分析

中企顾问网发布的《2022-2028年中国连锁超市行业前景展望与市场全景评估报告》共十五章。首先介绍了中国连锁超市行业市场发展环境、连锁超市整体运行态势等，接着分析了中国连锁超市行业市场运行的现状，然后介绍了连锁超市市场竞争格局。随后，报告对连锁超市做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国连锁超市行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁超市产业有个系统的了解或者想投资中国连锁超市行业，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 连锁超市行业发展概述第一节 行业概述一、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 行业经济指标分析一、赢利性二、成长速度三、附加值的提升空间四、进入壁垒/退出机制五、风险性六、行业周期第三节 连锁超市行业价值链分析一、连锁超市行业的价值链

二、与其他业态的区别三、连锁超市行业与百货业态对比分析四、连锁超市行业与连锁业态对比分析

第四节 2015-2019年行业发展现状分析一、现状分析二、存在问题分析三、问题成因及对策

第二章 2015-2019年中国连锁超市行业发展环境分析第一节 宏观经济环境分析一、国际宏观经济运行分析二、国内宏观经济运行分析三、十三五经济预测四、宏观经济对产业影响分析

第二节 连锁超市行业政策环境分析一、连锁超市行业的管理体制二、连锁超市行业主要政策内容1、超市行业主管部门及管理体制2、中国连锁超市行业相关政策3、连锁超市行业相关法律法规4、商务部研究出台新促进消费政策三、政策环境对行业的影响分析

第三节 连锁超市行业社会环境发展分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、中国城镇化率六、居民的各种消费观念和习惯1、2019年城镇居民家庭消费性支出分析2、2019年城镇居民家庭购买商品数量分析3、2019年中国零售行业发展情况4、2019年中国连锁经营产业发展情况七、社会环境对行业的影响分析1、城市化进程加快进步拓宽农村市场2、消费习惯的改变进步加速“农改超”3、新农村建设孕育巨大消费潜力4、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长5、基础设施完善及信息物流技术提高助力超市运营

第四节 技术环境

第三章 中国连锁超市所属行业发展总体分析第一节 国外连锁超市发展情况一、日本大型综合超市发展分析二、美国连锁超市发展分析三、法国超市网购业务分析

第二节 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

第四章 2015-2019年连锁超市所属行业总体发展状况第一节 中国连锁超市所属行业规模情况分析一、2015-2019年连锁超市行业开店规模二、2015-2019连锁超市行业关店规模

第二节 中国连锁超市所属行业产销情况分析一、连锁超市行业商品零售收入二、连锁超市行业商品零售净利润三、不同性质企业竞争分析四、外资连锁超市竞争布局分析五、内资连锁超市竞争布局分析六、其他业态参与竞争情况

第三节 中国连锁超市所属行业发展现状分析2018年部分超市的门店总资产情况一、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

第四节 中国连锁超市行业发展规模分析一、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、中国超市行业发展规模分析

第五节 中国连锁超市行业财务能力分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析

第五章 2015-2019年连锁超市经营模式分析第一节 连锁超市市场现状及预测一、2015-2019年我国连锁超市行业市场规模分析二、2022-2028年我国连锁超市行业规模预测

第二节 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三、生鲜产品销售是超市经营的重点

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 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五节 我国连锁零售业物流配送的现状与对策分析一、连锁超市物流的内涵二、我国连锁超市物流管理现状三、沃尔玛物流配送中心的成功经验四、构筑连锁超市的物流核心竞争力第六节 连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析一、连锁超市物流配送存在的问题二、影响连锁超市物流配送因素第七节 连锁超市物流配送策略分析一、连锁超市物流配送新方法二、连锁超市物流系统竞争力分析三、大型连锁超市中物流配送策略四、连锁超市的逆向物流管理 第六章 2019年连锁超市行业市场竞争格局分析第一节 连锁超市行业发展状况分析一、连锁超市行业发展阶段二、连锁超市行业发展总体概况三、连锁超市行业发展特点分析第二节 连锁超市行业发展现状一、连锁超市行业市场规模二、连锁超市行业发展分析三、连锁超市企业发展分析第三节 连锁超市服务市场分析一、连锁超市服务特色二、连锁超市服务市场规模及增速三、连锁超市服务市场前景预测 第七章 我国连锁超市所属行业运行现状分析第一节 2015-2019年连锁超市所属行业发展现状一、2015-2019年我国连锁超市行业市场规模二、2015-2019年我国连锁超市行业发展分析三、2015-2019年中国连锁超市企业发展分析第二节 2015-2019年连锁超市所属行业市场情况分析一、行业发展阶段二、发展热点回顾三、市场存在的问题及策略分析第三节 2015-2019年连锁超市所属行业消费市场分析一、消费特征分析二、消费需求趋势三、品牌市场消费结构 第八章 我国连锁超市行业重点区域分析第一节 华东地区行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第二节 华北地区行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第三节 东北地区行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第四节 华中地区行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第五节 华南地区行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第六节 西北地区行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第七节 西南地区行业分析一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析第八节 重点城市连锁超市运行状况一、北京1、行业经济环境2、发展现状3、发展特点二、上海1、行业经济环境2、发展现状3、发展特点三、深圳1、行业经济环境2、发展现状3、发展特点 第九章 2022-2028年连锁超市行业竞争形势及策略第一节 行业总体市场竞争状况分析一、连锁超市行业竞争结构分析1、现有企业间竞争2、潜在进入者分析3、替代品威胁分析4、供应商议价能力5、客户议价能力6、竞争结构特点总结二、连锁超市行业企业间竞争格局分析三、连锁超市行业集中度分析四、连锁超市行业SWOT分析第二节 中国连锁超市行业竞争格局综述一、连锁超市行业竞争概

