

2023-2029年中国连锁超市 行业发展趋势与发展前景报告

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

《2023-2029年中国连锁超市行业发展趋势与发展前景报告》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/202304/352605.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

目前中国本土连锁超市业发展迅速，但与国际上连锁巨头沃尔玛、家乐福等大型超市相比，中国的连锁超市尚处在成长阶段，中国的超市企业普遍规范化程度低，没有形成系统化的管理，难以实现规模效益，同时由于没有建立以信息系统为技术支持的物流配送体系，企业发展出现了诸多瓶颈。

目前中国累计已批准设立外商投资商业企业350多家，总投资为40多亿美元，分布在中国20个省市，其中国家正式批准的合营商业超市企业已达46家。全球50家最大的超市企业，已经有40多家在我国“抢滩登陆”。

未来的几年，连锁超市作为实体零售业需要根据消费者的消费习惯和消费方式的改变不断进行调整。尽管当前面临电商零售业的冲击，生存空间会受到一定程度的挤压，但超市行业历史悠久，基础完善，且市场刚性需求仍较大，有一定的抗风险能力，如果采用恰当的管理和经营策略，能够成功实现转型发展，开创一片新天地。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国连锁超市行业发展趋势与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 2022年中国连锁超市运行环境解析

第一节 中国宏观经济环境分析

第二节 中国节连锁超市政策环境分析

一、零售行业政策环境分析

二、商业特许经营管理条例

三、连锁超市门店管理规范

第三节 世界部分国家连锁超市发展经营借鉴

一、日本大型综合超市发展分析

二、泰国连锁超市发展分析

三、英国超市网购业务分析

四、美国连锁超市发展分析

第二章 2022-2023年中国零售业整体运行态势分析

第一节 2022-2023年中国零售业运行概况

一、零售业态分类和基本特点

二、中国零售业市场规模

三、中国连锁零售业数据分析

第二节 2022-2023年全国大型零售企业主要商品销售情况分析

一、我国消费市场基本情况

二、大型零售企业基本情况

三、外资零售企业中国发展情况

四、中国国际经济环境

五、零售业发展的新趋势

第三节 2022-2023年中国零售业发展中面临的挑战

第三章 2022-2023年中国连锁经营业运行形势分析

第一节 2022-2023年中国连锁经营概述

一、连锁经营发展历程演进

二、连锁经营条件分析

三、连锁经营新亮点分析

第二节 2022-2023年中国连锁经营经分行业分析

一、汽车后连锁经营市场分析

二、内衣连锁经营分析

三、手机零售商连锁经营分析

四、家纺床品连锁经营分析

第三节 2022-2023年中国连锁经营的策略分析

一、中国连锁经营企业营销分析

二、中国连锁业发展趋势分析

第四章 2022-2023年中国连锁超市运行新形势透分析

第一节 2022-2023年中国连锁超市市场分析综述

一、连锁超市进入壁垒分析

二、连锁超市的市场特点分析

三、连锁超市的通道费分析

四、超市消费者购买行为分析

五、连锁超市市场绩效分析

第二节 2022-2023年中国连锁超市市场剖析

一、连锁商业转变经营方式

二、超市自有品牌经营分析

三、连锁超市安防管理分析

四、连锁超市定价参照分析

五、中国连锁超市业发展趋势及机会分析

第三节 2022-2023年中国电子商务在连锁超市中的应用解析

一、连锁超市企业电子商务模式分析

二、连锁超市企业发展电子商务问题

三、连锁超市企业发展电子商务策略

第五章 2022-2023年中国连锁超市业物流运行探析

第一节 现代物流对连锁超市的影响

一、我国连锁超市的经营现状

二、我国连锁超市物流体系现状分析

三、我国超市业的物流管理现代化发展分析

第二节 2022-2023年中国连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析

一、我国零售连锁超市的配送现状

二、我国常用配送模式的分析

三、我国零售连锁超市的配送对策探讨

四、影响连锁超市物流配送因素分析

第三节 2022-2023年中国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 2022-2023年中国连锁超市区域市场运行动态分析

