

中国超市行业深度分析及发展前景与发展战略研究报告(2024-2029版)

报告简介

过去几年，“夫妻老婆店”、折扣商店数量呈下滑趋势;其余业态中，便利店、标超等中小型门店的数量增长速度远快于大卖场的扩张速度，超市行业店型越来越呈现小型化、社区化、便利化趋势。一方面，以谊品生鲜、钱大妈等为代表的社区生鲜超市作为一种新业态模式不断涌现;另一方面，以高鑫零售、永辉超市为代表的超市龙头企业纷纷开启mini店等小型门店拓展，完善多业态布局。趋势上看，近几年超市整体门店营业面积稳中有升，但在业态上大超市的数量有所下滑，而以永辉生活超市为代表的中小超市数量则有所扩张。

2021年11月8日，中国连锁经营协会发布《连锁超市经营情况报告(2021)》报告显示，2020年超市百强销售规模为9680亿元，同比增长4.4%，门店总数为3.1万个，同比增长7.4%。其中，大型超市(6000m²及以上)约占总门店数的14.4%，超市(2000-6000m²)约占12.3%，社区超市(小于2000m²)约占73.3%。新增门店绝大部分是贴近社区、以经营生鲜食品为主的社区型门店。2020年销售先高后低，全年保持正增长。2021年上半年，超市业态由于在去年疫情期间形成的高基数、疫情反复和社区团购带来的冲击，门店客流和同店收入下降，营收和利润增长承压。

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。目前，我国超市行业CR5为26.7%，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%。

随着消费需求的变化，超市品牌定位逐渐细化。企业通过门店的面积、商品结构的差异设定、装修风格和配套设施的匹配来满足不同客群的需求。调查数据显示，实体超市新开门店越来越多向主营生鲜食品的小型社区门店转型，面积从两三百平到一两千平不等，平均面积约900平米。目前超市百强企业门店中七成是小型社区门店。

作为民生保障消费的最基础行业，超市行业背后的消费需求都是刚需，受经济大势的影响相对较小，甚至有些出现逆势增长的态势。不过，在疫情的影响下，超市的线上订单较以往有了更大程度的增长。有分析认为，与常态化下的超市相比，疫情期间，作为保障民生商品的主要渠道，超市的作用更加突出和显现。在这次疫情过后，消费者习惯将会逐渐定式化，超市将会迎来一个新的发展。此次疫情势必促使超市从供应商、原料商、生产工厂、物流商、顾客等全价值链进行数字化转型。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家税务总局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、世界贸易组织、中国百货商业协会、中国连锁经营协会、中国特许经营协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国超市及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代模式、发展趋势、新模式与营销策略等进行了分析，并重点分析了我国超市行业发展状况和特点，以及中国超市行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的超市行业发展态势作了详细分析，并对超市行业进行了趋向研判，是超市经营、配送企业，相关服务、投资机构等单位准确了解目前超市发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 超市行业概况及特性分析

