

2022-2028年中国连锁超市 行业发展态势与市场供需预测报告

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年中国连锁超市行业发展态势与市场供需预测报告》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/202201/264640.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

连锁超市是指用连锁形式经营多家超市，实行统一进货、统一配送、统一管理，把超市和连锁经营的双重优势有机地结合起来，具有较强的竞争力，是超市普遍采取的形式。

连锁超市：是指经营同一类别的商品和售后服务的若干超市以一定的形式合并成统一的整体，通过企业外表形象的标准化、经营管理活动的专业化、组织人事规范化以及内部管理手段的现代化，做到使复杂的商业活动实现相对的简单化，从而达到规模效应。连锁超市在价格体系上实行低价格、低利润、高周转经营；在销售方式上采取开架售货，顾客自选的方式，适应大量消费、大量销售、大量流通的新型零售流通手段。这正是促进零售商业和流通机构、现代化、体系化的“流通革命”。现如今，连锁超市逐步开始采用全渠道零售模式。传统零售方式的没落是必然。家乐福中国“卖身”苏宁估值仅为60亿元。发市场热议。家乐福主营大型综合超市业务于1995正式进入中国大陆市场，最早一批在国内开展业务的外资零售企业之一。自2017年起，市场不断传出家乐福有意出售中国业务传闻。其实，公司经营下滑早已显现，从2010年起家乐福中国收入已出现下滑。2013年-2018年，公司以先后合计关闭40余家门店。家乐福为代表的传统零售渠道，在面对消费需求升级和电商等新业态冲击时无招架之力。从家乐福在国内经营分析，收入包含前台收入（产品采销价差）外，以及向供应商收取高额入场费等后台费用。供应商支付大量后台费用收入导致公司以供给角度出发。近年来此类海外超市品牌退出中国的不仅此一家，家乐福等品牌退出中国市场并不是偶然，而是时代变化中以旧有“供给”推动的零售模式已经严重了远离当前发展的时钟，因此而遭遇淘汰。当前在人口增速放缓、经济结构转型的情形下，躺着赚钱的年代早已远去，洞察消费需求、及时捕捉消费需求，在当前尤为重要。传统零售无法捕捉消费者需求，未来行业必将向新业态、新模式发展。产品结构需求匹配是业态重新构建的出发点。坪效是衡量超市、卖场重要指标，单位面积的营收代表了企业经营活力。生活服务中心是基于年龄和地域划分消费人群后，以消费频次对产品结构进行细分，将具有共性的产品重新排列组合的场景。产品结构和消费需求的匹配是业态建立重要基础。近年来，在传统大卖场中空调、冰箱等家电销售额情逐年下降。根据以上“人货场”分析，大卖场中大型家电销售额下降正式由于大型家电消费者更新速度慢，属于购买频次低的购买需求，与高频次的大卖场消费场景中不匹配所致。“混搭”的产品结构，是传统超市、卖场坪效低的重要因素之一。产品结构需求匹配是业态重新构建的出发点。生活服务中心VS传统超市、大卖场 - 生活服务中心 传统超市、大卖场 出发点 顾客需求 门店特征 高效率、性价比的中高频次的消费场景 单店面积大位于人口密集商圈 产品结构 高效率、性价比的中高频次产品 物美价廉产品

我国超市业态发展在区域分布不完善，航母构架下超市在原有门店、供应链支撑下快速发展完善各场景的覆盖。业态矩阵完善，消费者覆盖范围扩大，门店快速扩张带动市场份额提升，行业集中度提升。利用品牌优势，强覆盖社区空白领域提升坪效。超市转型生活服务中心业态后，根据覆盖面积也可划分为区域生活服务中心、次区域生活服务中心及社区生活服务中心。相比一般社区夫妻店，社区生活服务中心品牌质量更有保证，具备更良好口碑和信誉，降维发展社区市场具备较强的品牌优势。传统商超以次区域为主，对近消费者的社区覆盖较少。社区生活服务中心可有效填补社区空白市场，同时，由于社区店SKU精简、采购方便、能满足消费者基本生活需要，客流量和坪效相较于传统超市有明显优势。生活服务中心下沉社区覆盖最后一公里消费者，能填补市场空白并提升门店坪效。2018年不同业态超市坪效对比

