

2024-2030年中国超市产业 发展现状与前景趋势报告

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年中国超市产业发展现状与前景趋势报告》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/202312/431037.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年中国超市产业发展现状与前景趋势报告》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，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 超市行业发展概述 1 第一节 行业概述 1 一、超市行业界定 1 二、超市业态分类 1 三、超市发展阶段 1 第二节 行业经济指标分析 2 一、赢利性 2 二、成长速度 3 三、附加值的提升空间 3 四、进入壁垒 3 五、风险性 3 六、行业周期 4 第三节 超市产业链上下游关联性分析 4 一、上游供应商的关联性  4 二、下游消费者的关联性  4

第四节 行业发展现状分析 4

一、现状分析 4

二、存在问题分析 5

三、发展对策分析 6

第二章 2016-2020年中国超市行业发展环境分析 7

第一节 宏观经济环境分析 7

一、国际宏观经济运行分析 7

二、国内宏观经济运行分析 7

三、宏观经济对产业影响分析 10

第二节 超市行业政策环境分析 11

一、超市行业的管理体制 11

二、超市行业主要政策内容 11

三、政策环境对行业的影响分析 14

第三节 超市行业社会环境发展分析 15

一、人口环境分析 15

二、城镇化率分析 15

三、居民收入分析 16

四、城市层级分析 17

五、居民的各种消费观念和习惯 19

六、社会环境对行业的影响分析 19

第四节 技术环境 19

第三章 2016-2020年超市行业总体发展情况分析 21

第一节 中国超市行业规模情况分析	21
一、2016-2020年超市行业开店规模	21
二、2016-2020年超市行业关店规模	26
第二节 中国超市行业市场现状分析	28
一、超市行业市场规模	28
二、外资超市竞争布局分析	29
三、内资超市竞争布局分析	31
第三节 中国超市行业财务能力分析	46
一、行业盈利能力分析	46
二、行业偿债能力分析	47
三、行业营运能力分析	47
四、行业发展能力分析	48
第四章 2016-2020年超市行业经营模式分析	49
第一节 超市行业组织形式分析	49
一、直营连锁模式分析	49
二、特许经营连锁模式分析	49
三、自由连锁模式分析	49
第二节 超市行业销售模式分析	50
一、自营模式分析	50
二、联营模式分析	50
三、出租模式分析	50
第三节 超市行业盈利模式分析	50
第四节 超市行业采购、配送模式分析	51
一、配送模式	51
二、采购模式	51
第五章 2019-2020年超市行业市场动态分析	52
第一节 2019年超市行业市场重点动态分析	52
一、新品牌抢滩广深	52
二、行业掀起收并购热潮，两大外资巨头正式“卖身”	52
三、外资超市陆续撤退，Costco、ALDI逆势杀入	53
四、加速靠近消费者，新品牌“接地气”	54
五、重新聚焦超市主营业务：改造门店、加码全渠道、发力供应链	55

六、生鲜新零售加速洗牌，超市陆续“退场”；55

第二节 2020年超市行业市场重点动态分析 56

一、疫情倒逼超市创新，线上业务迎来爆发 56

二、吸纳临时歇业员工解决“用工荒”；57

三、发起“最后一公里”进攻 57

四、试水线上直播“卖货”；58

五、外资超市的“进”与“退”；59

六、超市新品牌继续瞄准社区生意 60

第六章 我国超市行业运行现状分析 61

第一节 2016-2020年超市行业发展特征 61

一、2016-2020年我国超市行业发展分析 61

二、2016-2020年中国超市企业发展分析 63

第二节 2016-2020年超市市场特征分析 63

一、超市迭代创新速度加快 63

二、社区化+生鲜化 65

三、供应链与数字化 67

第三节 2016-2020年超市行业到家模式探讨分析 70

一、到家模式发展背景 70

二、到家模式是否为纯互联网逻辑 72

三、到家最优模式探讨 75

四、自营或是平台探讨 76

第七章 我国超市行业重点区域分析 78

第一节 2016-2020年东北地区超市行业发展分析 78

一、黑龙江省超市行业发展分析 78

二、吉林省超市行业发展分析 79

三、辽宁省超市行业发展分析 80

第二节 2016-2020年华东地区超市行业发展分析 81

一、北京超市行业发展分析 81

二、天津市超市行业发展分析 81

三、河北省超市行业发展分析 82

第三节 2016-2020年华中地区超市行业发展分析 83

一、河南省超市行业发展分析 83

二、湖北省超市行业发展分析	84
三、湖南省超市行业发展分析	85
第四节 2016-2020年华东地区超市行业发展分析	86
一、上海市超市行业发展分析	86
二、浙江省超市行业发展分析	87
三、山东省超市行业发展分析	88
四、安徽省超市行业发展分析	89
五、江西省超市行业发展分析	90
六、福建省超市行业发展分析	91
第五节 2016-2020年华南地区超市行业发展分析	92
一、广东省超市行业发展分析	92
二、广西省超市行业发展分析	93
第六节 2016-2020年西南地区超市行业发展分析	94
一、四川省超市行业发展分析	94
二、重庆市超市行业发展分析	95
第七节 2016-2020年西北地区超市行业发展分析	96
一、宁夏超市行业发展分析	96
二、陕西省超市行业发展分析	97
三、甘肃省超市行业发展分析	98
第八章 中国超市细分产品分析	100
第一节 便利店	100
一、便利店市场发展分析	100
二、便利店市场规模分析	101
三、便利店市场背景分析	102
四、市场发展趋势分析	104
第二节 生鲜食品超级市场	108
一、生鲜品市场发展分析	108
二、生鲜品类受电商冲击最小	109
三、生鲜产业链分析	110
四、生鲜品超级市场分析	111
第三节 大卖场市场	113
一、大卖场市场发展分析	113

