

2010-2015年中国连锁超市 行业市场调研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

《2010-2015年中国连锁超市行业市场调研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/pifalingshou/E17161EEFS.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

[b]2010-2015年中国[b]连锁超市[/b]行业市场调研与投资前景分析报告 内容介绍：[/b]

随着零售商业在国民经济中作用的日益增强，对国民经济增长贡献率的扩大，零售商业已开始成为引导生产和消费的先导型行业。作为零售业主要载体的中国连锁超市发展迅猛，国内外商业巨头纷纷布局，竞争激烈。

改革开放的30年，中国零售业经历了从小到大、从封闭到开放、从单一到多元、从传统到现代的不断发展历程。零售业是全国最先开始市场调研市场化、最先实现市场化的产业。同时中国在世界零售市场中的地位也在不断上升，其零售额占世界零售市场的份额已由2000年的5.1%增至2007年的9.9%。

2009年，中国实现社会消费品零售总额125342.7亿元，并呈现出上半年增长平稳，下半年逐季走高的态势。2009年，中国本土的零售企业还加快了完善供应链、建设物流配送中心、优化人力资源、合理降低损耗、大力压缩不必要的开支以降低成本等措施，千方百计提高企业的市场竞争力。2009年，连锁百强销售规模达到1.36万亿元，同比增长13.5%。百强企业门店总数达到13.7万个，门店总数增长18.9%。从2005-2009年的中国连锁企业百强排名来看，百强企业的销售总额占社会消费品零售总额的比重分别为10.53%、11.19%、11.23%、11.06%、10.83%。百强前十名占百强销售规模的比例在不断上升，2005-2009年分别为44.32%、47.63%、50.10%、48.31%、47.01%。

随着跨国大型零售商在华发展的不断加速，零售业竞争将进一步加剧。近年来，外资零售商不仅在中心城市扮演着主角，而且还逐渐向二、三级城市推进，零售行业的竞争也进一步加大。2010年伊始，沃尔玛、家乐福、特易购、易买得等数十家外资零售企业都表示要在中国市场继续开店，加速跑马圈地，扩张版图。外资零售巨头在华竞争已经从市场份额争夺扩大到了业态模式的角逐

2010年中国经济仍然将保持较快的增长速度，零售业正朝着好的方向行驶。预计消费需求仍将保持较快增长，消费品零售额名义增长将超过2009年，但由于物价涨幅提高，消费实际增长将略低于2009年。2010年我国物价水平将温和增长。初步预计，2010年，CPI将上涨3%左右，PPI上涨5%左右，涨幅均大大高于2009年，但不会出现严重的通货膨胀。

本报告主要依据国家统计局、国家商务部、中国商业联合会、全国商业信息中心、中国连锁经营协会、国民经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及连锁超市业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国零售业发展情况、连锁经营、超市业发展状况、超市业市场、超市企业经济类型竞争以及连锁经营热点等进行了多方面深度剖析，并对未来连锁超市业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大

量分析、预测的基础上，研究了连锁超市业今后的发展与投资策略，为连锁超市企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

[b]第一部分 行业发展环境分析[/b]

[b]第一章 中国连锁超市发展环境分析[/b]

第一节 中国连锁超市发展宏观环境

- 一、宏观经济对商业零售影响
- 二、2009年宏观经济运行指标分析
- 三、2010年国民经济运行情况
- 四、2009-2010年消费者信心指数
- 五、上海世博会对中国及世界经济的影响

第二节 世界部分国家连锁超市发展情况

- 一、日本大型综合超市发展分析
- 二、南非连锁超市发展分析
- 三、法国超市网购业务分析
- 四、越南连锁超市发展分析

第三节 连锁超市发展相关政策分析

- 一、零售行业政策环境分析
- 二、商业特许经营管理条例
- 三、连锁超市门店管理规范
- 四、商务部：外资超市审批权下放到省

[b]第二章 中国零售业发展概况[/b]

第一节 中国零售业发展概况

- 一、零售业态分类和基本特点
- 二、中国零售发展趋势及策略
 - 一、2010年中国零售业形势和政策
 - 二、零售业的消费趋势分析
 - 三、零售业的公司品牌化趋势
 - 四、零售业多元化发展策略
 - 五、中国零售业的现实问题与未来支撑
 - 六、中国零售业供应链管理的现状及对策

[b]第三章 中国连锁经营发展分析[/b]

第一节 中国连锁经营发展概况

一、连锁经营的定义

二、连锁经营的发展

三、连锁经营的优势

四、连锁经营的认识

五、连锁经营的经营形态

第二节 2009年“中国连锁百强”分析

一、2009年中国连锁百强数据分析

二、2009年中国连锁百强经营特点分析

三、2009年连锁百强座次重排 苏宁超国美

第三节 连锁经营在各行业的发展分析

一、汽车后连锁经营市场分析

二、内衣连锁经营分析

三、手机零售商连锁经营分析

四、家纺床品连锁经营分析

第四节 中国连锁经营的策略分析

一、中国连锁经营企业营销分析

二、中间组织视角下特许连锁经营

三、2010年三方面推进连锁企业经营创新

[b]第二部分 行业及市场分析[/b]

