

2018-2024年中国超市行业 深度研究与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国超市行业深度研究与投资前景分析报告》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.abaogao.com/b/qiyeguanli/A718944WF1.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

超市行业未来趋势分析：

第一，构建线上线下融合新格局。近年来，超市门店受到网络零售巨大冲击，经营一度陷入困难，而电商企业流量红利消退，发展遇到瓶颈，加之消费诉求发生深刻变化，商超企业与网络电商正逐步从独立、对抗走向融合、协作，深度融合是优势互补、实现共赢的发展方向。

第二，多业态跨界协同趋势明显。单纯依靠商品销售的粗放型发展模式已无法适应市场需求，未来的零售行业将继续朝多业态、多领域聚合式、协同化方向转型。新零售时代，超市企业同样将围绕多样化、个性化的消费需求展开，培育新的消费增长点。

第三，扩大生鲜规模。生鲜是集聚门店客流和人气的商品品类，扩大生鲜规模被很多超市作为一种竞争战略放在重要地位。同时，消费者对生鲜产品绿色、健康、安全、品质的追求为超市生鲜品牌化、精细化运营提供了基础。

第四，重构智能高效供应链体系。作为连接生产与消费的流通环节，传统商超企业对全供应链控制能力较弱，信息传导响应不及时，供需错配导致企业库存高企、周转率低、商品同质化等问题不断加剧。随着信息技术发展和数字化水平提高，重构消费主导、响应及时、快时尚化的供应链，实现产端、渠道和客户一体化的效能提升，将成为我国超市行业转型升级的重要举措。

第五，提升自有品牌比例。随着中国连锁超市竞争日趋激烈，商品销售利差空间缩小，越来越多的超市企业选择通过开发自有品牌提升利润空间。对消费者来说，自有品牌产品价格更低；对超市企业来讲，自有品牌商品除了吸引顾客，还可以省去品牌使用费用和中间供应环节，保证较高利润。

第六，超市业态未来将进一步细分。形成以生鲜食品超市作为基本生活满足型的主力业态，以大型综合超市作为消费需求满足型的主力业态，以仓储式商场作为小型商店、集团采购作为满足型的主力业态，以便利店作为服务满足型主力业态，以专业、专卖店作为差异化个性需求满足型主力业态等。

报告目录：

第一章 超市概述

第一节 超市定义

第二节 超市行业发展历程

第三节 超市特征分析

第二章 2015-2017年中国超市行业发展环境分析

第一节 2015-2017年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2015-2017年中国超市行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2015-2017年中国超市行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三章 我国超市运营管理分析

