

2017-2022年中国超市连锁 行业市场运营状况分析研究及投资前景预测分析咨询报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国超市连锁行业市场运营状况分析研究及投资前景预测分析咨询报告》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.bosidata.com/report/3838270CUO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2016-12-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国超市连锁行业市场运营状况分析研究及投资前景预测分析咨询报告》介绍了超市连锁行业相关概述、中国超市连锁产业运行环境、分析了中国超市连锁行业的现状、中国超市连锁行业竞争格局、对中国超市连锁行业做了重点企业经营状况分析及中国超市连锁产业发展前景与投资预测。您若想对超市连锁产业有个系统的了解或者想投资超市连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一部分 产业环境透视第一章 超市连锁业研究综述 第一节 超市连锁业研究特征界定

- 一、行业界定
 - 1、超市连锁业态特征及其分类
 - 2、超市连锁的发展阶段
- 二、行业本质
 - 1、超市连锁与百货业态对比分析
 - 2、超市连锁与家电连锁业态对比分析
- 三、行业生命周期分析
 - 1、超市连锁业生命周期阶段
 - 2、超市连锁业业态生命周期轮换
- 第二节 超市连锁行业业态结构分析
 - 一、超市连锁业态变迁历程
 - 二、超市连锁业态结构分析
 - 三、超市连锁业态发展特点
 - 四、超市连锁业态增长现状
- 第三节 超市连锁行业经济运行分析
 - 一、行业整体增速分析
 - 二、消费商品市场调研
 - 三、各子行业运营分析
 - 四、2017-2022年行业运营展望
- 第二章 超市连锁业消费环境与商业环境分析
 - 第一节 行业政策经济环境分析
 - 一、行业相关影响政策分析
 - 1、国家区域振兴规划
 - 2、收入分配改革进程
 - 3、超市连锁行业发展规划
 - 4、国内贸易发展规划
 - 二、国际国内宏观经济环境分析
 - 三、通胀与超市连锁业运营关系分析
 - 四、假日经济与超市连锁业运营关系分析
 - 第二节 行业消费环境分析
 - 一、消费环境与超市连锁业运营关系分析
 - 1、一线城市居民收入水平与超市连锁业发展关系分析
 - 2、二、三线城市居民收入水平与超市连锁业发展关系分析
 - 第三节 行业模式环境分析
 - 一、超市连锁模式分析
 - 1、模式水平总体发展情况
 - 2、我国超市连锁行业新模式研究
 - 二、超市连锁模式发展水平
 - 1、我国超市连锁行业模式水平所处阶段
 - 2、与国外超市连锁行业的模式差距
 - 三、超市连锁模式发展分析
 - 四、行业主要模式发展趋势
 - 五、模式环境对行业的影响
 - 第四节 区域商业环境分析
 - 一、商业环境与超市连锁业运营关系分析
 - 1、一线城市商业饱和度和理论增长空间测算
 - 2、二、三线城市商业饱和度和理论增长空间测算
 - 三、区域市场特征与超市连锁业适应性关系分析
 - 1、不同超市连锁业态布局条件
 - (1) 大型综合超市布局条件
 - (2) 生鲜