[b]第四章 中国连锁超市发展分析[/b]

第一节 中国连锁超市发展模式

四、市场发展态势展望

[b]第九章 连锁超市优势企业分析[/b]

第一节 沃尔玛

一、公司简介

二、公司动态

三、公司在中国的政策性壁垒

四、公司市场再定位策略

五、沃尔玛激励经营策略

第二节 家乐福

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、公司网上购物状况
- 四、公司发展战略
- 第三节 麦德龙
 - 一、公司简介
 - 二、公司经营理念
 - 三、公司超市的基本特点
 - 四、公司仓储式超市的营销策略
- 第四节 易初莲花
 - 一、易初莲花简介
 - 二、易初莲花动态
 - 三、易初莲花发展策略
- 第五节 华润万家
 - 一、公司简介
 - 二、发展历程
 - 三、华润万家“以小攻大”战略
 - 四、公司动态
- 第六节 华联超市
 - 一、公司简介
 - 二、公司的策略调整分析
 - 三、2009-2010年公司经营情况分析
 - 四、2009-2010年公司财务数据分析
- 第七节 苏果超市
 - 一、公司简介
 - 二、公司经营之道
 - 三、解读公司突出成就
 - 四、2010年公司发展计划
- 第八节 步步高商业连锁股份有限公司
 - 一、公司简介
 - 二、公司经营之道
 - 三、2009-2010年公司经营情况分析

四、2009-2010年公司财务数据分析

五、公司未来发展战略及展望

[b]第四部分 行业发展趋势及战略[/b]

[b]第十章 2010-2015年连锁超市发展趋势分析[/b]

第一节 全球化条件下中国超市发展趋势

一、经营理念的发展趋势

二、超市定位的发展趋势

三、经营方式的发展趋势

四、超市价格的竞争趋势

第二节 后WTO时代超市发展趋势分析

一、市场定位差别化

二、经营规模化

三、自有品牌化

四、生鲜食品主导化

五、物流配送快速化

第三节 2010年连锁超市发展趋势分析

一、2010年中国连锁业发展展望

二、大型超市小型化趋势

三、超市的细分和规范趋势

四、连锁超市的并购趋势

五、“扩张”与“转型”趋势

六、生鲜超市的发展趋势

第四节 农村连锁超市发展趋势分析

一、农村超市的发展现状

二、农村连锁超市的特殊性

三、农村连锁经营的限制因素及发展思路

四、农村连锁店的走向

[b]第十一章 2010-2015年连锁超市经营策略分析[/b]

第一节 国内外大型超市经营模式对比及启示

一、国内外大型超市发展现状

二、国内外大型超市经营模式对比

三、本土大型超市发展的经营启示

第二节 连锁超市的营销策略分析

- 一、连锁超市赢利模式分析
- 二、国内连锁超市发展四策略
- 三、连锁超市管理的策略分析
- 四、建设乡镇连锁超市策略分析
- 五、跨国连锁超市舞弊案分析

第三节 中国连锁超市企业供应链管理对策

- 一、连锁超市企业供应链管理存在问题
- 二、连锁超市企业供应链管理对策

第四节 客户关系管理在零售超市服务中应用研究

- 一、客户关系管理的内涵
- 二、超市实施客户关系管理的必要性
- 三、超市成功实施客户关系管理的策略

第五节 超市成功促销策略

- 一、寻找促销的突破口
- 二、促销策划的框架
- 三、促销策划过程
- 四、促销的评估
- 五、超市赢取顾客靠的不仅是低价

[b]第十二章 2010-2015年连锁超市竞争策略分析[/b]

第一节 本土超市应对外来竞争策略分析

- 一、价格领先
- 二、差异化竞争

第二节 提升我国零售企业核心竞争力的策略选择

- 一、中国零售企业所面临的环境
- 二、国际竞争中我国零售企业的优势与劣势
- 三、零售业核心竞争力的分析
- 四、提升中国零售业核心竞争力的发展策略

第三节 超市合并扩张策略

- 一、成本对比首先受到重视
- 二、配送和跨区域服务能力面临考验
- 三、被抛弃的代理商

第四节 中小连锁超市的优劣势与对策

一、中小企业在组织上的特征分析

二、中小连锁超市的优劣势分析

三、中小超市企业发展中的对策

图表目录

图表：2009年社会消费品零售总额各月增速

图表：2003-2009年农村消费贡献率逐年提高

图表：2009年社会消费品零售总额各月增速

图表：2005-2009年城乡居民收入情况

图表：1998年I季度—2009年IV季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：1999年12月—2009年12月工业增加值月度同比增长率（%）

图表：1999年12月—2009年12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：1999年12月—2009年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

)

图表：1999年12月—2009年12月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：1999年12月—2009年12月货币供应量月度同比增长率（%）

图表：2009年5月-2010年5月CPI同比涨幅(%)

图表：2009年5月-2010年5月PPI同比涨幅(%)