第一节 零售行业相关概述

一、零售行业相关概况

1、零售行业的定义

2、零售贸易的特征

3、零售业演变历程

二、零售业准入条件概述

1、注册登记条件

2、资金投入条件

3、技术设备条件

三、零售业的业态概述

1、零售业态划分标准

2、零售业态发展规律

3、有店零售业态概述

4、无店零售业态概述

第二节 超市基本情况概述

一、超市的定义

二、超市发展历程

三、超市特征分析

四、超市业态分析

第三节 超市商品布置技巧概述

一、超市商品组合策略

二、超市商品陈列技巧

三、超市陈列注意事项

第四节 超市商品分类原则概述

一、大分类的分类原则

二、中分类的分类原则

三、小分类的分类原则

第五节 超市与各业态对比分析

一、各业态盈利模式比较

二、超市与百货业态比较

三、超市与家电连锁比较

四、超市与农贸市场比较

第二章 中国零售行业发展环境分析

第一节 超市行业经济环境分析

一、社会消费品零售总额

二、国内生产总值(gdp)分析

1、gdp增长分析

2、gdp对零售业影响

三、城乡居民可支配收入分析

1、城乡居民可支配收入

2、可支配收入对零售业影响

四、居民消费价格(cpi)分析

1、cpi走势分析

2、cpi对零售行业影响

第二节 中国消费市场环境分析

一、中国城乡居民消费支出情况

二、中国城镇居民消费特点分析

三、中国农村居民消费特点分析

四、中国消费品市场发展概述

第三节 中国超市行业政策环境分析

一、中国零售连锁行业管理体制

二、超市零售行业主要法规政策

三、整顿零售企业违规收费方案

四、连锁超市门店管理通用规范

五、商品零售场所限塑令的实施

六、国家关于零售业的发展规划

第四节 中国超市行业社会环境分析

一、城市化促消费的重要措施

二、国家制定消费政策的方向

三、新农村建设孕育消费潜力

第三章 全球超市行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球超市行业总体发展概述

一、全球零售业的特点

二、全球零售业格局变化

三、国际超市连锁经营模式

四、国外超市生鲜经营现状

五、国外超市价格机制特点

第二节 美国超市发展状况分析

一、美国商业零售业发展综述

二、三大超市营销策略分析

三、美国绿色环保超市兴起

四、洛杉矶实施超市限塑令

五、美国零售业发展趋势分析

第三节 欧洲超市发展状况分析

一、欧洲零售业态格局分析

二、欧洲折扣超市模式分析

第四节 日本超市发展状况分析

一、日本零售业发展概述

二、日本超市行业发展态势

三、日本连锁超市创新战略

第五节 其他国家和地区超市发展分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国超市行业发展态势分析

第一节 中国零售行业发展分析

一、中国零售业发展概况

二、零售业并购情况剖析

三、零售业信息化发展概况

四、外资零售企业发展分析

五、本土零售企业发展分析

第二节 中国超市行业发展现状

一、中国超市市场发展历程概述

二、中国超市行业发展特点分析

三、中国超市连锁市场并购概况

四、中国超市业发展动态分析

五、中国连锁超市经营模式

1、个体经营和连锁经营

(1)直营连锁

(2)特许经营连锁

(3)自由连锁

2、自营、联营和出租

(1)自营

(2)联营

(3)出租

3、典型经营模式

(1)沃尔玛经营模式

(2)家乐福经营模式

(3)永辉超市经营模式

第三节 外资超市在中国发展状况分析

一、外资超市在中国发展历程

二、外资超市的扩张特点分析