我国超市卖场集中度低，CR5市场集中度较成熟市场有较大差距。2019年5月数据显示，我国超市行业CR5为26.7%，目前形成高鑫零售、华润万家、沃尔玛、永辉、家乐福5大CR5企业。对比世界成熟市场，超市行业具有较强的规模优势，高集中度为行业发展最终格局。对标海外成熟市场，爱尔兰、法国、英国等国家均出现高度集中的发展格局，CR5最高达89.4%。此外，细分业态中美国大卖场CR3为99%，其中沃尔玛以84.9%占据大卖场最高市场份额。我国超市行业发展时间短，从1980年国营菜场兴起至今，与美国等发达国家有50年的发展差距，市场竞争格局分散，行业集中度具有较高提升空间。我国超市行业CR5集中度仍有提升空间

中企顾问网发布的《2022-2028年中国连锁超市行业发展态势与市场供需预测报告》共十七章。首先介绍了中国连锁超市行业市场发展环境、连锁超市整体运行态势等，接着分析了中国连锁超市行业市场运行的现状，然后介绍了连锁超市市场竞争格局。随后，报告对连锁超市做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国连锁超市行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁超市产业有个系统的了解或者想投资中国连锁超市行业，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 中国零售业发展分析第一节 中国零售业发展概况一、零售业态定义二、零售业态分类和基本特点三、中国零售业市场规模第二节 我国商业零售业发展分析一、2019年年零售行业发展态势二、2015-2019年中国零售业发展态势三、我国商业零售业发展存在问题四、我国商业零售业发展策略第三节 零售业市场竞争分析一、中国零售民企竞争发展状况二、本土零售企业优劣势分析三、中国零售业竞争格局四、2019年中国区域零售业竞争格局五、我国零售业竞争战略第四节 零售业发展趋势分析一、零售业公司品牌化趋势二、零售业发展趋势分析三、零售业发展趋向分析 第二章 中国连锁经营发展分析第一节 中国连锁经营发展概况一、连锁经

营定义二、连锁经营发展历程三、连锁经营特点四、连锁经营条件分析五、连锁经营分类

第二节 中国连锁经营分析一、连锁经营困惑分析二、创业者加盟连锁困惑分析三、中国连锁经营沿革情况四、连锁经营市场机会分析五、连锁经营基本内容六、连锁经营四化管理七、连锁经营特征八、连锁经营条件九、中国连锁经营现状十、2019年中国连锁业发展趋向

第三节 中国连锁经营人才策略分析一、连锁经营人才状况分析二、连锁企业人才流失原因分析三、连锁企业人才战略

第三章 中国连锁超市发展分析

第一节 中国连锁超市市场分析一、超市消费者购买行为分析二、连锁超市市场绩效分析三、连锁超市进入农村市场优势分析

第二节 连锁超市发展现状分析一、零售连锁行业发展状况二、2019年零售连锁行业发展分析三、连锁超市发展差异分析四、2019年我国连锁超市发展方向分析

第三节 电子商务在连锁超市中的应用一、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

第四节 我国连锁超市存在问题及发展策略一、超市和连锁超市含义二、我国连锁超市发展中存在问题三、我国连锁超市发展途径

第五节 连锁超市供应商发展分析一、2019年上半年零售业供应商发展状况二、2019年供货商与超市关系现状三、2019年下半年超市供货商发展动向四、供货商与零售商关系发展策略

第四章 中国连锁超市行业区域市场分析

第一节 华北地区连锁超市行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第二节 东北地区连锁超市行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第三节 华东地区连锁超市行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第四节 华南地区连锁超市行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第五节 华中地区连锁超市行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第六节 西南地区连锁超市行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第七节 西北地区连锁超市行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测五、2022-2028年行业投资风险预测

第五章 连锁超市物流分析

第一节 连锁超市逆向物流管理一、超市逆向物流特征二、超市逆向物流管理现状三、超市逆向物流管理对策

第二节 连锁超市物流发展分析一、中国连锁超市物流现状及其模

式二、连锁超市物流系统竞争力建设三、大型连锁超市中物流配送四、我国连锁超市物流配送体系建设分析

第三节 超市物流配送中心模式一、连锁超市配送中心作用二、我国连锁超市配送中心建设问题三、我国连锁超市配送中心建设模式四、连锁超市配送中心发展总体趋势

第六章 农业与连锁超市关联分析第一节 中国农产品和农资连锁经营一、中国农产品和农资连锁经营现状二、中国农产品和农资连锁经营前景三、中国农产品和农资连锁经营政策四、农村连锁超市商机分析

