

2017-2022年中国连锁超市 市场深度分析与前景发展战略规划研究报告

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

《2017-2022年中国连锁超市市场深度分析与前景发展战略规划研究报告》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/F298471FBV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

连锁超市是指用连锁形式经营多家超市，实行统一进货、统一配送、统一管理，把超市和连锁经营的双重优势有机地结合起来，具有较强的竞争力，是超市普遍采取的形式。

连锁超市在价格体系上实行低价格、低利润、高周转经营；在销售方式上采取开架售货，顾客自选的方式，适应大量消费、大量销售、大量流通的新型零售流通手段。这正是促进零售商业和流通机构、现代化、体系化的“流通革命”。

连锁业态在中国已经得到成功应用，过去十年间连锁百强企业销售额一直保持着良好增长趋势，2014年连锁百强企业销售额为20,963.76亿元，同比增长5.1%；门店总数107,366家，同比增长4.2%；占社会消费品零售总额比例由2002年的5%左右上升至10%左右。

2014年快速消费品连锁百强销售额为10,261.87亿元，同比增长6.5%；门店总数88,594家，同比增长5.0%；占连锁百强销售额的比例由2010年41.93%上升至48.95%，连锁超市企业已占据连锁零售市场的半壁江山，整体市场空间巨大。

2011-2015年快速消费品连锁百强销售额及其占连锁百强销售额的比例

2011-2015年连锁百强企业销售额及其占社会消费品零售总额的比例

随着所在城市或区域的人均收入、消费水平的提升，消费习惯的变迁，尤其在零售渠道较为发达的一、二线城市，连锁超市业态也正在发生结构性变化：一方面，由于现代店铺布局的分散化，每个店铺的商圈范围逐渐缩小，单店客流不会随着店铺规模的扩大而无限制的增长，这样，未来零售业发展中规模效益的实现，需要通过众多分散的小店铺的集合，这种集合离不开更大密度连锁方式的运用。另一方面，随着互联网技术与电子商务行业的飞跃发展，网购的便利性、价格优势和商品丰富程度对实体零售行业造成了越来越大的冲击，在店铺形态上，相比数量较少的大中型卖场和超市，单个覆盖面小、密度更大的小型连锁店铺由于更加接近居民生活区，凭借其便利性、便捷性，形成对于网购的天生的抗冲击能力。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国连锁超市市场深度分析与前景发展战略规划研究报告》共十三章。首先介绍了连锁超市相关概念及发展环境，接着分析了中国连锁超市规模及消费需求，然后对中国连锁超市市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国连锁超市面临的机遇及发展前景。您若想对中国连锁超市有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国连锁超市行业综述

第一节 中国连锁经营发展概况

一、连锁经营定义

二、连锁经营特点

三、连锁经营分类

四、连锁经营发展历程

五、连锁经营条件分析

第二节 超市的相关概念介绍

一、超市的定义

二、超市的特点

三、超市发展历史

四、连锁超市的定义

五、连锁超市行业的特征

第二章 中国连锁超市发展环境分析

第一节 中国连锁超市发展宏观环境

一、2014-2016年中国GDP增长情况分析

二、2014-2016年中国居民消费价格走势

三、2014-2016年城乡居民收入与消费分析

四、2014-2016年中国社会消费品零售总额

五、2014-2016年全社会固定资产投资分析

六、2014-2016年进出口总额及增长率分析

七、宏观经济对商业零售影响

第二节 政策环境

一、超市行业主管部门及管理体制

二、中国连锁超市行业相关政策

三、连锁超市行业相关法律法规

四、商务部研究出台新促进消费政策

第三节 社会环境

- 一、城市化进程加快进步拓宽农村市场
- 二、消费习惯的改变进步加速“农改超”
- 三、新农村建设孕育巨大消费潜力
- 四、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长
- 五、基础设施完善及信息物流技术提高助力超市运营

第四节 消费环境

- 一、2014-2016年城镇居民家庭消费性支出分析
- 二、2014-2016年城镇居民家庭购买商品数量分析
- 三、2014-2016年中国零售行业发展情况
- 四、2014-2016年中国连锁经营产业发展情况

第三章 中国连锁超市行业发展总体分析

第一节 国外连锁超市发展情况

- 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

第二节 中国连锁超市行业发展综述

- 一、中国连锁超市行业发展历程
- 二、中国连锁超市行业发展特点
- 三、中国连锁超市企业的经营模式
- 四、中国连锁超市经营中存在的问题
- 五、制约中国连锁超市产业发展的因素

第四章 中国连锁超市行业发展现状分析

第一节 中国连锁超市行业发展现状分析

- 一、中国连锁超市行业处于快速成长期
- 二、中国连锁超市自有品牌发展现状分析
- 三、中国连锁超市供应链管理现状分析
- 四、中国连锁超市行业市场区隔分析
- 五、中国连锁超市行业渠道渗透分析
- 六、中国连锁超市企业扩张模式分析

