

中国超市行业商业模式发展分析研究报告2024-2030年

| | |
|------|------------------------------|
| 产品名称 | 中国超市行业商业模式发展分析研究报告2024-2030年 |
| 公司名称 | 北京华商纵横信息咨询中心 |
| 价格 | 6000.00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 北京市朝阳区亚运村四方大厦 |
| 联系电话 | 188-11718743 13621060192 |

产品详情

第1章：超市行业综述及数据来源说明1.1 超市行业界定1.1.1 超市的界定1.1.2 超市相似概念辨析1.1.3 超市的分类1.1.4 《国民经济行业分类与代码》中超市行业归属1.2 超市术语说明1.3 本报告研究范围界定说明1.4 本报告数据来源及统计标准说明1.4.1 本报告数据来源1.4.2

本报告研究方法及统计标准说明第2章：中国超市行业宏观环境分析（PEST）2.1 中国超市行业政策（Policy）环境分析2.1.1 中国超市行业监管体系及机构介绍（1）中国超市行业主管部门（2）社会监管组织（3）中国超市行业自律组织2.1.2 中国超市行业标准体系建设现状（1）中国超市标准体系建设（2）中国超市现行标准汇总（3）中国超市即将实施标准2.1.3 国家层面超市行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）（1）国家层面超市行业政策汇总及解读（2）国家层面超市行业规划汇总及解读2.1.4 31省市超市行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）（1）31省市超市行业政策规划汇总（2）31省市超市行业发展目标解读2.1.5 国家重点规划/政策对超市行业发展的影响（1）国家“十四五”规划对超市行业发展的影响（2）促消费战略对超市行业发展的影响2.1.6 政策环境对超市行业发展的影响总结2.2 中国超市行业经济（Economy）环境分析2.2.1 中国宏观经济发展现状（1）中国GDP及增长情况（2）中国居民消费价格（CPI）（3）中国社会消费品零售情况2.2.2 中国宏观经济发展展望（1）国际机构对中国GDP增速预测（2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测2.2.3 中国超市行业发展与宏观经济相关性分析2.3 中国超市行业社会（Society）环境分析2.3.1 中国超市行业社会环境分析（1）中国人口规模及增速（2）中国城镇化水平变化（3）中国居民人均可支配收入（4）中国居民人均消费支出及结构（5）中国居民消费升级演进2.3.2 社会环境对超市行业发展的影响总结2.4 中国超市行业技术（Technology）环境分析2.4.1 中国超市行业业务流程2.4.2 中国超市行业关键技术（1）物联网技术（2）人工智能技术（3）大数据技术（4）生物识别技术（5）超市行业内的技术融合2.4.3 技术环境对超市行业发展的影响总结第3章：全球超市行业发展现状调研及商业模式洞察3.1 全球超市行业发展历程介绍3.2

全球超市行业发展现状分析3.2.1

全球零售行业发展现状分析 (1) 市场规模 (2) 竞争格局3.2.2 全球超市行业发展现状 (1) 全球超市销售规模 (2) 全球超市竞争格局 (3) 全球超市兼并重组3.3

全球超市代表性区域发展分析3.3.1 全球超市行业区域分布3.3.2 美国的超市行业发展现状分析 (1) 美国超市行业发展概况 (2) 美国超市行业规模 (3) 美国超市竞争格局分析3.3.3 法国的超市行业发展现状分析 (1) 法国超市行业发展概况 (2) 法国超市行业规模分析 (3) 法国超市行业竞争格局3.4 全球代表性超市商业模式洞察分析3.4.1

