

2024-2030年中国连锁商场行业市场运营态势及发展趋向研判报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国连锁商场行业市场运营态势及发展趋向研判报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/1174829.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2024-2030年中国连锁商场行业市场运营态势及发展趋向研判报告》共十三章。首先介绍了连锁商场行业市场发展环境、连锁商场整体运行态势等，接着分析了连锁商场行业市场运行的现状，然后介绍了连锁商场市场竞争格局。随后，报告对连锁商场做了重点企业经营状况分析，最后分析了连锁商场行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁商场产业有个系统的了解或者想投资连锁商场行业，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家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 中国连锁商场相关概述

第一节 中国商场概述

- 一、商场的定义
- 二、商场管理
- 三、商场的特点
- 四、商场现代化

第二节 中国连锁商场概述

- 一、连锁商场的定义
- 二、连锁商场的模式
- 三、连锁商场的特点
- 四、连锁商场的发展历程

第三节 中国连锁商场行业结构

第二章 2019-2023年世界连锁商场行业运行现状分析

第一节 2019-2023年世界连锁商场发展总体分析

- 一、当代国际商场业的特点
- 二、全球连锁商场发展现状
- 三、跨国连锁商场海外市场的进入模式和选择
- 四、西方连锁商场发展的理论分析
- 五、全球连锁商场损耗总额的分析
- 六、国际三大连锁商场巨头发展历程及启示

第二节 2019-2023年世界连锁商场重点地区国家分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

第三节 2024-2030年世界连锁商场发展趋势预测分析

第四节 2023年世界连锁商场部分企业发展现状分析

一、沃尔玛公司

二、家乐福集团

三、麦德龙集团

四、特易购

五、7-Eleven便利商店集团

六、宜家集团

第三章 2019-2023年中国连锁商场行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国经济环境发展分析

第二节 2019-2023年中国连锁商场政策环境分析

一、行业管理体制

二、主要行业法规政策

三、扩大消费政策措施力度继续加大

四、商务部支持流通企业兼并重组

五、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》

第三节 2019-2023年中国连锁商场社会环境分析

一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场

二、消费结构升级促进百货业发展

三、中国扩大消费政策取得成效

四、新农村建设孕育巨大消费潜力

五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长

六、基础设施及信息物流技术升级提升百货运营效率

第四章 2019-2023年中国连锁商场行业发展现状分析

第一节 2019-2023年中国连锁商场发展规模分析

一、中国连锁商场业总体发展现状分析

二、重点连锁商场销售规模分析

二、连锁商场业的发展变化概述

三、中国连锁商场业存在的问题

四、制约连锁商场业发展的因素

第二节 城市化下移二三线城市连锁商场发展分析

- 一、中国零售业区域发展分析
- 二、政策推进城市化的下移进程
- 三、城市化下移促进零售业发展
- 四、二三线城市零售业迎来机遇

第三节 2019-2023年中国连锁商场业发展规模分析

- 一、连锁百货门店规模统计
- 二、连锁百货销售规模统计
- 三、连锁百货企业排名情况

第四节 2019-2023年中国连锁商场业网络销售发展情况

- 一、网络时代连锁商场遭遇挑战
- 二、中国连锁商场企业纷纷“触网”
- 三、银泰网络百货的经营情况
- 四、连锁商场业借助微博发展

第五节 2019-2023年中国连锁商场行业竞争策略分析

- 一、信息化技术应用策略
- 二、零售业态改变经营模式
- 三、改变品牌经营发展战略
- 四、正面竞争转向错位竞争

第五章 2019-2023年中国连锁商场行业市场分析

第一节 2019-2023年中国连锁商场市场规模分析

- 一、2024-2030年中国商场行业市场规模及增速
- 二、连锁商场行业市场饱和度
- 三、国内外经济形势对连锁商场行业市场规模的影响
- 四、2024-2030年中国连锁商场行业市场规模及增速预测

第二节 2019-2023年中国连锁商场市场结构分析

第三节 2019-2023年中国连锁商场市场特点分析

- 一、连锁商场行业所处生命周期
- 二、技术变革与行业革新对连锁商场行业的影响
- 三、2019-2023年中国连锁商场差异化分析

第四节 2019-2023年中国连锁商场市场运行动态分析

第六章 2019-2023年中国连锁商场区域市场分析

第一节 东北地区

第二节 华东地区

第三节 华中地区

第四节 华北地区

第五节 西南地区

第六节 华南地区

第七章 2019-2023年中国连锁商场行业竞争状况分析

第一节 2019-2023年中国连锁超市发展状况

一、中国连锁超市发展概述

二、中国超市业态发展规模

三、中国连锁超市企业排名

四、外资超市在华发展情况

五、本土超市营销战略分析

六、中国本土仓储式超市动态

七、中国连锁超市业并购情况

八、超市消费者购买行为分析

第二节 2019-2023年中国便利店发展状况

一、中国便利店总店数量统计

二、中国便利店门店规模统计

三、中国便利店销售规模统计

四、中国便利店经营特点分析

五、中国便利店产品策略分析

六、中国便利店分销策略分析

七、中国便利店发展SWOT分析

第三节 2019-2023年中国购物中心发展状况

一、世界购物中心分类情况分析

二、中国购物中心发展历程分析

三、中国购物中心类型形态界定

四、中国购物中心发展规模分析

五、中国购物中心发展指数分析

六、中国购物中心开发投资情况

七、中国购物中心发展策略分析

八、购物中心未来发展前景分析

第四节 2019-2023年中国网络购物行业发展状况

- 一、中国无店铺零售业态发展情况
- 二、中国网络零售规模及现状分析
- 三、中国网络购物发展趋势分析
- 第五节 2019-2023年中国电视购物行业发展状况
 - 一、电视购物发展概况
 - 二、电视购物优点分析
 - 三、电视购物弊端分析
 - 四、电视购物发展方向
 - 五、电视购物发展问题
 - 六、电视购物面临挑战
- 第六节 2019-2023年中国网络团购行业发展分析
 - 一、中国网络团购行业发展规模分析
 - 二、中国网络团购消费人群调查分析
 - 三、中国网络团购消费行为调查分析