七、中国连锁超市行业盈利情况分析

第二节 中国连锁超市行业发展规模分析

一、中国连锁零售业经营规模分析

二、中国连锁超市规模化发展

三、中国超市行业发展规模分析

四、中国连锁超市行业并购频繁

第五章 中国连锁超市行业商业模式分析

第一节 中国连锁超市行业价值链分析

一、直接采购占比越来越大

二、物流是限制超市发展的瓶颈之

三、生鲜产品销售是超市经营的重点

第二节 连锁超市通道费赢利模式分析

一、超市通道费用赢利模式存在的市场基础

二、通道费用赢利模式的弊端

三、加强供应链管理转换超市赢利模式

第三节 网上超市发展瓶颈分析

一、网上超市缺货多配送难

二、网上超市难敌实体超市

三、网上超市发展四瓶颈

第六章 连锁超市物流分析

第一节 我国连锁零售业物流配送的现状与对策分析

一、连锁超市物流的内涵

二、我国连锁超市物流管理现状

三、沃尔玛物流配送中心的成功经验

四、构筑连锁超市的物流核心竞争力

第二节 连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析

一、连锁超市物流配送存在的问题

二、影响连锁超市物流配送因素

第三节 连锁超市物流配送策略分析

一、连锁超市物流配送新方法

- 二、连锁超市物流系统竞争力分析
- 三、大型连锁超市中物流配送策略
- 四、连锁超市的逆向物流管理

第七章 2014-2016年中国连锁超市行业竞争格局分析

第一节 2014-2016年中国连锁超市竞争现状

- 一、连锁超市行业集中度提高增长放缓
- 二、外资超市扩张加剧竞争
- 三、连锁百强中外超市竞争情况
- 四、内资及外资企业角逐社区超市

第二节 2014-2016年二线城市连锁超市竞争日趋激烈

- 一、二线市场与一线城市相比较
- 二、西南地区二线城市潜力巨大
- 三、二线城市成连锁超市争夺要地

第三节 2014-2016年内资与外资超市竞争状况分析

- 一、连锁超市经营业态对比
- 二、连锁超市分布区域对比
- 三、连锁超市开店速度对比
- 四、连锁超市物流网络对比
- 五、连锁超市自有品牌对比

第四节 2014-2016年连锁便利店的竞争威胁

- 一、便利店及专业店的威胁综述
- 二、国内主要便利店及其发展
- 三、连锁便利店的特点和优势

第五节 2014-2016年网络购物与电视购物的竞争威胁

- 一、中国无店铺零售业态发展情况
- 二、网络购物渠道销售市场威胁
- 三、电视购物渠道销售市场威胁

第六节 2014-2016年中国内资超市应对外来竞争策略分析

- 一、内资连锁超市竞争优劣势分析
- 二、内资超市实施价格领先策略
- 三、内资超市差异化经营提高竞争力

第八章 2014-2016年中国连锁超市主要区域市场分析

第一节 2014-2016年北京市连锁超市行业运行状况

- 一、北京连锁超市行业经济环境分析
- 二、北京连锁超市行业发展状况
- 三、北京连锁超市行业发展特点
- 四、北京连锁超市竞争格局分析

第二节 2014-2016年上海市连锁超市行业运行状况

- 一、上海连锁超市行业经济环境分析
- 二、上海连锁超市发展的个阶段
- 三、上海连锁超市兴起和发展的原因
- 四、上海连锁超市竞争格局分析
- 五、上海连锁超市发展趋势及对策

第三节 2014-2016年深圳市连锁超市行业运行状况

- 一、深圳连锁超市行业经济环境分析
- 二、深圳连锁零售行业发展迅猛
- 三、深圳连锁零售业的发展优势
- 四、深圳连锁超市竞争格局分析
- 五、深圳超市业在转型中繁荣发展

第四节 2014-2016年重庆市连锁超市行业运行状况

- 一、重庆连锁超市行业经济环境分析
- 二、重庆连锁超市行业发展特点
- 三、重庆连锁超市竞争格局分析

第五节 2014-2016年成都市连锁超市行业运行状况

- 一、成都连锁超市行业经济环境分析
- 二、成都大型综合超市竞争格局分析
- 三、成都地区社区超市竞争格局分析
- 四、成都市连锁超市行业发展动态

第六节 2014-2016年武汉市连锁超市行业运行状况

- 一、武汉连锁超市行业经济环境分析
- 二、武汉市连锁超市发展规模分析
- 三、武汉连锁超市竞争格局分析

第七节 2014-2016年天津市连锁超市行业运行状况

一、天津连锁超市行业经济环境分析

二、天津市连锁超市行业存在的问题

三、天津连锁超市竞争格局分析

第八节 2014-2016年其他城市连锁超市竞争情况

一、西安市连锁超市竞争情况

二、长沙市连锁超市竞争情况

三、南宁市连锁超市竞争情况

第九章 连锁超市优势企业分析

第一节 沃尔玛（中国）投资有限公司

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 家乐福集团

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 麦德龙股份公司

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

五、公司发展展望及策略

第四节 卜蜂莲花有限公司

一、易初莲花简介

二、“易初莲花”变身“卜蜂莲花”