第二节 大型超市与农业产业化一、农业产业化概述二、超市与农业产业化三、超市促进农业产业化成功模式四、大型超市与农业产业化协调策略

第七章 连锁超市行业投资与发展前景分析第一节 2019年连锁超市行业投资情况分析一、2019年连锁超市行业总体投资结构二、2019年连锁超市行业投资规模情况三、2019年连锁超市行业投资增速情况四、2019年连锁超市分行业投资分析五、2019年连锁超市分地区投资分析

第二节 连锁超市行业投资机会分析一、连锁超市投资项目分析二、可以投资的连锁超市模式三、2019年连锁超市投资机会四、2019年连锁超市细分行业投资机会五、2019年连锁超市投资新方向

第三节 连锁超市行业发展前景分析一、连锁超市市场发展前景分析二、我国连锁超市市场蕴藏的商机三、后危机时代连锁超市市场的发展前景四、2019年连锁超市市场面临的发展商机五、2022-2028年连锁超市市场面临的发展商机

第八章 连锁超市行业竞争格局分析第一节 连锁超市行业集中度分析一、连锁超市市场集中度分析二、连锁超市企业集中度分析三、连锁超市区域集中度分析

第二节 连锁超市行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 连锁超市行业竞争格局分析一、2019年连锁超市行业竞争分析二、2019年中外连锁超市产品竞争分析三、2015-2019年国内外连锁超市竞争分析四、2015-2019年我国连锁超市市场竞争分析五、2015-2019年我国连锁超市市场集中度分析六、2022-2028年国内主要连锁超市企业动向

第九章 2022-2028年中国连锁超市所属行业发展形势分析第一节 连锁超市行业发展概况一、连锁超市行业发展特点分析二、连锁超市行业投资现状分析三、连锁超市行业总产值分析

第二节 2015-2019年连锁超市所属行业市场情况分析一、连锁超市行业市场发展分析二、连锁超市市场存在的问题三、连锁超市市场规模分析

第三节 2022-2028年中国连锁超市行业发展形势分析

第十章 中国连锁超市所属行业整体运行指标分析第一节 2015-2019年中国连锁超市所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业生产规模分析

第二节 2015-2019年中国连锁超市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

第十一章 连锁超市所属行业赢利水平分析第一节 所属行业产销运存分析一、2015-2019年连锁超市所属行业产销情况二、2015-2019年连锁超市所属行业库存情况三、2015-2019年连锁超市所属行业资金周转情况