超市布局条件	(3) 便利店布局条件	2、区域市场与不同超市业态适应性分析
分析	(1) 相同区域不同超市业态适应性分析	(2) 不同区域相同超市业态适应性分析
性分析	(3) 区域市场发展与超市业态适应性分析结论	四、不同样本城市商业环境分析
商业环境分析	1、一线城市商业发展环境分析	(1) 北京商业发展环境分析
	(2) 上海商业发展环境分析	(3) 广州商业发展环境分析
圳商业发展环境分析	2、二、三线城市商业发展环境分析	(1) 青岛商业发展环境分析
展环境分析	(2) 武汉商业发展环境分析	(3) 长沙商业发展环境分析
五、不同城市商业规划分析	1、一线城市商业规划分析	(1) 北京商业规划分析
规划分析	(2) 上海商业规划分析	(3) 广州商业规划分析
圳商业规划分析	2、二、三线城市商业规划分析	(1) 青岛商业规划分析
	(2) 济南商业规划分析	(3) 长沙商业规划分析
分析		(4) 成都商业规划分析
第二部分 行业深度分析	第三章 超市连锁业发展现状分析	第一节 超市连锁业运营现状分析
一、超市连锁业收入与成本结构分析	1、收入结构	
(1) 收入来源分类	(2) 商品销售结构	2、成本结构
二、超市连锁业绩效分析	1、收入与规模	2、单位经营效益
三、超市连锁业竞争格局分析	1、市场集中度	2、区域分布
四、超市连锁业核心竞争力分析	1、供应链管理	2、以客户为中心
3、自有品牌发展分析		
第二节 样板企业运营情况分析	一、代表性超市企业监控与分析	1、国内代表性超市企业监控与分析
2、外资代表性超市企业监控与分析		
二、样板企业经营情况	1、样板企业基本情况	2、样板企业股权结构
3、样板企业发展文化	三、样板企业业务模式	1、样板企业产品结构
2、样板企业采购体系	3、样板企业盈利模式	四、样板企业核心竞争力
1、样板企业供应链	2、样板企业先发优势	3、样板企业品牌优势
第三节 超市连锁业商业模式分析	一、超市连锁业价值链分析	二、超市连锁业盈利模式分析
1、通道收入模式	2、价值链盈利模式	3、非价值链盈利模式
第四节 超市连锁业发展趋势分析	一、超市连锁业态发展趋势	二、超市连锁业营业区域发展趋势
三、超市连锁业营业定位发展趋势		
第五节 超市连锁业趋势预测分析	一、城镇化水平及居民收入增长“浮力效应”	二、消费、内需增长的推动作用
三、品牌龙头超市企业的“挤出效应”		
四、细分超市连锁业子业态演化	五、地线城市经济发展的外延式增长	
第四章 我国超市连锁行业整体运行指标分析	第一节 2014-2016年中国超市连锁行业总体规模分析	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 2014-2016年中国超市连锁行业财务指标总体分析	一、
行业盈利能力分析	1、我国超市连锁行业销售利润率	2、我国超市连锁行业
成本费用利润率	3、我国超市连锁行业亏损面	二、行业偿债能力分析
1、我国超市连锁行业资产负债比率	2、我国超市连锁行业利息保障倍数	
三、行业营运能力分析	1、我国超市连锁行业应收帐款周转率	2、我国超市
连锁行业总资产周转率	3、我国超市连锁行业流动资产周转率	四、行业发展
能力分析	1、我国超市连锁行业总资产增长率	2、我国超市连锁行业利润总
额增长率	3、我国超市连锁行业主营业务收入增长率	4、我国超市连锁行业
资本保值增值率	第三部分 市场供需分析调研第六章 超市连锁行业产业结构分析	
第一节 超市连锁产业结构分析	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（所有制结构）	第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析	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、中国超市连锁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	第五章 超市连锁业细分业态分析	第一节 大型综合超市业态分析
一、大型综合超市市场发展分析	二、大型综合超市分布区域分析	三、大型
综合超市产品种类与品牌分析	四、大型综合超市物流网络分析	五、大型综
合超市代表企业分析	1、家乐福	2、沃尔玛
第二节 生鲜超市业态分析		
一、生鲜超市市场发展分析	二、生鲜超市产品种类分析	三、生鲜超
市开店速度分析	四、生鲜超市物流网络分析	五、生鲜超市代表企业分析
第三节 便利店业态分析	一、便利店市场发展分析	二、便利店分布区域分
析	三、便利店产品种类与品牌分析	四、便利店开店速度分析
五、	便利店物流网络分析	六、便利店代表企业分析
1、好德、可的便利店		
2、7-11便利店	第六章 我国超市连锁行业营销趋势及策略分析	第一节 超市连
锁行业销售渠道分析	一、营销分析与营销模式推荐	1、渠道构成
2	1、渠道构成	
、销售贡献比率	3、覆盖率	4、销售渠道效果
5、价值流程结构		
6、渠道建设方向	二、超市连锁营销环境分析与评价	1、国际环境下的
超市连锁	2、企事业需求下的超市连锁	3、我国超市连锁市场整体环境
三、销售渠道存在的主要问题	四、营销渠道发展趋势与策略	第二节 超市连
锁行业营销策略分析	一、中国超市连锁营销概况	二、超市连锁营销策略探
讨	1、中国超市连锁产品营销策略浅析	2、超市连锁新产品的市场推广策略