第五节 华润万家有限公司

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 北京华联综合超市股份有限公司

一、公司简介

二、2014-2016年企业经营情况分析

三、2014-2016年企业经营情况分析

四、2014-2016年企业财务数据分析

五、公司发展展望及策略

第七节 苏果超市有限公司

一、公司简介

二、公司经营之道

三、解读公司突出成就

四、2014-2016年公司发展情况

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、2014-2016年企业经营情况分析

四、2014-2016年企业经营情况分析

五、2014-2016年企业财务数据分析

六、公司发展展望及策略

第九节 永辉超市股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营之道

三、2014-2016年企业经营情况分析

四、2014-2016年企业经营情况分析

五、2014-2016年企业财务数据分析

六、公司发展展望及策略

第十节 英国TESCO集团

一、公司简介

二、公司经营之道

三、2014-2016年企业经营情况分析

四、2014-2016年企业经营情况分析

五、2014-2016年企业财务数据分析

六、公司发展展望及策略

第十章 2017-2022年连锁超市经营策略分析

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 2017-2022年连锁超市市场营销策略分析

一、连锁超市赢利模式分析

二、连锁超市价格策略分析

三、连锁超市商品策略分析

四、连锁超市促销策略分析

五、连锁超市管理的策略分析

六、建设乡镇连锁超市策略分析

第三节 2017-2022年中国连锁超市品牌的战略思考

一、连锁超市实施品牌战略的意义

二、连锁超市企业品牌的现状分析

三、连锁超市品牌战略管理的策略

第四节 2017-2022年中国连锁超市成本领先战略

一、连锁超市与成本领先战略的关系

二、连锁超市实施成本领先战略

三、连锁超市实施成本领先战略的好处

第五节 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

第六节 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

第十一章 连锁超市企业提升竞争力策略研究

第一节 提升中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

第二节 2017-2022年中国连锁超市企业竞争力提升策略

- 一、影响连锁超市企业核心竞争力的因素
- 二、连锁超市企业提升竞争力的主要方向
- 三、提高中国连锁超市核心竞争力的对策

第十二章 2017-2022年连锁超市发展趋势分析

第一节 全球化条件下我国超市发展趋势

- 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 2017-2022年中国连锁超市行业发展趋势

- 一、连锁超市规模化
- 二、连锁超市精细化
- 三、连锁超市自有品牌化
- 四、连锁超市产业链竞争激烈化
- 五、连锁超市自主经营化
- 六、连锁超市渠道下沉
- 七、连锁超市以消费者为主导

第十三章 2017-2022年中国连锁超市投资策略分析 (ZY WZY)

第一节 2017-2022年连锁超市发展前景及投资机遇分析

- 一、 “十三五”期间中国经济总体发展状况分析
- 二、 “十三五”规划扩大内需促进消费
- 三、 “城镇化”蕴藏强大消费潜力
- 四、 快速消费品市场仍有很大发展空间
- 五、 中小城市居民消费能力被低估
- 六、 中国连锁超市行业前景预测

第二节 2017-2022年中国连锁超市投资风险分析

- 一、 经济风险
- 二、 政策风险
- 三、 经营风险
- 四、 行业竞争风险
- 五、 商品质量安全风险
- 六、 其他风险

第三节 2017-2022年连锁超市经营选址策略分析

- 一、 连锁超市选址的重要性
- 二、 连锁超市网点分布商圈分析
- 三、 连锁超市选址评价参数
- 四、 超市网点布局决策思路

第四节 2017-2022年中国连锁超市投资策略分析

- 一、 生鲜超市有条件取代农贸市场
- 二、 进军二线城市自下而上突围
- 三、 把握机遇大力发展农村社区超市

图表目录：

图表：2014-2016年中国国内生产总值及增长速度

图表：2014-2016年中国居民消费价格指数变化趋势图

图表：2014-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表：2014-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表：2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表：2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表：2014-2016年限额以上零售业总额占社会消费品零售总额比例趋势图

图表：2014-2016年主要外资超市新开门店情况统计

图表：2014-2016年中国连锁百强中外资超市店铺增速及占比情况

图表：2014-2016年中国外资超市销售额及销售额占比情况

图表：2014-2016年中国连锁百强中超市企业销售额构成

图表：2014-2016年沃尔玛（中国）投资有限公司经营情况

图表：2014-2016年沃尔玛（中国）投资有限公司收益总额增长趋势图

图表：2014-2016年沃尔玛（中国）投资有限公司综合毛利率趋势图

图表：2014-2016年沃尔玛（中国）投资有限公司资产负债情况

图表：2014-2016年沃尔玛（中国）投资有限公司收益情况

图表：2014-2016年沃尔玛（中国）投资有限公司收益构成情况

图表：2014-2016年家乐福集团主营业务分产品情况

图表：2014-2016年家乐福集团主营业务收入分地区情况

图表：2014-2016年家乐福集团主营业务分产品情况

图表：2014-2016年家乐福集团营业收入分地区情况

图表：2014-2016年家乐福集团资产及负债统计

图表：2014-2016年家乐福集团销售及利润统计

图表：2014-2016年家乐福集团销售及利润统计

图表：2014-2016年家乐福集团偿债能力

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/F298471FBV.html>