二、大卖场市场竞争格局分析	114
第九章 2020-2026年超市行业竞争形势及策略	116
第一节 行业总体市场竞争状况分析	116
一、超市行业企业间竞争格局分析	116
二、超市行业集中度分析	116
三、超市行业SWOT分析	117
第二节 中国超市行业进入壁垒分析	117
一、超市行业品牌壁垒 	117
二、超市行业规模壁垒 	117
三、超市行业门店网络壁垒 	118
四、超市行业人才壁垒 	118
第三节 超市市场竞争格局总结	118
一、提高超市企业竞争力的有力措施	118
二、超市提高核心竞争力的建议	119
第十章 超市行业相关企业经营形势分析	121
第一节 高鑫	121
一、企业发展概况	121
二、运营状况分析	121
三、企业竞争优势分析	122
四、发展战略与规划	122
第二节 红旗连锁	122
一、企业发展概况	122
二、运营状况分析	123
三、企业竞争优势分析	126
四、发展战略与规划	128
第三节 永辉	128
一、企业发展概况	128
二、运营状况分析	128
三、企业竞争优势分析	134
四、发展战略与规划	134
第四节 华联综超	136
一、企业发展概况	136

- 二、运营状况分析 136
- 三、企业竞争优势分析 138
- 四、发展战略与规划 139
- 第五节 家家悦 139
 - 一、企业发展概况 139
 - 二、运营状况分析 139
 - 三、企业竞争优势分析 142
 - 四、发展战略与规划 142
- 第六节 中百集团 143
 - 一、企业发展概况 143
 - 二、运营状况分析 143
 - 三、企业竞争优势分析 147
 - 四、发展战略与规划 148
- 第七节 联华超市 148
 - 一、企业发展概况 148
 - 二、运营状况分析 148
 - 三、企业竞争优势分析 150
 - 四、发展战略与规划 151
- 第八节 人人乐 151
 - 一、企业发展概况 151
 - 二、运营状况分析 152
 - 三、企业竞争优势分析 155
 - 四、发展战略与规划 156
- 第九节 步步高 158
 - 一、企业发展概况 158
 - 二、运营状况分析 158
 - 三、企业竞争优势分析 162
 - 四、发展战略与规划 164
- 第十节 三江购物 164
 - 一、企业发展概况 164
 - 二、运营状况分析 164
 - 三、企业竞争优势分析 167

四、发展战略与规划 168

第十一章 2020-2026年超市行业前景及趋势预测分析 169

第一节 2020-2026年超市行业发展趋势预测 169

一、2020-2026年超市行业总体发展趋势预测 169

二、2020-2026年超市行业渠道发展趋势预测 169

三、2020-2026年超市行业业态发展趋势预测 170

第二节 2020-2026年超市行业市场容量预测分析 170

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势预测分析 170

一、市场整合成长趋势预测分析 170

二、影响企业销售与服务方式的关键趋势预测分析 171

三、影响企业转变发展方式的关键因素 171

第十二章 2020-2026年超市行业投资机会与风险防范 173

第一节 超市行业投资机会分析 173

一、超市投资项目分析 173

二、可以投资的超市模式 173

三、2020年超市投资机会 173

第二节 2020-2026年中国超市行业发展预测分析 174

一、未来超市发展分析 174

二、未来超市行业技术开发方向 174

第三节 2020-2026年超市行业投资风险及防范 174

一、经营商品的安全质量风险 174

二、购物方式变化引致的风险 175

三、租赁物业到期不能续约以及租金上涨的风险 175

四、宏观经济波动风险及防范 175

五、市场竞争风险及防范 176

第十三章 超市行业发展战略研究 177

第一节 超市行业发展战略研究 177

一、战略综合规划 177

二、技术开发战略 180

三、区域战略规划 180

四、产业战略规划 181

五、营销品牌战略 181

六、竞争战略规划	181
第二节 对我国超市品牌的战略思考	183
一、超市实施品牌战略的意义	183
二、我国超市企业的品牌战略	183
三、超市品牌战略管理的策略	184
第三节 超市经营策略分析	184
一、超市市场细分策略	184
二、超市市场区域发展策略	185
三、品牌定位与品类规划	185
四、超市新产品差异化战略	185
第四节 超市行业投资战略研究	186
第十四章 研究结论及发展建议	187
第一节 超市行业研究结论及建议	187
第二节 超市子行业研究结论及建议	187
第三节 超市行业发展建议	188
一、行业发展策略建议	188
二、行业投资方向建议	188
三、行业投资方式建议	189

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431037.html>