第一节 超市商业模式分析

第二节 超市分销模式分析

第三节 超市建设的条件分析

第四节 超市选址要素分析

五、符合地方产业政策需求

第五节 超市建设的必要性分析

一、超市是产品标准化的必要保证

二、超市有效实现成本效益最大化

三、超市有利于连锁品牌扩张

第六节 超市物流配送分析

第七节 超市亏损原因

第八节 超市生产经营模式具体实施方案

第四章 2017年我国超市行业发展现状分析

第一节 我国超市行业发展现状

一、超市行业品牌发展现状

二、超市行业需求市场现状

三、超市市场需求层次分析

四、我国超市市场走向分析

第二节 中国超市产品技术分析

一、2017年超市产品技术变化特点

二、2017年超市产品市场的新技术

三、2017年超市产品市场现状分析

第三节 中国超市行业存在的问题

第四节 对中国超市市场的分析及思考

一、超市市场特点

二、超市市场分析

三、超市市场变化的方向

四、中国超市行业发展的新思路

五、对中国超市行业发展的思考

第五章 2017年中国超市行业发展概况

第一节 2017年中国超市行业发展态势分析

第二节 2017年中国超市行业发展特点分析

第三节 2017年中国超市行业市场供需分析

第六章 超市行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 超市市场竞争策略分析

一、超市市场增长潜力分析

二、超市产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 超市企业竞争策略分析

一、2018-2024年我国超市市场竞争趋势

二、2018-2024年超市行业竞争格局展望

三、2018-2024年超市行业竞争策略分析

第七章 超市行业投资与发展前景分析

第一节 2017年超市行业投资情况分析

一、2017年总体投资结构

二、2017年投资规模情况

三、2017年投资增速情况

四、2017年分地区投资分析

第二节 超市行业投资机会分析

一、超市投资项目分析

二、可以投资的超市模式

三、2017年超市投资机会

四、2017年超市投资新方向

第三节 超市行业发展前景分析

一、2017年超市市场的发展前景

二、2017年超市市场面临的发展商机

第八章 超市行业上下游行业分析

第一节 上游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、行业新动态及其对超市行业的影响

四、行业竞争状况及其对超市行业的意义

第二节 下游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对超市行业的影响

五、行业竞争状况及其对超市行业的意义

第九章 超市行业领先企业经营形势分析

第一节 A公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析
- 五、企业经典案例分析

第二节 B公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析
- 五、企业经典案例分析

第三节 C公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析
- 五、企业经典案例分析

第四节 D公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析
- 五、企业经典案例分析

第五节 E公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析
- 五、企业经典案例分析

第六节 F公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业经典案例分析

第七节 G公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业经典案例分析

第十章 超市地区销售分析

第一节 中国超市区域销售市场结构变化

第二节 超市“东北地区”销售分析

一、2015-2017年东北地区销售规模

二、东北地区“规格”销售分析

三、2015-2017年东北地区“规格”销售规模分析

第三节 超市“华北地区”销售分析

一、2015-2017年华北地区销售规模

二、华北地区“规格”销售分析

三、2015-2017年华北地区“规格”销售规模分析

第四节 超市“中南地区”销售分析

一、2015-2017年中南地区销售规模

二、中南地区“规格”销售分析

三、2015-2017年中南地区“规格”销售规模分析

第五节 超市“华东地区”销售分析

一、2015-2017年华东地区销售规模

二、华东地区“规格”销售分析

三、2015-2017年华东地区“规格”销售规模分析

第六节 超市“西北地区”销售分析

一、2015-2017年西北地区销售规模

二、西北地区“规格”销售分析

第十一章 2018-2024年中国超市行业投资战略研究

第一节 2018-2024年年中国超市行业投资策略分析

- 一、超市投资策略
- 二、超市投资筹划策略
- 三、2017年超市品牌竞争战略

第二节 2018-2024年中国超市行业品牌建设策略

- 一、超市的规划
- 二、超市的建设
- 三、超市业成功之道

第十二章 市场指标预测及行业项目投资建议

第一节 中国超市行业市场发展趋势预测

第二节 超市产品投资机会

第三节 超市产品投资趋势分析

第四节 项目投资建议

- 一、行业投资环境考察
- 二、投资风险及控制策略
- 三、产品投资方向建议
- 四、项目投资建议
 - 1、技术应用注意事项
 - 2、项目投资注意事项
 - 3、生产开发注意事项
 - 4、销售注意事项

第十三章 2018-2024年中国超市行业发展前景预测分析

第一节 2018-2024年中国超市行业发展预测分析

- 一、未来超市发展分析
- 二、未来超市行业技术开发方向
- 三、总体行业“十二五”整体规划及预测

第二节 2018-2024年中国超市行业市场前景分析

- 一、产品差异化是企业发展的方向
- 二、渠道重心下沉

图表目录：

图表：2015-2017年我国国民经济生产总值发展情况

图表：2015-2017年CPI指数趋势

图表：2013-2014工业总产值及增速

图表：2015-2017年中国超市行业市场规模及增速

图表：2018-2024年中国超市行业市场规模及增速预测

图表：2015-2017年中国超市行业重点企业市场份额

图表：2017年中国超市行业区域结构

图表：2017年中国超市行业渠道结构

图表：2015-2017年中国超市行业需求总量

图表：2018-2024年中国超市行业需求总量预测

图表：2015-2017年中国超市行业需求集中度

图表：2015-2017年中国超市行业需求增长速度

图表：2015-2017年中国超市行业市场饱和度

图表：2015-2017年中国超市行业供给总量

图表：2015-2017年中国超市行业供给增长速度

图表：2018-2024年中国超市行业供给量预测

图表：2015-2017年中国超市行业供给集中度

图表：2015-2017年中国超市行业销售量

图表：2015-2017年中国超市行业库存量

图表：2017年中国超市行业企业区域分布

图表：2017年中国超市行业销售渠道分布

图表：2017年中国超市行业主要代理商分布

图表：2015-2017年中国超市行业产品价格走势

图表：2018-2024年中国超市行业产品价格趋势

图表：2015-2017年中国超市行业利润及增长速度

图表：2015-2017年中国超市行业销售毛利率

图表：2015-2017年中国超市行业销售利润率

图表：2015-2017年中国超市行业总资产利润率

图表：2015-2017年中国超市行业净资产利润率

图表：2015-2017年中国超市行业产值利税率

图表：2015-2017年中国超市行业总资产增长率

图表：2015-2017年中国超市行业净资产增长率

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/A718944WF1.html>