图表：2009年3月-2010年4月消费者信心指数

图表：2007年1月-2010年4月消费者信心指数

图表：有店铺零售业态分类和基本特点

图表：有店铺零售业态分类和基本特点

图表：无店铺零售业态分类和基本特点

图表：2008年1月-2009年12月社会消费品零售总额增速——月度

图表：1995-2009年社会消费品零售总额增速——年度

图表：2008年1月-2009年12月社会消费品零售总额增速——分地域

图表：2008年1月-2009年12月社会消费品零售总额增速——超市类增速

图表：2008年1月-2009年12月社会消费品零售总额增速——百货类增速

图表：2008年1月-2009年12月社会消费品零售总额增速——家电连锁类增速

图表：2008年1月-2009年12月社会消费品零售总额限额以上分类别同比增速

图表：2008年1月-2009年12月CPI指数

图表：2008年1月-2009年12月分地区CPI：同比

图表：2008年1月-2009年12月分类别CPI指数

图表：2002-2010年5月我国消费品零售总额增速情况

图表：2002-2010年5月我国消费品零售总额增速情况——分区域

图表：2006-2010年5月我国限额以上零售增速情况

图表：2003-2010年5月我国城镇人均可支配收入同比增长速度

图表：2003-2010年5月我国农村人均可支配收入同比增长速度

图表：2007-2010年5月分类商品数据（限额以上企业零售额）增速——粮油、肉禽蛋类

图表：2007-2010年5月分类商品数据（限额以上企业零售额）增速——饮料、烟酒、其他食品

图表：2007-2010年5月分类商品数据（限额以上企业零售额）增速——食品、饮料、烟酒类与日用品类

图表：2007-2010年5月分类商品数据（限额以上企业零售额）增速——食服装鞋帽、针、纺织品类、金银珠宝类

图表：2007-2010年5月分类商品数据（限额以上企业零售额）增速——家具类、建筑及装潢材料类、家用电器和音像器材类

图表：2007-2010年5月分类商品数据（限额以上企业零售额）增速——汽车类、通讯器材类

图表：2007-2010年5月分类商品数据（扣除零售价格指数）增速——食品、饮料、烟酒类、日用品类

图表：2007-2010年5月分类商品数据（扣除零售价格指数）增速——服装、化妆品、金银珠宝类

图表：2007-2010年5月分类商品数据（扣除零售价格指数）增速——家用电器和音像器材类、家具类

图表：零售商品战略的类型

图表：服务业三种关系的营销

图表：2009年连锁百强前十

图表：基于交易成本和激励的企业—中间-市场分析框架

图表：企业、中间组织和市场相关性质上的差异

图表：2006、2007年30家大型超市平效和人效对比情况表

图表：2006、2007年30家大型超市销售增长和店铺总数增长情况

图表：2007年大型超市内外资门店数、总销售额、单店销售额比较

图表：2006、2007年40家超市门店的平效和人效对比情况表

图表：2006、2007年11家百货店的平均销售额和营业面积比较

图表：2006、2007年11家百货门店的平效和人效对比情况表

图表：2006、2007年15家店的便利店平均销售额和营业面积比较

图表：2006、2007年15家便利店的平效及人效及单品销售额比较

图表：验证性因子分析结果

图表：综合超市消费者满意度测量模型

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度量表可靠性检验

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市总体满意度

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较

图表：零售商销售额

图表：食品供应商与零售商的销售额增长率对比

图表：零售商门店数量

图表：零售商利润

图表：2005-2009年零售行业营业收入和净利润同比增长

图表：2008-2009年零售行业单季营业收入和净利润同比增长

图表：2005-2009年零售行业主要盈利指标对比

图表：2005-2009年零售行业整体现金流情况对比

图表：2005-2009年零售行业主要偿债能力指标

图表：2005-2009年零售行业主要营运能力指标

图表：2010年重点零售上市公司年报一季报情况

图表：在华主要跨国零售企业基本资料

图表：跨国零售企业在华主要分布状况

图表：跨国零售企业在华业态战略选择

图表：跨国零售企业在华业态组合

图表：2010年外资超市在华新开店及全国布局

图表：2007年家乐福中国内地门店区域分布

图表：2009年华联超市股份有限公司主营构成表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司流动资产表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司长期投资表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司固定资产表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司无形及其他资产表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司流动负债表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司长期负债表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司股东权益表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司主营业务收入表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司主营业务利润表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司营业利润表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司利润总额表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司净利润表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司每股指标表

图表：2009-2010年四季度华联超市股份有限公司获利能力表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司经营能力表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司偿债能力表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司资本结构表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司发展能力表

图表：2009-2010年华联超市股份有限公司现金流量分析表

图表：2009年步步高商业连锁股份有限公司主营构成表

图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司流动资产表

图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司长期投资表

图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司固定资产表

图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司无形及其他资产表

图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司流动负债表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司长期负债表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司股东权益表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司主营业务收入表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司主营业务利润表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司营业利润表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司利润总额表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司净利润表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司每股指标表
图表：2009-2010年四季度步步高商业连锁股份有限公司获利能力表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司经营能力表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司资本结构表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司发展能力表
图表：2009-2010年步步高商业连锁股份有限公司现金流量分析表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/E17161EEFS.html>