2022-2028年中国商超行业 发展趋势与市场年度调研报告

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年中国商超行业发展趋势与市场年度调研报告》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/202201/261854.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

百货业增速创新低。2018年限额以上零售业单位中,超市、百货、专业店和专卖店四个业态增幅分别为6.8%/3.2%/6.2%/1.8%,我国百货业增长持续趋缓。中国90家百货行业骨干企业2018年销售额较2017年仅增长4.2%,增速创2014年以来新低。我国百货销售规模2018年我国各零售业态增速

中企顾问网发布的《2022-2028年中国商超行业发展趋势与市场年度调研报告》共十四章。首先介绍了中国商超行业市场发展环境、商超整体运行态势等,接着分析了中国商超行业市场运行的现状,然后介绍了商超市场竞争格局。随后,报告对商超做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国商超行业发展趋势与投资预测。您若想对商超产业有个系统的了解或者想投资中国商超行业,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 商超行业发展综述
- 第.一节 商超行业概述及分类
- 一、行业概述
- 二、行业主要产品分类
- 三、行业主要商业模式
- 第二节 商超行业特征分析
- 一、产业链分析
- 二、商超行业在国民经济中的地位
- 三、商超行业生命周期分析
- 1、行业生命周期理论基础
- 2、商超行业生命周期

第三节 商超行业经济指标分析

- 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
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析
- 第二章 2019年中国商超行业运行环境分析
- 第.一节 商超行业政治法律环境分析
- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、行业相关发展规划
- 第二节 商超行业经济环境分析
- 一、国际宏观经济形势分析
- 二、国内宏观经济形势分析
- 三、产业宏观经济环境分析
- 第三节 商超行业社会环境分析
- 一、商超产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、商超产业发展对社会发展的影响
- 第四节 商超行业技术环境分析
- 一、商超技术分析
- 二、商超技术发展水平
- 三、行业主要技术发展趋势
- 第三章 2019年中国商超所属行业运行分析
- 第.一节 商超行业发展状况分析
- 一、商超行业发展阶段
- 二、商超行业发展总体概况
- 三、商超行业发展特点分析
- 第二节 商超行业发展现状
- 一、商超行业市场规模
- 二、商超行业发展分析

- 三、商超企业发展分析
- 第三节 区域市场分析
- 一、区域市场分布总体情况
- 二、重点省市市场分析

第四节 商超细分产品/服务市场分析

- 一、细分产品/服务特色
- 二、细分产品/服务市场规模及增速
- 三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 商超产品/服务价格分析

- 一、商超价格走势
- 二、影响商超价格的关键因素分析
- 1、成本
- 2、供需情况
- 3、关联产品
- 4、其他
- 三、2015-2019年商超产品/服务价格变化趋势
- 四、主要商超企业价位及价格策略

第四章 2019年中国商超所属行业整体运行指标分析

- 第.一节 商超所属行业总体规模分析
- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 商超所属行业产销情况分析

- 一、商超所属行业工业总产值
- 二、商超所属行业工业销售产值
- 三、商超所属行业产销率

第三节 商超所属行业财务指标总体分析

- 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 2019年中国商超行业供需形势分析

- 第.一节 商超行业供给分析
- 一、商超行业供给分析
- 二、2015-2019年商超行业供给变化趋势
- 三、商超行业区域供给分析
- 第二节 商超行业需求情况
- 一、商超行业需求市场
- 二、商超行业客户结构
- 三、商超行业需求的地区差异
- 第三节 商超市场应用及需求预测
- 一、商超应用市场总体需求分析
- 1、商超应用市场需求特征
- 2、商超应用市场需求总规模
- 二、2022-2028年商超行业领域需求量预测
- 1、2022-2028年商超行业领域需求产品/服务功能预测
- 2、2022-2028年商超行业领域需求产品/服务市场格局预测
- 三、重点行业商超产品/服务需求分析预测

第六章 2019年中国商超行业产业结构分析

- 第.一节 商超产业结构分析
- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析
- 第二节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
- 一、产业价值链条的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

- 三、中国商超行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第七章 2019年中国商超行业产业链分析

- 第.一节 商超行业产业链分析
- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 第二节 商超上游行业分析
- 一、商超产品成本构成
- 二、上游行业发展现状
- 三、2015-2019年上游行业发展趋势
- 四、上游供给对商超行业的影响
- 第三节 商超下游行业分析
- 一、商超下游行业分布
- 二、下游行业发展现状
- 三、2015-2019年下游行业发展趋势
- 四、下游需求对商超行业的影响