三、外资超市业态多元化趋势

四、外资超市入华必然性分析

五、外资超市的扩张障碍分析

第四节 中国连锁超市发展概况

一、连锁超市业处于快速成长期

二、连锁超市自有品牌发展分析

三、连锁超市供应链的管理现状

四、连锁超市行业市场区隔分析

五、连锁超市行业渠道渗透分析

六、连锁超市企业扩张模式分析

第五节 中国超市行业发展动态分析

一、中国超市业步入扩张瓶颈期

二、环保组织超市排行榜分析

三、超市业欺诈调研报告情况

第六节 中国超市行业的发展问题分析

一、超市行业的主要问题分析

二、中国中小超市面临的困境

三、国内外超市之间的差距

1、国内超市巨头与国外的差距

2、国内连锁超市竞争对策研究

第七节 中国超市行业的发展对策分析

一、超市业做大做强措施分析

二、中小型超市发展对策分析

三、超市业态延伸策略的建议

四、超市行业可持续发展建议

五、超市顾客满意度提升策略

六、社区超市的发展策略分析

七、零售商实施品类优化管理

八、超市精细化管理策略分析

第五章 中国超市行业整体运行指标分析

第一节 中国超市规模分析

一、全国超市数量总计

二、全国新开超市数量分析

三、十大知名超市新开数量统计

四、疫情影响下全国超市开业/关店数量变化

第二节 中国超市行业经济指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、全国超市行业总收入

2、全国超市上游供货商分析

3、全国超市行业利润分析

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

第三节 中国超市行业重点企业数据分析

一、重点超市连锁企业到店顾客数

二、重点超市连锁企业vip顾客数

三、重点超市连锁企业门店平均收入分析

四、重点超市连锁企业门店平均利润分析

第三部分 市场全景调研

第六章 中国超市细分市场分析及预测

第一节 中国超级市场零售企业发展综述

一、超级市场零售企业发展基本情况

二、超级市场零售企业商品购销分析

三、超级市场零售企业资产负债分析

四、超级市场零售企业经营情况分析

第二节 中国超市各子业态经营情况分析

一、大型综合超市业态分析

1、大型综合超市市场发展分析

2、大型综合超市分布区域分析

3、大型综合超市产品种类分析

4、大型综合超市物流网络分析

5、大型综合超市业态发展预测

6、大型综合超市代表企业分析

二、生鲜超市业态分析

1、生鲜超市市场发展分析

2、生鲜超市产品种类分析

3、生鲜超市开店速度分析

4、生鲜超市物流网络分析

5、生鲜超市代表企业分析

三、折扣店业态分析

1、社区折扣店市场发展分析

2、社区折扣店分布区域分析

3、社区折扣店产品种类分析

4、社区折扣店业态发展预测

5、社区折扣店代表企业分析

四、便利店业态分析

1、便利超市市场发展分析

2、便利超市分布区域分析

3、便利超市产品种类分析

4、便利超市开店速度分析

5、便利超市业态发展预测

6、便利超市代表企业分析

五、无人超市业态分析

1、无人超市市场发展分析

2、无人超市分布区域分析

3、无人超市产品种类分析

4、无人超市开店速度分析

5、无人超市业态发展预测

6、无人超市代表企业分析

第七章 中国超市行业营销趋势及策略分析

第一节 超市行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、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、超市营销环境分析与评价

