

2024-2030年中国连锁商场 行业前景展望与发展前景报告

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

《2024-2030年中国连锁商场行业前景展望与发展前景报告》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/202311/420193.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《2024-2030年中国连锁商场行业前景展望与发展前景报告》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 连锁商场行业发展概述 第一节 行业界定 一、连锁商场行业定义及分类 二、连锁商场行业经济特性 三、连锁商场行业产业链简介 第二节 连锁商场行业发展成熟度 一、行业发展周期分析 二、行业中外市场成熟度对比 第三节 连锁商场行业相关产业动态 第二章 国内连锁商场行业品牌产品市场规模分析 第一节 连锁商场市场规模分析 第二节 我国连锁商场区域结构分析 第三节 连锁商场区域市场规模分析 一、东北地区市场规模分析 二、华北地区市场规模分析 三、华东地区市场规模分析 四、华中地区市场规模分析 五、华南地区市场规模分析 六、西部地区市场规模分析 第四节 连锁商场市场规模预测 第三章 中国连锁商场行业发展现状分析 第一节 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 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 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 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 第四章 国内连锁商场行业品牌需求与消费者偏好调查 第一节 连锁商场产量统计分析 第二节 连锁商场历年消费量统计分析 第三节 国内连锁商场行业品牌产品平均价格走势分析 第四节 连锁商场产品目标客户群体调查 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 第五节 连锁商场产品的品牌市场调查 一、消费者对连锁商场品牌认知度宏观调查 二、消费者对连锁商场产品的品牌偏好调查 三、消费者对连锁商场品牌的首要认知渠道 四、消费者经常购买的品牌调查 五、连锁商场品牌忠诚度调查 六、连锁商场品牌市场占有率调查 七、消费者的消费理念调研 第五章 中国连锁商场行业市场分析 第一节 中国连锁商场市场规模分析 一、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、中国连锁商场行业市场规模及增速预测 第二节 中国连锁商场市场结构分析 第三节 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、中国连锁商场差异化分析 中国连锁商场市场运行动态分析 第六章 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 中国重点连锁商场企业分析 第一节 王府井百货(集团)股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营与财务状况分析 三、企业竞争优势分析 四、企业未来发展战略与规划 第二节 银座集团股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营与财务状况分析 三、企业竞争优势分析 四、企业未来发展战略与规划 第三节 新世界百货中国有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营与财务状况分析 三、企业竞争优势分析 四、企业未来发展战略与规划 第四节 银泰百货(集团)有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营与财务状况分析 三、企业竞争优势分析 四、企业未来发展战略与规划 第五节 广百股份有限公司 一、企业基本概况 二、企业经营与财务状况分析 三、企业竞争优势分析 四、企业未来发展战略与规划 第八章 国内连锁商场行业品牌竞争格局分析 第一节 连锁商场行业历史竞争格局概况 一、连锁商场行业集中度分析 二、连锁商场行业竞争程度分析 第二节 连锁商场行业企业竞争状况分析 一、领导企业的市场力量 二、其他企业的竞争力 第三节 国内连锁商场行业品牌竞争格局展望 第八章 中国连锁商场业发展趋势分析 第一节 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 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 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 第九章国内连锁商场行业品牌发展预测 第一节连锁商场行业品牌市场财务数据预测 一、连锁商场行业品牌市场规模预测 二、连锁商场行业总产值预测 三、连锁商场行业利润总额预测 四、连锁商场行业总资产预测 第二节连锁商场行业供需预测 一、连锁商场产量预测 二、连锁商场需求预测 三、连锁商场供需平衡预测 五、主要连锁商场产品进出口预测 第三节连锁商场行业投资机会 一、连锁商场行业主要领域投资机会 二、连锁商场行业出口市场投资机会 三、连锁商场行业企业的多元化投资机会 第四节影响连锁商场行业发展的主要因素 一、影响连锁商场行业运行的有利因素分析 二、影响连锁商场行业运行的稳定因素分析 三、影响连锁商场行业运行的不利因素分析 四、我国连锁商场行业发展面临的挑战分析 五、我国连锁商场行业发展面临的机遇分析 第五节连锁商场行业投资风险及控制策略分析 一、连锁商场行业市场风险及控制策略 二、连锁商场行业政策风险及控制策略 三、连锁商场行业经营风险及控制策略 四、连锁商场行业技术风险及控制策略 五、连锁商场行业同业竞争风险及控制策略 六、连锁商场行业其他风险及控制策略 第十章国内连锁商场行业品牌投资价值与投资策略分析 第一节行业SWOT模型分析 一、优势分析 二、劣势分析 三、机会分析 四、风险分析 第二节连锁商场行业发展的PEST分析 一、政治和法律环境分析 二、经济发展环境分析 三、社会、文化与自然环境分析 四、技术发展环境分析 第三节连锁商场行业投资价值分析 一、连锁商场市场趋势总结 二、连锁商场发展趋势分析 三、连锁商场市场发展空间 四、连锁商场产业政策趋向 五、连锁商场技术革新趋势 六、连锁商场价格走势分析 第四节连锁商场行业投资风险分析 一、宏观调控风险 二、行业竞争风险 三、供需波动风险 四、技术创新风险 五、经营管理风险 六、其他风险 第五节连锁商场行业投资策略分析 一、重点投资品种分析 二、重点投资地区分析 三、项目投资建议 第十一章业内对国内连锁商场行业总结及企业经营战略建议 第一节连锁商场行业问题总结 第二节连锁商场行业企业的标杆管理 一、国内企业的经验借鉴 二、国外企业的经验借鉴 第三节连锁商场行业企业的资本运作模式 一、连锁商场行业企业国内资本市场的运作建议 二、连锁商场行业企业海外资本市场的运作建议 第四节连锁商场行业企业营销模式建议 一、连锁商场行业企业的国内营销模式建议 二、连锁商场行业企业海外营销模式建议 第五节连锁商场市场的重点客户战略实施 一、实施重点客户战略的必要性 二、合理确立重点客户 三、对重点客户的营销策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/420193.html>