

2023-2029年中国超市行业 发展趋势与投资方向研究报告

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年中国超市行业发展趋势与投资方向研究报告》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/202211/325598.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

超市一般是指商品开放陈列、顾客自我选购、排队收银结算，以经营生鲜食品水果、日杂用品为主的商店。一种消费者自助选购、统一收银结算的零售企业。在中国，超级市场被引入于1978年，当时称作自选商场。

超级市场一般经销食品和日用品为主，其特点主要是，薄利多销，基本上不设售货员经营中低档商品；商品采用小包装、标明分量、规格和价格；备有小车或货筐、顾客自选商品；出门一次结算付款。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国超市行业发展趋势与投资方向研究报告》共十二章。首先介绍了超市行业市场发展环境、超市整体运行态势等，接着分析了超市行业市场运行的现状，然后介绍了超市市场竞争格局。随后，报告对超市做了重点企业经营状况分析，最后分析了超市行业发展趋势与投资预测。您若想对超市产业有个系统的了解或者想投资超市行业，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 超市行业概况及特性分析

第一节 零售行业相关概述

一、零售行业相关概况

（一）零售行业的定义

（二）零售贸易的特征

（三）零售业演变历程

二、零售业准入条件概述

（一）注册登记条件

（二）资金投入条件

（三）技术设备条件

三、零售业的业态概述

（一）零售业态划分标准

（二）零售业态发展规律

(三) 有店零售业态概述

(四) 无店零售业态概述

第二节 超市基本情况概述

一、超市的定义

二、超市发展历程

三、超市特征分析

四、超市业态分析

第三节 超市商品布置技巧概述

一、超市商品组合策略

二、超市商品陈列技巧

三、超市陈列注意事项

第四节 超市商品分类原则概述

一、大分类的分类原则

二、中分类的分类原则

三、小分类的分类原则

第五节 超市与各业态对比分析

一、各业态盈利模式比较

二、超市与百货业态比较

三、超市与家电连锁比较

第二章 中国超市行业发展态势分析

第一节 中国零售行业经营现状

一、中国零售业发展现状分析

二、2022年中国零售业发展特点

三、中国商品零售总额情况分析

四、中国零售行业发展规模分析

(一) 企业数量结构分析

(二) 人员规模状况分析

(三) 商品购进销售库存

(四) 零售营业面积分析

(五) 行业营业收入分析

(六) 行业营业成本分析

（七）行业营业利润分析

第二节 中国超市行业发展情况

- 一、中国超市市场发展历程概述
- 二、中国超市行业发展特点分析
- 三、中国超市行业经营模式分析
- 四、中国超市行业增长对比分析
- 五、中国超市行业兼并整合趋势
- 六、外资超市的发展进入调整期
- 七、中国超市业态立体化发展
- 八、2022年中国超市行业运行分析

第三节 外资超市在中国发展状况分析

- 一、外资超市在中国发展历程
- 二、外资超市的扩张特点分析
- 三、外资超市业态多元化趋势
- 四、外资超市入华必然性分析
- 五、外资超市的扩张障碍分析

第四节 中国连锁超市发展概况

- 一、连锁超市业处于快速成长期
- 二、连锁超市自有品牌发展分析
- 三、连锁超市供应链的管理现状
- 四、连锁超市行业市场区隔分析
- 五、连锁超市行业渠道渗透分析
- 六、连锁超市企业扩张模式分析

第五节 中国超市行业的发展问题分析

- 一、超市行业的主要问题分析
- 二、中国中小超市面临的困境
- 三、国内超市较国外差距分析
 - （一）国内超市与国外的差距
 - （二）国内连锁超市发展对策

第六节 中国超市行业的发展对策分析

- 一、超市业做大做强措施分析
- 二、中小型超市发展对策分析

- 三、超市业态延伸策略的建议
- 四、超市行业可持续发展建议
- 五、超市顾客满意度提升策略
- 六、社区超市的发展策略分析
- 七、零售商实施品类优化管理
- 八、超市精细化管理策略分析