况二、中国连锁超市行业竞争力分析三、中国连锁超市竞争力优势分析四、连锁超市行业主要企业竞争力分析

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第七节 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

第八节 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

第十章 连锁超市行业相关企业经营形势分析

第一节 沃尔玛一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第二节 家乐福一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第三节 麦德龙一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第四节 卜莲花有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第五节 华润一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第六节 华联一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第七节 苏果超市一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第八节 永辉一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第九节 步步高商业连锁股份有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第十节 英国TESCO集团一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业经营情况分析五、企业财务数据分析六、公司发展展望及策略

第十一章 2022-2028年连锁超市经营策略分析

第一节 国内外大型超市经营模式对比及启示一、国内外大型超市发展现状二、国内外大型超市经营模式对比三、本土大型超市发展的经营启示

第二节 2022-2028年连锁超市市场营销策略分析一、连锁超市赢利模式分析二、连锁超市价格策略分析三、连锁超市商品策略分析四、连锁超市促销策略分析五、连锁超市管理的策略分析六、建设乡镇连锁超市策略分析

第三节 2022-2028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

第四节 2022-2028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

第五节 中国连锁超市企业供应链管理对策一、连锁超市企业供应链管理存在问题二、连锁超市企业供应链管理对策

第六节 客户关系管理在零售超市服务中应用研究一、客户关系管理的内涵二、超市实施客户关系管理的必要性三、超市成功实施客户关系管理的策略

第十二章 2022-2028年连锁超市行业前景及趋势预测

第一节 2022-2028年连锁超市行业发展趋势分析一、2022-2028年连锁超市行业总体发展趋势分析二、2022-2028年连锁超市行业经营规模发展趋势三、2022-2028年连锁超市行业渠道发展趋势分析四、2022-2028年连锁超市行业业态发展趋势分析

第二节 2022-2028年连锁超市行业发展前景预测一、2022-2028年连锁超市行业饱和面积预测分析二、2022-2028年连锁超市行业市场容量预测分析

第三节 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

第四节 2022-2028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

第五节 全球化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四、超市价格的竞争趋势

第六节 后WTO时代超市发展趋势分析一、市场定位差别化二、经营规模化三、自有品牌化四、生鲜食品主导化五、物流配送快速化

第七节 2022-2028年中国连锁超市行业发展趋势一、连锁超市规模化二、连锁超市精细化三、连锁超市自有品牌化四、连锁超市产业链竞争激烈化五、连锁超市自主经营化六、连锁超市渠道下沉七、连锁超市以消费者为主导

第十三章 2022-2028年连锁超市行业投资机会与风险防范

第一节 连锁超市行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、连锁超市行业投资现状分析

第二节 连锁超市行业投资机会分析一、连锁超市投资项目分析二、可以投资的连锁超市模式三、2019年连锁超市投资机会

第三节 2022-2028年中国连锁超市行业发展预测分析一、未来连锁超市发展分析二、未来连锁超市行业技术开发方向

第四节 2022-2028年连锁超市行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范

第十四章 连锁超市行业发展战略研究

第一节 连锁超市行业发展战略研究一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划

第二节 对我国连锁超市品牌的战略思考一、连锁超市品牌的重要性二、连锁超市实施品牌战略的意义三、连锁超市企业品牌的现状分析四、我国连锁超市企业的品牌战略五、连锁超市品牌战略管理的策略六、国内外连锁超市品牌对比及策略建议

第三节 连锁超市经营策略分析一、连锁超市市场细分策

略二、连锁超市市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、连锁超市新产品差异化战略第四节 连锁超市行业投资战略研究一、2022-2028年连锁超市行业投资战略二、2022-2028年细分行业投资战略 第十五章 研究结论及发展建议（一）第一节 连锁超市行业研究结论及建议第二节 连锁超市子行业研究结论及建议第三节 连锁超市行业发展建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议（二）三、行业投资方式建议 图表目录：图表：中国国内生产总值及增长速度 图表：中国居民消费价格指数变化趋势图 图表：中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 图表：中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 图表：中国社会消费品零售总额及增长速度 图表：中国全社会固定资产投资增长趋势图 图表：限额以上零售业总额占社会消费品零售总额比例趋势图 图表：主要外资超市新开门店情况统计 图表：中国连锁百强中外资超市店铺增速及占比情况 图表：中国外资超市销售额及销售额占比情况 图表：中国连锁百强中超市企业销售额构成 图表：家乐福集团成长能力 图表：家乐福集团营运能力 图表：华润万家有限公司主营业务分行业情况 图表：华润万家有限公司盈利能力 图表：华润万家有限公司成长能力 图表：华润万家有限公司营运能力 图表：华联综超主营业务收入情况 图表：华联综超主营业务各地区情况 图表：华联综超经营状况统计 图表：华联综超主营业务分行业情况 图表：华联综超营业收入分地区情况 图表：华联综超成长能力更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/264644.html>