全球代表性超市商业模式对比分析3.4.2

沃尔玛 (1) 超市商业模式分析 (2) 超市营业情况 (3) 超市在华布局3.4.3

Costco (1) 超市商业模式分析 (2) 超市营业情况 (3) 超市在华布局3.4.4

家乐福 (1) 超市商业模式分析 (2) 超市营业情况 (3) 超市在华布局3.5

全球超市行业发展趋势预判及市场前景预测3.5.1

xinguan疫情对全球超市行业的影响分析3.5.2 全球超市行业发展趋势预判3.5.3

全球超市行业市场前景预测3.6

全球超市行业发展经验借鉴第4章：中国超市行业发展现状及痛点分析4.1

中国超市行业发展历程4.2 中国超市行业企业市场类型及入场方式4.2.1

中国超市行业市场主体类型4.2.2 中国超市行业企业入场方式4.3

中国超市行业发展现状分析4.3.1 中国超市行业发展特征 (1) 季节性 (2) 区域特征 (3)

数字化程度提升，线上线下融合 (4) 定位逐步细化4.3.2 中国超市行业销售规模 (1) 限额以上超市零售营收规模 (2) 中国超市销售规模及门店数量 (3) 超市及大卖场行业规模4.

3.3 中国超市行业竞争格局4.3.4 中国超市行业投资及兼并重组 (1) 中国超市行业投融资现状 (2) 中国超市行业兼并与重组现状4.4

中国超市行业发展痛点分析第5章：超市行业商业模式发展分析5.1 超市扩张模式分析5.1.1

超市连锁区域扩张模式 (1) 渗透式模式分析 (2) 跳跃式模式分析 (3) 不同模式总结5.1.

2 超市连锁渠道扩张模式 (1) 自建模式分析 (2) 并购模式分析 (3) 加盟模式分析 (4)

合作模式分析 (5) 不同模式比较分析5.2 超市管理模式分析5.2.1 超市供应商管理模式 (1)

潜在供应商资质预审 (2) 供应商的认证审核 (3) 供应商绩效评估管理 (4) 供应商关系类型分析 (5) 供应商数据库的建立和维护 (6) 沃尔玛供应商管理分析5.2.2 超市物流管理

模式 (1) 自营配送模式 (2) 第三方物流模式 (3) 共同化配送模式 (4) 供应商配送模式 (5) 物流管理模式案例分析5.2.3 超市企业内部管理模式 (1) 经营业态管理 (2) 组织

架构管理 (3) 人力资源管理 (4) 超市内控管理5.2.4

超市客户管理模式 (1) 超市客户管理特点 (2) 加强建设客户关系管理方案5.2.5

超市产品 (SKU) 管理模式 (1) 商品的SKU分析 (2) 提升SKU管理合理性的原则5.3

超市盈利模式5.3.1

通道收入模式分析 (1) 通道收入模式简析 (2) 家乐福通道收入模式5.3.2

供应链成本控制收入模式 (1) 供应链链盈利模式简析 (2) 沃尔玛供应链盈利模式5.3.3

非价值盈利模式 (1) 非价值链盈利模式简析 (2) 中资超市的盈利模式5.3.4 会员费模式 (1)

会员制零售和传统零售的区别 (2) 盈利模式 (3) Costco会员制盈利模式分析5.3.5

不同盈利模式总结5.4 超市行业营销模式分析5.4.1

会员制促销模式 (1) 会员制促销的特点 (2) 会员制促销的优势5.4.2 折扣促销模式 (1)

数量折扣 (2) 功能折扣 (3) 季节折扣 (4) 现付折扣 (5) 交易式折让及促销性折让 (6)