第一节 2022-2023年北京连锁超市运行分析

第二节 2022-2023年广东连锁超市市场透析

第三节 2022-2023年上海连锁超市市场分析

第四节 其他地区连锁超市发展分析

第七章 2022-2023年中国连锁超市业市场竞争新格局分析

第一节 2022-2023年中国零售商业竞争新态势的观察与分析

一、跨国商业资本战略竞争优势分析

二、零售业态的演化分析

三、我国零售商业连锁经营模式分析

第二节 2022-2023年中国零售业市场竞争分析

一、外资进入将加剧零售业竞争

二、零售业二、三线城市竞争分析

第三节 2022-2023年中国连锁超市竞争力分析

一、连锁超市的竞争优势

二、连锁超市核心竞争力分析

三、区域零售业竞争力的实证研究

第四节 2022-2023年中国连锁便利店竞争分析

一、中国主要便利店及其发展

二、连锁便利店的特点和优势

三、经营连锁便利店需要注意的问题

第五节 2023-2029年中国连锁超市业市场竞争趋势探析

第八章 2022-2023年跨国零售企业中国市场竞争分析

第一节 2022-2023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、我国应对跨国零售企业的策略分析

第二节 2022-2023年外资零售企业在中国市场的竞争与动态

一、外资零售企业竞争力分析

二、外资零售企业零售商业分析

三、外资零售企业对中国零售的影响分析

第九章 2022-2023年中国连锁超市竞争策略分析

第一节 本土超市应对外来竞争策略分析

- 一、价格领先
- 二、差异化竞争

第二节 提升我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势与劣势
- 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

第三节 超市合并扩张策略

- 一、成本对比首先受到重视
- 二、配送和跨区域服务能力面临考验
- 三、被抛弃的代理商

第四节 中小连锁超市的优劣势与对策

- 一、中小企业在组织上的特征分析
- 二、中小连锁超市的优劣势分析
- 三、中小超市企业发展中的对策

第十章 2019-2022年连锁超市国际主体企业在华市场运行分析

第一节 沃尔玛

- 一、公司概况
- 二、公司动态分析
- 三、公司在中国的政策性壁垒
- 四、公司市场再定位策略
- 五、沃尔玛激励经营策略

第二节 家乐福

- 一、公司概况
- 二、公司动态分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业未来发展战略分析

第三节 麦德龙

- 一、公司概况
- 二、公司经营理念

三、公司超市的基本特点

四、公司仓储式超市的营销策略

第四节 卜蜂莲花

一、公司概况

二、卜蜂莲花发展动态

三、卜蜂莲花发展前景

第十一章 2019-2022年中国连锁超市主体企业在华市场运营状况分析

第一节 华润万家

一、公司概况

二、公司动态分析

三、华润万家竞争力分析

四、企业未来发展战略分析

第二节 北京华联集团投资控股有限公司

一、公司基本情况概述

二、公司成长性分析

三、公司财务能力分析

四、公司偿债能力分析

五、公司现金流量分析表

六、公司经营能力分析

七、公司盈利能力分析

第三节 苏果超市

一、公司简介

二、公司经营之道

三、解读公司突出成就

四、公司经营情况分析

五、公司发展计划

第四节 步步高商业连锁股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 上海百联（集团）有限公司

一、公司基本情况概述

二、公司成长性分析

三、公司财务能力分析

四、公司偿债能力分析

五、公司现金流量分析表

六、公司经营能力分析

七、公司盈利能力分析

第十二章 2023-2029年中国连锁超市经营战略分析

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 2023-2029年中国连锁超市的营销策略分析

一、连锁超市赢利模式分析

二、中国连锁超市发展四策略

三、连锁超市管理的策略分析

四、建设乡镇连锁超市策略分析

第三节 2023-2029年中国连锁超市企业供应链管理对策

一、我国连锁超市供应链管理主要问题分析

二、我国连锁超市供应链管理对策分析

第四节 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分析

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分析

第五节 超市成功促销策略

一、超级市场的会员制促销

二、超级市场的折扣促销

三、超级市场的广告促销

四、超级市场的节日促销

五、超级市场的网络促销

第十三章 2023-2029年中国连锁超市业趋势预测分析

第一节 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029年中国农村连锁超市预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/352605.html>