3、超市连锁细分产品营销策略分析	第三节 超市连锁营销的发展趋势	
一、未来超市连锁市场营销的出路	二、中国超市连锁营销的趋势预测	第四节 超市连锁市场营销模式与面临的挑战
第四部分 竞争格局分析	第七章 中国超市连锁行业区域市场调研	第一节 超市连锁行业区域发展格局
一、区域超市连锁总额结构分布	二、区域消费价格指数分析	三、区域居民消费能力差异
第二节 东北地区超市连锁行业发展分析	一、黑龙江省超市连锁行业发展分析	二、吉林省超市连锁行业发在分析
三、辽宁省超市连锁行业发展分析	第三节 华北地区超市连锁行业发展分析	一、北京市超市连锁行业发展分析
二、天津市超市连锁行业发展分析	三、河北省超市连锁行业发展分析	第四节 华中地区超市连锁行业发展分析
一、河南省超市连锁行业发展分析	二、湖北省超市连锁行业发展分析	三、湖南省超市连锁行业发展分析
第五节 华东地区超市连锁行业发展分析	一、上海市超市连锁行业发展分析	二、浙江省超市连锁行业发展分析
三、江苏省超市连锁行业发展分析	四、山东省超市连锁行业发展分析	五、安徽超市行业发展分析
六、江西省超市连锁行业发展分析	七、福建省超市连锁行业发展分析	第六节 华南地区超市连锁行业发展分析
一、广东省超市连锁行业发展分析	二、广西超市行业发展分析	第七节 西南地区超市连锁行业发展分析
一、四川省超市连锁行业发展分析	二、重庆市超市连锁行业发展分析	第八节 西北地区超市连锁行业发展分析
一、陕西省超市连锁行业发展分析	二、宁夏超市行业发展分析	三、甘肃省超市连锁行业发展分析
第八章 2014-2016年超市连锁行业领先企业经营形势分析	第一节 联华超市股份有限公司	一、公司发展规模分析
二、企业主营业务态分析	三、公司门店分布情况	四、企业经营指标分析
五、企业经营优劣势分析	六、企业物流体系和信息化管理	七、公司最新发展动向分析
第二节 华润万家有限公司	一、公司发展规模分析	二、企业主营业务态分析
三、公司门店分布情况	四、企业经营指标分析	五、企业经营优劣势分析
六、企业物流体系和信息化管理	七、公司最新发展动向分析	第三节 人人乐连锁商业集团股份有限公司
一、公司发展规模分析	二、企业主营业务态分析	三、公司门店分布情况
四、企业经营指标分析	五、企业经营优劣势分析	六、企业物流体系和信息化管理
七、公司最新发展动向分析	第四节 新一佳超市有限公司	一、公司发展规模分析
二、企业主营业务态分析	三、公司门店分布情况	四、企业经营指标分析
五、企业经营优劣势分析	六、企业物流体系和信息化管理	七、公司最新发展动向分析
第五节 中百控股集团股份有限公司		

一、公司发展规模分析	二、企业主营业态分析	三、公司门店分布情况
四、企业经营指标分析	五、企业经营优劣势分析	六、企业物流体系和信息化管理
七、公司最新发展动向分析	第六节 上海大润发有限公司	
一、公司发展规模分析	二、企业主营业态分析	三、公司门店分布情况
四、企业经营指标分析	五、企业经营优劣势分析	六、企业物流体系和信息化管理
七、公司最新发展动向分析	第七节 沃尔玛（中国）投资有限公司	
一、公司发展规模分析	二、企业主营业态分析	三、公司门店分布情况
四、企业经营指标分析	五、企业经营优劣势分析	六、企业物流体系和信息化管理
七、公司最新发展动向分析	第八节 家乐福（中国）管理咨询服务	
有限公司	一、公司发展规模分析	二、企业主营业态分析
三、公司门店分布情况	四、企业经营指标分析	五、企业经营优劣势分析
六、企业物流体系和信息化管理	七、公司最新发展动向分析	第九节 上海联华快客便利有限公司
一、公司发展规模分析	二、企业主营业态分析	三、公司门店分布情况
四、企业经营指标分析	五、企业经营优劣势分析	六、企业物流体系和信息化管理
七、公司最新发展动向分析	第十节 河北国大连锁商业有限公司	
一、公司发展规模分析	二、企业主营业态分析	三、公司门店分布情况
四、企业经营指标分析	五、企业经营优劣势分析	六、企业物流体系和信息化管理
七、公司最新发展动向分析	第五部分 趋势预测展望	
第九章 2017-2022年超市连锁行业前景及趋势预测	第一节 2017-2022年超市连锁市场趋势预测	
一、2017-2022年超市连锁市场发展潜力	二、2017-2022年超市连锁市场趋势预测展望	
三、2017-2022年超市连锁细分行业趋势预测分析	第二节 2017-2022年超市连锁市场发展趋势预测	
一、2017-2022年超市连锁行业发展趋势	二、2017-2022年超市连锁市场规模预测	
1、超市连锁行业市场容量预测	2、超市连锁行业销售收入预测	
三、2017-2022年超市连锁行业应用趋势预测	四、2017-2022年细分市场发展趋势预测	
第三节 2017-2022年中国超市连锁行业供需预测		
一、2017-2022年中国超市连锁行业供给预测	二、2017-2022年中国超市连锁行业需求预测	
三、2017-2022年中国超市连锁行业供需平衡预测	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	第十章 2017-2022年超市连锁行业投资机会与风险防范	
第一节 超市连锁行业投融资情况	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	四、超市连锁行业投资