第三章 中国超市行业整体运行分析

- 第一节 超市门店数量统计
- 第二节 超市从业人数统计
- 第三节 超市销售规模统计
- 第四节 超市营业面积统计

第四章 中国超市行业供需分析

第一节 供给分析

- 一、中国连锁百强企业排行榜
- 二、中国快速消费品连锁百强企业排行榜
- 三、超市销售品类结构

第二节 需求分析

一、超市行业需求市场

- (一) 全社会消费品零售总额
- (二) 城乡居民收入增长分析
- (三) 居民消费价格变化分析

二、居民消费情况分析

- (一) 城镇居民消费情况分析
- (二) 农村居民消费情况分析

三、超市行业需求的地区差异

四、超市对需求具有相关性产品的定价策略

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

- 一、超市行业的供应预测
- 二、超市行业的需求预测
- 三、供求平衡分析

四、多元化消费需求为经济增长提供稳定动力

第四节 超市消费者购买行为分析

第五节 2023-2029年中国超市行业销售规模预测

第五章 中国超市行业产业链分析

第一节 行业集中度

第二节 行业的盈利模式

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

第四节 上下游行业影响及趋势分析

第五节 沃尔玛超市产业链整合及其对我国连锁超市的启示

一、沃尔玛超市产业链整合的发展

二、沃尔玛产业链整合成功的关键

三、比较分析国内连锁超市产业链整合中存在的问题

四、沃尔玛产业链整合对我国大型连锁超市的启示

第六节 产业链竞争激烈趋势

第六章 中国超市市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、供应商议价能力

二、购买者议价能力

三、新进入者的威胁

四、替代品威胁分析

五、同业竞争者分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 超市行业竞争格局分析

一、超市行业竞争分析

二、国内外超市竞争分析

三、中国超市市场竞争分析

四、中国超市市场集中度分析

第七章 中国超市行业竞争态势分析

第一节 中国超市业核心竞争力分析

一、超市竞争力打造

二、供应链管理分析

三、消费者需求导向

第二节 中国超市行业竞争现状分析

一、中国高端超市SWOT分析

二、农村连锁超市竞争力分析

三、中外资超市竞争现状分析

第三节 中外资超市经营模式对比分析

一、市场调查的对比

二、店面及购物环境

三、联营区建设分析

四、自有品牌的发展

五、消费者服务差异

六、员工政策及福利

第四节 中国超市行业竞争策略分析

一、连锁超市竞争策略分析

二、农村超市竞争战略选择

三、中国超市定价策略分析

四、中资超市应对外资策略

第八章 中国超市行业主要企业排名与细分业态分析

第一节 中国超市行业主要上市企业

第二节 中国超市行业产业结构分析

一、市场细分成为行业发展方向

二、超市细分领域的差异化

三、领先企业的结构分析

第三节 中国超市行业细分业态经营分析

一、便利店经营分析

二、超市经营分析

三、大型超市经营分析

第四节 中国连锁便利店竞争格局分析

一、便利店业竞争激烈

二、便利店业竞争策略

第九章 中国超市重点企业经营情况分析

第一节 永辉超市股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第二节 王府井集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第三节 联华超市股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业发展战略分析

第四节 北京京客隆商业集团股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第五节 天虹商场股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第六节 新华都购物广场股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第七节 步步高商业连锁股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第八节 中百控股集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第九节 北京华联综合超市股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第十节 家家悦集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业门店分布情况

五、企业竞争优势分析

第十章 2023-2029年中国超市行业发展前景及趋势分析

第一节 2023-2029年中国超市行业发展前景分析

一、零售环节优越性

二、超市管理的优势

三、统计工作优越性

四、零售工作巧妙化

五、消费平台人性化

六、超市设备智能化

第二节 2023-2029年中国超市物流配送发展趋势

一、冷冻生鲜的配送

二、引入第三方物流

三、信息技术的应用

四、超市物流专业化

第三节 2023-2029年中国超市行业发展趋势分析

一、农超对接普及化

二、网上超市主流化

三、超市品牌系列化

四、市场定位差别化

五、中外竞技普遍化

六、投资主体多元化

第十一章 2023-2029年中国超市行业投资可行性分析

第一节 2023-2029年中国超市行业投资潜力分析

一、超市行业投资机会分析

二、信息化助推零售业发展

三、农村超市投资潜力分析

第二节 2023-2029年中国超市行业投资环境分析

一、政策助推超市行业的发展

二、收入分配改革助行业增长

三、物流业振兴促产业链整合

第十二章 2023-2029年中国超市行业投资策略分析

第一节 网点开发流程与标准化相结合

一、完善网点开发流程

二、强化标准化运作

三、推行成本绩效制

第二节 网点规模要与市场需求相适宜

一、认清目标市场

二、分析竞争对手

三、严密销售预测

第三节 网点投资要与市场环境相适宜

一、租金方式多元化

二、交接条件最优化

三、装潢标准层级化

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202211/325598.html>