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 超市行业营销策略分析

一、中国超市营销概况

二、超市营销策略探讨

第三节 超市营销的发展趋势

一、企业市场营销的创新与发展前景

二、未来超市市场营销的出路

三、中国超市营销的趋势预测

第四部分 竞争格局分析

第八章 中国超市行业竞争态势分析

第一节 中国超市业核心竞争力分析

一、超市竞争力打造

二、供应链管理分析

三、消费者需求导向

第二节 中国超市行业竞争结构分析

一、供应商议价能力

二、购买者议价能力

三、新进入者的威胁

四、替代品威胁分析

五、同业竞争者分析

第三节 中国超市行业竞争现状分析

一、超市业态竞争现状分析

二、中国高端超市swot分析

三、农村连锁超市竞争力分析

四、中外资超市竞争现状分析

第四节 中外资超市经营模式对比分析

一、市场调查的对比

二、店面及购物环境

三、联营区建设分析

四、自有品牌的发展

五、消费者服务差异

六、员工政策及福利

第五节 主要外资超市经营与发展状况分析

一、沃尔玛

1、沃尔玛经营情况

2、沃尔玛发展规模

3、沃尔玛发展现状

二、家乐福

1、家乐福经营情况

2、家乐福发展现状

三、麦德龙

1、麦德龙经营情况

2、麦德龙发展现状

3、麦德龙被物美收购控股权

四、tesco

五、卜蜂莲花

1、卜蜂莲花经营情况

2、卜蜂莲花发展现状

六、欧尚

1、欧尚经营情况

2、欧尚发展现状

3、欧尚退出中国市场

第六节 中国超市行业竞争策略分析

一、连锁超市竞争策略分析

二、农村超市竞争战略选择

三、中国超市定价策略分析

四、中资超市应对外资策略

五、后疫情时代大型综合超市竞争策略选择

第九章 超市行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 超市区域市场分析

一、东北地区超市市场分析

1、东北地区超市发展现状

2、东北地区超市覆盖率分析

- 3、东北地区超市市场规模分析
 - 4、东北地区超市类型结构分析
 - 5、东北地区超市市场发展趋势
- 二、华北地区超市市场分析
- 1、华北地区超市发展现状
 - 2、华北地区超市覆盖率分析
 - 3、华北地区超市市场规模分析
 - 4、华北地区超市类型结构分析
 - 5、华北地区超市市场发展趋势
- 三、华东地区超市市场分析
- 1、华东地区超市发展现状
 - 2、华东地区超市覆盖率分析
 - 3、华东地区超市市场规模分析
 - 4、华东地区超市类型结构分析
 - 5、华东地区超市市场发展趋势
- 四、华南地区超市市场分析
- 1、华南地区超市发展现状
 - 2、华南地区超市覆盖率分析
 - 3、华南地区超市市场规模分析
 - 4、华南地区超市类型结构分析
 - 5、华南地区超市市场发展趋势
- 五、华中地区超市市场分析
- 1、华中地区超市发展现状
 - 2、华中地区超市覆盖率分析

- 3、华中地区超市市场规模分析
- 4、华中地区超市类型结构分析
- 5、华中地区超市市场发展趋势

六、西南地区超市市场分析

- 1、西南地区超市发展现状
- 2、西南地区超市覆盖率分析
- 3、西南地区超市市场规模分析
- 4、西南地区超市类型结构分析
- 5、西南地区超市市场发展趋势

七、西北地区超市市场分析

- 1、西北地区超市发展现状
- 2、西北地区超市覆盖率分析
- 3、西北地区超市市场规模分析
- 4、西北地区超市类型结构分析
- 5、西北地区超市市场发展趋势

第十章 2024-2029年中国领先超市经营形势分析

第一节 中国超市总体发展状况分析

- 一、超市上市企业资产规模
- 二、超市资本运作案例分析
- 三、超市创新及品牌建设
- 四、超市国际竞争力分析
- 五、超市行业收入排名

第二节 中国领先超市企业经营形势分析

- 一、高鑫零售有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业资产规模
- 3、企业组织架构
- 4、企业发展动态
- 5、企业区域分布
- 6、企业营销网络
- 7、2019-2023年企业销售额
- 8、企业发展战略研究

二、沃尔玛(中国)投资有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业资产规模
- 3、企业组织架构
- 4、企业发展动态
- 5、企业区域分布
- 6、企业营销网络
- 7、2019-2023年企业销售额
- 8、企业发展战略研究

三、物美科技集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业资产规模
- 3、企业组织架构
- 4、企业发展动态
- 5、企业区域分布
- 6、企业营销网络

7、2019-2023年企业销售额

8、企业发展战略研究

四、永辉超市股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业资产规模

3、企业业务范围

4、企业发展动态

5、企业品牌价值

6、企业营销网络

7、2019-2023年企业销售额

8、企业发展战略研究

五、联华超市股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业资产规模

3、企业组织架构

4、企业发展动态

5、企业竞争优势分析

6、企业营销网络

7、2019-2023年企业销售额

8、企业发展战略研究

六、家家悦集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业资产规模

3、企业组织架构

- 4、企业发展动态
- 5、企业区域分布
- 6、企业营销网络
- 7、2019-2023年企业销售额
- 8、企业发展战略研究

七、家乐福(中国)管理咨询服务有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业组织架构
- 4、企业发展规模
- 5、企业区域分布
- 6、企业营销网络
- 7、2019-2023年企业销售额
- 8、企业发展战略研究

八、中百控股集团股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业资产规模
- 3、企业业务范围
- 4、企业发展动态
- 5、企业区域分布
- 6、企业营销网络
- 7、2019-2023年企业销售额
- 8、企业发展战略研究