现状分析	1、超市连锁产业投资经历的阶段	2、2015年超市连锁行业投资状况回顾
	3、2014-2016年中国超市连锁行业风险投资状况	4、2014-2016年我国超市连锁行业的投资态势
第二节 2017-2022年超市连锁行业投资机会	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	四、超市连锁行业投资机遇
第三节 2017-2022年超市连锁行业投资前景及防范	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	第四节 中国超市连锁行业投资建议	一、超市连锁行业未来发展方向
	二、超市连锁行业主要投资建议	三、中国超市连锁企业融资分析
1、中国超市连锁企业IPO融资分析	2、中国超市连锁企业再融资分析	第六部分 投资前景研究
第十一章 2017-2022年超市连锁行业面临的困境及对策	第一节 2016年超市连锁行业面临的困境	第二节 超市连锁企业面临的困境及对策
	一、重点超市连锁企业面临的困境及对策	1、重点超市连锁企业面临的困境
	2、重点超市连锁企业对策探讨	二、中小超市连锁企业发展困境及策略分析
	1、中小超市连锁企业面临的困境	2、中小超市连锁企业对策探讨
	三、国内超市连锁企业的出路分析	第三节 中国超市连锁行业存在的问题及对策
	一、中国超市连锁行业存在的问题	二、超市连锁行业发展的建议对策
	1、把握国家投资的契机	2、竞争性战略联盟的实施
	3、企业自身应对策略	三、市场的重点客户战略实施
	1、实施重点客户战略的必要性	2、合理确立重点客户
	3、重点客户战略管理	4、重点客户管理功能
第四节 中国超市连锁市场发展面临的挑战与对策	第十二章 超市连锁行业投资前景研究	第一节 超市连锁行业投资前景研究
	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	六、营销品牌战略
	七、竞争战略规划	第二节 对我国超市连锁品牌的战略思考
	一、超市连锁品牌的重要性	二、超市连锁实施品牌战略的意义
	三、超市连锁企业品牌的现状分析	四、我国超市连锁企业的品牌战略
	五、超市连锁品牌战略管理的策略	第三节 超市连锁经营策略分析
	一、超市连锁市场细分策略	二、超市连锁市场创新策略
	三、品牌定位与品类规划	四、超市连锁新产品差异化战略
第四节 超市连锁行业投资规划建议研究	一、2016年超市连锁行业投资规划建议	二、2017-2022年超市连锁行业投资规划建议
	三、2017-2022年细分行业投资规划建议	第十三章 研究结论及投资建议
第一节 超市连锁行业研究结论及建议	第二节 超市连锁子行业研究结论及建议	第三节 超市连锁行业投资建议
	一、行业投资	

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：超市连锁行业生命周期图表：超市连锁行业产业链结构图表：2014-2016年全球超市连锁行业市场规模图表：2014-2016年中国超市连锁行业市场规模图表：2014-2016年超市连锁行业重要数据指标比较图表：2014-2016年中国超市连锁市场占全球份额比较图表：2014-2016年超市连锁行业销售收入图表：2014-2016年超市连锁行业利润总额图表：2014-2016年超市连锁行业资产总计图表：2014-2016年超市连锁行业负债总计图表：2014-2016年超市连锁行业竞争力分析图表：2014-2016年超市连锁市场价格走势图图表：2014-2016年超市连锁行业主营业务收入图表：2014-2016年超市连锁行业主营业务成本图表：2014-2016年超市连锁行业销售费用分析图表：2014-2016年超市连锁行业管理费用分析图表：2014-2016年超市连锁行业财务费用分析图表：2014-2016年超市连锁行业销售毛利率分析图表：2014-2016年超市连锁行业销售利润率分析图表：2014-2016年超市连锁行业成本费用利润率分析图表：2014-2016年超市连锁行业总资产利润率分析图表：2014-2016年超市连锁行业需求分析图表：2014-2016年超市连锁行业集中度略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/3838270CUO.html>