第二节 所属行业盈利水平分析一、2015-2019年连锁超市所属行业价格走势二

、2015-2019年连锁超市所属行业营业收入情况三、2015-2019年连锁超市所属行业毛利率情况
四、2015-2019年连锁超市所属行业赢利能力五、2015-2019年连锁超市所属行业赢利水平六
、2022-2028年连锁超市所属行业赢利预测 第十二章 连锁超市所属行业盈利能力分析第一节
2015-2019年中国连锁超市所属行业利润总额分析一、利润总额分析二、不同规模企业利润总额
比较分析三、不同所有制企业利润总额比较分析第二节 2015-2019年中国连锁超市所属行业
销售利润率一、销售利润率分析二、不同规模企业销售利润率比较分析三、不同所有制企业
销售利润率比较分析第三节 2015-2019年中国连锁超市行所属行业总资产利润率分析一、总
资产利润率分析二、不同规模企业总资产利润率比较分析三、不同所有制企业总资产利润率
比较分析第四节 2015-2019年中国连锁超市所属行业产值利税率分析一、产值利税率分析二、
不同规模企业产值利税率比较分析三、不同所有制企业产值利税率比较分析 第十三章 连锁超
市重点企业竞争分析第一节 沃尔玛一、企业概况2013-2018年沃尔玛门店数及增长走势二、经
营状况三、盈利能力四、投资风险第二节 家乐福一、企业概况二、经营状况三、盈利能力四
、投资风险第三节 麦德龙一、企业概况二、经营状况三、盈利能力四、投资风险第四节 卜蜂
莲花一、企业概况二、经营状况三、盈利能力四、投资风险第五节 欧尚（中国）投资有限公
司一、企业概况二、经营状况三、盈利能力四、投资风险第六节 上海百联（集团）有限公司
一、企业概况二、经营状况三、盈利能力四、投资风险第七节 大商集团有限公司一、企业概
况二、经营状况三、盈利能力四、投资风险第八节 北京华联集团投资控股有限公司一、企业
概况二、经营状况三、盈利能力四、投资风险第九节 华润万家有限公司一、企业概况二、经
营状况三、盈利能力四、投资风险第十节 苏果超市有限公司一、企业概况二、经营状况三、
盈利能力四、投资风险 第十四章 连锁超市行业投资策略分析第一节 行业发展特征一、行业
的周期性二、行业的区域性三、行业的上下游四、行业经营模式第二节 行业投资形势分析一
、行业发展格局二、行业进入壁垒三、行业SWOT分析四、行业五力模型分析第三节 连锁超
市行业投资效益分析一、2019年连锁超市行业投资状况分析二、2019年连锁超市行业投资效
益分析三、2022-2028年连锁超市行业投资方向四、2022-2028年连锁超市行业投资建议第四节
连锁超市行业投资策略研究一、2019年连锁超市行业投资策略二、2019年连锁超市行业投资
策略三、2022-2028年连锁超市行业投资策略四、2022-2028年连锁超市细分行业投资策略 第十
五章 连锁超市行业投资风险预警第一节 影响连锁超市行业发展的主要因素一、2019年影响连
锁超市行业运行的有利因素二、2019年影响连锁超市行业运行的稳定因素三、2019年影响连
锁超市行业运行的不利因素四、2019年我国连锁超市行业发展面临的挑战五、2019年我国连
锁超市行业发展面临的机遇第二节 连锁超市行业投资风险预警一、2022-2028年连锁超市行业
市场风险预测二、2022-2028年连锁超市行业政策风险预测三、2022-2028年连锁超市行业经营
风险预测四、2022-2028年连锁超市行业技术风险预测五、2022-2028年连锁超市行业竞争风险

预测六、2022-2028年连锁超市行业其他风险预测 第十六章 连锁超市行业发展趋势分析第一节 2022-2028年中国连锁超市市场趋势分析一、2015-2019年我国连锁超市市场趋势总结二、2022-2028年我国连锁超市发展趋势分析第二节 2022-2028年连锁超市产品发展趋势分析一、2022-2028年连锁超市产品技术趋势分析二、2022-2028年连锁超市产品价格趋势分析第三节 2022-2028年中国连锁超市行业供需预测一、2022-2028年中国连锁超市供给预测二、2022-2028年中国连锁超市需求预测三、2022-2028年中国连锁超市价格预测第四节 2022-2028年连锁超市行业规划建议一、连锁超市行业十一五整体规划二、连锁超市行业十二五规划预测三、2022-2028年连锁超市行业规划建议 第十七章 连锁超市企业管理策略建议第一节 市场策略分析()一、连锁超市价格策略分析二、连锁超市渠道策略分析第二节 销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析第三节 提高连锁超市企业竞争力的策略一、提高中国连锁超市企业核心竞争力的对策二、连锁超市企业提升竞争力的主要方向三、影响连锁超市企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高连锁超市企业竞争力的策略第四节我国连锁超市品牌的战略思考一、连锁超市实施品牌战略的意义二、连锁超市企业品牌的现状分析()三、我国连锁超市企业的品牌战略四、连锁超市品牌战略管理的策略 图表目录：图表 连锁超市产业链分析图表 连锁超市行业生命周期图表 2015-2019年中国连锁超市行业市场规模图表 2015-2019年全球连锁超市产业市场规模图表 2015-2019年连锁超市重要数据指标比较图表 服务业三种类型的营销图表 西方连锁商店的兴起图表 顾客在超市选购商品时最看重的因素图表 影响顾客光顾超市的因素图表 顾客判断超市价位的依据图表 顾客对卖场人员服务的需求情况图表 顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法图表 中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析图表 综合超市消费者满意度测量模型图表 中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分图表 中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图图表 中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响图表 中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查图表 中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/264640.html>