九、北京华联综合超市股份有限公司

- 1、企业发展概况
 - 2、企业资产规模
 - 3、企业组织架构
 - 4、企业发展动态
 - 5、企业区域分布
 - 6、企业营销网络
 - 7、2019-2023年企业销售额
 - 8、企业发展战略研究
- 十、步步高商业连锁股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业资产规模
- 3、企业组织架构
- 4、企业发展动态
- 5、企业区域分布
- 6、企业营销网络
- 7、2019-2023年企业销售额
- 8、企业发展战略研究

第五部分 发展前景展望

第十一章 2024-2029年超市行业前景及趋势分析

第一节 中国新零售行业市场前景与发展趋势分析

- 一、新零售发展模式及现状
- 二、中国新零售行业市场增长动力分析
- 三、中国新零售行业市场发展瓶颈剖析
- 四、新零售营销模式及案例

五、中国新零售行业市场发展趋势分析

第二节 中国超市行业前景分析与展望

- 一、中国超市行业前景分析
- 二、零售新模式助超市开拓市场
- 三、中国主流超市发展前景分析
- 四、未来中国超市前景展望

第三节 2024-2029年中国超市行业发展趋势分析

一、超市行业发展趋势

- 1、农超对接普及化
- 2、网上超市主流化
- 3、零售工作巧妙化
- 4、市场定位差别化
- 5、超市设备智能化
- 6、投资主体多元化

二、2024-2029年中国超市物流配送发展趋势

- 1、冷冻生鲜的配送
- 2、引入第三方物流
- 3、信息技术的应用
- 4、超市物流专业化

第十二章 2024-2029年超市行业投资可行性分析

第一节 2024-2029年中国超市行业投资潜力分析

- 一、超市行业投资机会分析
- 二、信息化助推零售业发展
- 三、农村超市投资潜力分析

四、中国无人超市投资潜力

第二节 2024-2029年中国超市行业投资环境分析

一、无人零售经营场所有望快速壮大

二、温和通胀推动超市业发展

三、人均收入提升超市购物需求

四、物流业振兴促产业链整合

第三节 2024-2029年外资超市在华投资风险分析

一、利率风险及管理

二、汇率风险及管理

三、价格风险及管理

四、通胀风险及管理

第四节 2024-2029年中国超市行业投资策略分析

一、网点开发流程与标准化相结合

1、完善网点开发流程

2、强化标准化运作

3、推行成本绩效制

二、网点规模要与市场需求相适宜

1、认清目标市场

2、分析竞争对手

3、严密销售预测

三、网点投资要与市场环境相适宜

1、租金方式多元化

2、交接条件最优化

3、装潢标准层级化

第五节 中国超市行业投资建议

一、超市行业未来发展方向

二、超市行业主要投资建议

三、中国超市企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 2024-2029年超市行业面临的困境及对策

第一节 超市行业面临的困境

一、中国超市行业发展的主要困境

1、中国超市行业发展困境剖析

2、疫情影响下超市行业发展困境

二、超市面对电商冲击的发展困境

三、外资超市对中小零售企业的冲击

四、连锁超市经营困境分析

第二节 超市企业面临的困境及对策

一、重点超市企业面临的困境及对策

二、中小(连锁)超市面临的困境与出路分析

第三节 中国超市行业存在的问题及对策

一、中国超市和便利店面临一种两难困境

二、超市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

第四节 中国超市市场发展面临的挑战与对策

一、中国超市市场发展面临的挑战

- 1、中国零售业发展面临的挑战与对策
- 2、中国大型超市优势面临挑战
- 3、中国连锁超市发展存在的问题与对策
- 4、中国社区连锁超市发展的机遇与挑战

二、中国超市市场发展对策

三、中道泰和建议

第十四章 超市行业案例分析研究

第一节 超市行业并购重组案例分析

- 一、超市行业并购重组成功案例分析
- 二、超市行业并购重组失败案例分析
- 三、经验借鉴

第二节 超市行业经营管理案例分析

- 一、超市行业经营管理成功案例分析
- 二、超市行业经营管理失败案例分析
 - 1、国外超市行业经营管理失败案例解析
 - 2、国内超市行业经营管理失败案例解析
- 三、经验借鉴