现金回扣 (7) 差别调价 (8) 特价吸引品 (9) 特殊事件折价 (10) 心理折价 (11) 其它

价格促销方式5.4.3

广告促销模式 (1) 通过广告媒介树立超市独特形象 (2) 运用其它广告形式5.4.4

节日促销模式 (1) 节日促销概述 (2) 节日促销策略5.4.5

超市+餐饮模式 (1) 超市+餐饮模式存在的原因 (2) 超市+餐饮模式存在问题5.4.6

直播营销模式 (1) 建立社群 (2) 确定直播对象 (3) 直播场景转化5.4.7

不同模式的比较5.5 互联网下超市行业商业模式变革5.5.1 互联网发展现状 (1) 中国网民数量及互联网普及率 (2) 中国网民各类网络应用的使用率 (3) 网络购物市场发展情况分析 (4) 移动互联网发展情况分析5.5.2 互联网对零售的冲击与挑战 (1) 实体零售业近年来整体发展缓慢 (2) 实体零售商业模式跟不上发展需求 (3) 实体零售成本收益难以匹配5.5.3 互联网对超市商业模式的变革影响分析 (1) 互联网促进线上线下相结合 (2) 互联网改变支付方式 (3) 互联网推动智慧超市等业态发展第6章：中国超市行业细分业态发展分析6.1 大型综合超市业态分析6.1.1 中国大型综合超市发展现状分析 (1) 中国大型综合超市发展规模 (2) 中国大型综合超市竞争格局6.1.2 中国大型综合超市区域分布6.1.3 中国大型综合超市发展模式分析 (1) 选址模式 (2) 产品业态管理模式 (3) 原材料采购模式 (4) 物流运输模式6.1.4 中国大型综合超市发展趋势及前景分析6.2 生鲜超市业态分析6.2.1 中国生鲜超市发展现状分析 (1) 中国生鲜超市发展规模 (2) 中国生鲜超市竞争格局6.2.2 中国生鲜超市区域分布6.2.3 中国生鲜超市发展模式分析 (1) 线下到线上生鲜超市发展模式 (2) 线上到线下生鲜超市发展模式6.2.4 中国生鲜超市发展趋势及前景分析6.3 社区折扣超市业态分析6.3.1 中国社区折扣超市发展现状分析6.3.2 中国社区折扣超市区域分布6.3.3 中国社区折扣超市发展模式分析6.3.4 中国社区折扣超市发展趋势及前景分析6.4 精品超市业态分析6.4.1 中国精品超市发展现状分析 (1) 中国精品超市发展规模 (2) 中国精品超市竞争格局6.4.2 中国精品超市区域分布6.4.3 中国精品超市发展模式分析6.4.4 中国精品超市发展趋势及前景分析 (1) 发展趋势 (2) 发展前景第7章：中国超市行业代表性企业布局案例研究7.1 中国超市代表性企业布局梳理及对比7.2 中国超市代表性企业布局案例分析7.2.1 华润万家有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业超市业务布局及发展状况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.2 高鑫零售有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业超市业务布局及发展状况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.3 联华超市股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业业务架构及经营情况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.4 永辉超市股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业业务架构及经营情况 (3) 企业超市业务布局及发展状况 (4) 企业超市业务新发展动向追踪 (5) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.5 人人乐连锁商业集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业超市业务架构及经营情况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.6 家家悦集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业超市业务布局及发展状况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.7 沃尔玛 (中国) 投资有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业超市业务布局及发展状况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.8 成都红旗连锁股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业超市业务布局及发展状况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.9 北京物美商业集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业超市业务布局及发展状况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析7.2.10 中百控股集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业超市业务布局及发展状况 (3) 企业超市业务新发展动向追踪 (4) 企业超市业务发展优劣势分析第8章：中国超市行业市场前景预测及发展趋势预判8.1 中国超市行业SWOT分析8.2 中国超市行业发展潜力评估8.2.1 中国超市行业生命发展周期8.2.2

中国超市行业发展潜力评估8.3 中国超市行业发展前景预测8.4
中国超市行业发展趋势预判8.4.1 聚焦目标群体形成不同定位8.4.2
全渠道融合成为竞争的关键8.4.3 为消费者创造价值8.4.4 数字化成发展利器8.4.5 以生鲜为核心，小型化、密集化成主流趋势第9章：中国超市行业投资战略规划策略及建议9.1
中国超市行业进入与退出壁垒9.1.1 超市行业进入壁垒分析9.1.2 超市行业退出壁垒分析9.2
中国超市行业投资风险预警9.3 中国超市行业投资价值评估9.4
中国超市行业投资机会分析9.5 中国超市行业投资策略与建议9.6
中国超市行业可持续发展建议