第八章 2019-2023年中国连锁商场消费者偏好调查

第一节 2019-2023年中国连锁商场目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 中国连锁商场品牌市场调查

- 一、大众对连锁商场认知度调查
- 二、大众对连锁商场产品的偏好调查
- 三、大众对连锁商场的首要认知渠道
- 四、消费者关注度高的商场调查
- 五、连锁商场忠诚度调查
- 六、连锁商场市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户对连锁商场的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第九章 2019-2023年中国连锁商场行业竞争格局分析

第一节 2019-2023年中国连锁商场竞争现状分析

- 一、中国连锁商场竞争总体概况
- 二、中国连锁商场竞争消费格局
- 三、中国连锁商场竞争格局变化
- 四、中国连锁商场价格竞争分析
- 五、中国连锁商场竞争问题解析
- 六、外资连锁商场在华竞争情况

第二节 2019-2023年中国连锁商场竞争状况分析

- 一、一线城市连锁商场供给情况分析
- 二、二三线城市连锁商场发展分析
- 三、连锁商场企业上市融资应对竞争
- 四、中国百连锁商场并购重组概况

第三节 2019-2023年中国连锁商场竞争策略分析

- 一、信息化技术应用策略
- 二、连锁商场改变经营模式
- 三、改变品牌经营发展战略
- 四、正面竞争转向错位竞争

第十章 中国连锁商场部分企业现状分析

第一节 大商股份有限公司

第二节 王府井百货(集团)股份有限公司

第三节 上海百联集团股份有限公司

第四节 武汉武商集团股份有限公司

第五节 银座集团股份有限公司

第六节 百盛商业集团有限公司

第七节 天虹商场股份有限公司

第八节 重庆百货大楼股份有限公司

第九节 新世界百货中国有限公司

第十节 银泰百货(集团)有限公司

第十一章 2024-2030年中国连锁商场经营策略分析

第一节 2024-2030年中国连锁商场企业市场定位策略分析

- 一、百货店市场定位要素
- 二、百货店市场定位步骤

三、百货店定位应注意的问题

第二节 2024-2030年中国连锁商场行业发展主要对策

- 一、加快重组向规模经营连锁经营转变
- 二、准确市场定位向特色经营转变
- 三、发挥自身优势向服务经营转变
- 四、更新经营理念向动态经营转变
- 五、发展网络信息技术向信息化管理转变
- 六、改进传统经营模式向科学运营转变

第三节 2024-2030年中国连锁商场发展战略的对策

- 一、导入信息化技术
- 二、升级业态改变经营模式
- 三、实施品牌发展战略
- 四、正面竞争转向错位竞争

第四节 2024-2030年中国连锁商场自营模式探索

- 一、中国连锁商场的经营模式
- 二、连锁商场联营模式存在的问题
- 三、连锁商场的自营能力不足
- 四、连锁商场自营模式的探索

第五节 提升中国连锁商场核心竞争力的策略选择

- 一、丰富齐全的产品线
- 二、快捷方便的运营效率
- 三、快速灵敏的战略调整
- 四、寻求质优价低成本优势
- 五、把握时尚流行的元素

第十二章 2024-2030年中国连锁商场业发展趋势分析

第一节 2024-2030年中国连锁商场的发展走势分析

第二节 商业模式下的连锁商场趋势

第三节 多业态、多元化融合的行业发展趋势

第四节 2024-2030年中国连锁商场业发展方向

第五节 2024-2030年中国连锁商场业发展趋势

第十三章 2024-2030年中国连锁商场投资策略分析

第一节 2024-2030年中国连锁商场发展前景及投资机遇分析

第二节 2024-2030年中国连锁商场投资风险分析

一、经济风险

二、政策风险

三、经营风险

四、竞争风险

五、其他风险

第三节 2024-2030年中国连锁商场投资策略分析

一、挖掘新规划经济振兴区域市场

二、发展高端百货业态打造高端品牌

三、发展二三线城市连锁商场业

四、创新经营把握新兴消费人群市场

五、开发微博、团购等互联网营销方式

第四节 投资建议

图表目录：

图表：中国连锁商场的演进历程

图表：中国连锁商场类型

图表：超市和百商场特征对比

图表：2023年按业态分中国连锁商场企业基本情况

图表：2019-2023年中国连锁商场企业基本情况统计

图表：2019-2023年中国连锁商场企业门店总数增长趋势图

图表：2019-2023年中国连锁商场企业从业人员增长趋势图

图表：2019-2023年中国连锁商场企业营业面积增长趋势图

图表：2019-2023年中国连锁商场企业商品销售额数增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1174829.html>