第八章 2019年中国商超行业渠道分析及策略

- 第.一节 商超行业渠道分析
- 一、渠道形式及对比
- 二、各类渠道对商超行业的影响
- 三、主要商超企业渠道策略研究
- 四、各区域主要代理商情况
- 第二节 商超行业用户分析
- 一、用户需求特点分析
- 二、用户购买途径分析
- 第三节 商超行业营销策略分析
- 一、中国商超营销概况
- 二、商超营销策略探讨
- 三、商超营销发展趋势

第九章 2019年中国商超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、商超行业竞争结构分析
- 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、商超行业企业间竞争格局分析
- 三、商超行业集中度分析
- 四、商超行业SWOT分析
- 第二节 商超行业竞争格局综述
- 一、商超行业竞争概况
- 1、中国商超行业竞争格局
- 2、商超行业未来竞争格局和特点
- 3、商超市场进入及竞争对手分析
- 二、中国商超行业竞争力分析
- 1、中国商超行业竞争力剖析
- 2、中国商超企业市场竞争的优势
- 3、国内商超企业竞争能力提升途径
- 三、商超市场竞争策略分析

第十章商超主要企业发展概述

- 第.一节 A公司
- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划
- 第二节 B公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划
- 第三节 C公司
- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划
- 第四节 D公司
- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划
- 第五节 E公司
- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划
- 第六节 F公司
- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第十一章 2022-2028年中国商超行业投资前景分析

第.一节 商超市场发展前景

- 一、商超市场发展潜力
- 二、商超市场发展前景展望
- 三、商超细分行业发展前景分析
- 第二节 商超市场发展趋势预测
- 一、商超行业发展趋势
- 二、商超市场规模预测

超市规模保持增长,实体商超仍有空间。2015年我国实体商超规模2.9万亿元,同增4.1%,其中,大卖场/标超/便利店规模为0.7/2.1/0.06万亿元,同增5.2%/3.5%/7.6%。预计2020年我国实体商超规模约3.3万亿元,2015-2020CAGR2.4%,其中,大卖场/标超/便利店规模为0.8/2.3/0.08万亿元。2015年我国线上商超规模2119亿元,渗透率6.8%,预计2020年我国线上商超规模约5160亿元,2015-2020 CAGR 19.4%,渗透率提升至13.6%。从增量角度来看,2015-2020年我国商超总体规模增加6777亿元,其中实体商超增加3736亿元,贡献55.1%,线上商超增加3041亿元,贡献44.9%。我国商超规模及预测

- 三、商超行业应用趋势预测
- 四、2022-2028年细分市场发展趋势预测
- 第三节 商超行业供需预测
- 一、商超行业供给预测
- 二、商超行业需求预测
- 三、商超供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年中国商超行业投资机会与风险分析

- 第.一节 商超行业投融资情况
- 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
- 第二节 商超行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第三节 商超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

第十三章 2022-2028年中国商超行业投资战略研究

- 第.一节 商超行业发展战略研究
- 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
- 第二节 商超新产品差异化战略
- 一、商超行业投资战略研究
- 二、商超行业投资战略
- 三、商超行业投资战略
- 四、细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议()

第.一节 商超行业研究结论

第二节 商超行业投资价值评估

第三节 商超行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录:

图表:2019年中国商超行业市场规模

图表:2019年中国商超市场占全球份额比较

图表:2019年中国商超行业重要数据指标比较

图表:2019年中国商超行业集中度

图表:2019年中国商超行业销售收入

图表:2019年中国商超行业利润总额

图表:2019年中国商超行业资产总计

图表:2019年中国商超行业负债总计

图表:2019年中国商超市场价格走势

图表:2019年中国商超行业竞争力分析

图表:2019年中国商超行业工业总产值

图表:2019年中国商超行业主营业务收入

图表:2019年中国商超行业主营业务成本

图表:2019年中国商超行业销售费用分析

图表:2019年中国商超行业管理费用分析

图表:2019年中国商超行业财务费用分析

图表:2019年中国商超行业销售毛利率分析

图表:2019年中国商超行业销售利润率分析

图表:2019年中国商超行业成本费用利润率分析

图表:2019年中国商超行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问:http://www.cction.com/report/202201/261854.html