第三节 超市行业营销案例分析

- 一、超市行业营销成功案例分析
- 二、超市行业营销失败案例分析
- 三、经验借鉴

第四节 新零售模式下无人超市案例研究

第十五章 超市行业发展战略研究

第一节 超市行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略研究

第二节 对中国超市品牌的战略思考

一、超市品牌的重要性

二、超市实施品牌战略的意义

三、超市企业品牌的现状分析

四、中国超市企业的品牌战略

五、超市品牌战略管理的策略

第三节 超市经营策略分析

一、超市市场细分策略

二、外资超市挑战下的发展策略研究

三、品牌定位与品类规划

四、促进中国连锁超市自有品牌发展的策略

第四节 超市行业投资战略研究

一、超市行业投资战略

二、2024-2029年超市行业投资战略

图表目录

图表：中国超市连锁的发展阶段

图表：全球超市行业市场零售额

图表：全球各国超市行业cr5对比

- 图表：中国超市行业市场零售额
- 图表：中国零售业态的演进历程
- 图表：中国无店铺零售业态分类及基本特点
- 图表：超市子业态基本特点分析
- 图表：顾客购买商品流程图
- 图表：超市、百货、家电连锁盈利模式比较
- 图表：超市与百货业态特征对比
- 图表：超市与家电连锁业态特征对比
- 图表：中国主要内资连锁超市供应链管理比较
- 图表：新零售价值链
- 图表：超市的采购方式
- 图表：超市的物流配送模式
- 图表：部分超市物流配送模式
- 图表：超市行业业态类型
- 图表：部分外资超市在中国市场的发展情况
- 图表：超市与百货业态对比
- 图表：超市行业与家电连锁业对比
- 图表：超市商品销售结构
- 图表：规模以上超市占社会零售总额比重
- 图表：超市行业净利润总额及其增速
- 图表：超市行业店面总面积及其增速
- 图表：大中小超市平均单店净利润
- 图表：大中小超市平均净利率
- 图表：零售业百强企业占社会消费品总额比重走势

- 图表：超市行业供应链流程
- 图表：超市的物流配送模式
- 图表：部分超市物流配送模式
- 图表：以客户为中心的管理模式
- 图表：超市商品品类管理
- 图表：以客户为中心的超市经营能力体系
- 图表：内资超市经营业态分析
- 图表：外资超市经营业态分析
- 图表：外资超市分布区域分析
- 图表：2019-2023年超市行业持续关店情况统计
- 图表：2019-2023年超市企业租赁费用增速对比
- 图表：2019-2023年永辉超市营业收入增长
- 图表：近年永辉超市生鲜产品损耗率同行比较
- 图表：永辉超市各商品采购特点及方式
- 图表：永辉超市供应链管理分析
- 图表：一、二、三线城市超市行业历史增速
- 图表：超市子业态销售、利润占比
- 图表：不同面积超市来客数和客单价
- 图表：不同面积超市人效和坪效
- 图表：联华超市股份有限公司盈利能力分析
- 图表：联华超市股份有限公司运营能力分析
- 图表：联华超市股份有限公司偿债能力分析
- 图表：联华超市股份有限公司发展能力分析
- 图表：2019-2023年国内超市自有品牌商品占总销售额的比例

图表：2024-2029年限额以上超市营业总额增长预测

图表：2024-2029年中国超市行业总收入预测

图表：2024-2029年中国超市行业利润总额预测

图表：2024-2029年全国超市数量预测

图表：2024-2029年全国超市新开超市数量预测

图表：2024-2029年中国超市行业盈利能力预测

图表：2024-2029年重点超市连锁门店平均收入预测

图表：2024-2029年重点超市连锁门店平均利润预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20220127/244795.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)