

2015-2020年中国超市盈利 模式市场调查与投资潜力分析报告

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

《2015-2020年中国超市盈利模式市场调查与投资潜力分析报告》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/qiyeguanli/J68941VDXN.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

报告目录：

第一章 超市行业发展综述

1.1 超市行业概述

1.1.1 超市行业界定

(1) 超市业态界定

(2) 超市业态分类

(3) 超市发展阶段

1.1.2 超市行业价值链分析

(1) 超市行业的价值链

(2) 与其他业态的区别

1) 与百货业态对比分析

2) 与家电连锁业态对比分析

1.2 超市行业发展环境分析

1.2.1 行业政策发展环境分析

(1) 零售行业政策分析

(2) 零售行业发展规划

(3) 国内贸易发展规划

1.2.2 行业经济发展环境分析

(1) 国内生产总值增长情况

(2) 社会消费品零售总额

(3) 居民消费价格指数分析

(4) 居民可支配收入分析

1.3 超市行业发展现状分析

1.3.1 商业零售行业销售经营分析

(1) 商业零售行业营业收入

(2) 商业零售行业利润分析

1.3.2 超市行业商品销售情况分析

(1) 超市行业商品零售收入

(2) 超市行业商品零售净利润

1.3.3 超市行业竞争格局分析

- (1) 不同性质企业竞争分析
- (2) 外资超市竞争布局分析
- (3) 内资超市竞争布局分析
- (4) 其他业态参与竞争情况

第二章 超市行业商业模式发展分析

2.1 超市行业扩张模式分析

2.1.1 超市连锁区域扩张模式

(1) 渗透式模式分析

- 1) 渗透式模式简介
- 2) 渗透式模式的优势
- 3) 渗透式模式的风险

(2) 跳跃式模式分析

- 1) 跳跃式模式简介
- 2) 跳跃式模式的优势
- 3) 跳跃式模式的风险

(3) 沃尔玛中国区域扩张模式

- 1) 渗透式扩张阶段
- 2) 跳跃式扩张阶段
- 3) 快速渗透扩张阶段

2.1.2 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

(6) 沃尔玛渠道扩张模式分析

- 1) 沃尔玛美洲渠道扩张模式
- 2) 沃尔玛亚洲渠道扩张模式
- 3) 沃尔玛欧洲渠道扩张模式

2.2 超市行业管理模式分析

2.2.1 供应商管理模式分析

- (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) 沃尔玛供应商管理模式分析

- 1) 供应商的审核
- 2) 供应商绩效管理
- 3) 供应商关系类型分析
- 4) 数据库建立与维护
- 5) 供应商整合分析
- 6) 信息平台构建分析

2.2.2 物流管理模式分析

- (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
- 1) 沃尔玛物流配送模式分析
- 2) 家乐福物流配送模式分析

2.2.3 企业内部管理模式分析

- (1) 经营业态管理
- 1) 超市业态及特征
- 2) 沃尔玛业态构成
- (2) 组织架构管理
- 1) 组织架构构建及职责分工
- 2) 沃尔玛的组织架构分析
- (3) 人力资源管理
- 1) 超市人力资源管理特点
- 2) 沃尔玛的人力资源管理
- (4) 超市内控管理
- 1) 超市内控的发展阶段

2) 超市内控的特殊问题

2.2.4 客户管理模式分析

(1) 超市客户管理特点

(2) 超市客户管理策略

2.3 超市行业盈利模式分析

2.3.1 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

2.3.2 价值链盈利模式分析

(1) 价值链盈利模式简析

(2) 沃尔玛价值链盈利模式

2.3.3 非价值链盈利模式分析

(1) 非价值链盈利模式简析

(2) 中资超市的盈利模式

第三章 中国超市行业发展趋势及前景预测

3.1 超市行业生命周期分析

3.1.1 超市行业生命周期分析

3.1.2 超市业态生命周期轮换

3.2 超市行业发展趋势分析

3.2.1 超市行业总体发展趋势分析

3.2.2 超市行业经营规模发展趋势

3.2.3 超市行业渠道发展趋势分析

3.2.4 超市行业业态发展趋势分析

3.3 超市行业发展前景预测

3.3.1 超市行业饱和面积预测分析

3.3.2 超市行业市场容量预测分析

(1) 宏观市场容量预测

(2) 微观市场容量预测

图表目录：

图表1 我国超市快速发展阶段主要事件及其意义

图表2 部分外资超市在中国市场的发展情况

图表3 超市行业价值链的构成环节

图表4 超市品类角色和品类管理

图表5 超市与百货业态对比

图表6 超市与家电连锁业态对比

图表7 2001-2012年我国国内生产总值及其增长速度（单位:亿元，%）

图表8 2006-2012年我国社会消费品零售总额同比增速（单位:亿元，%）

图表9 2009.06-2012年我国居民消费价格指数走势分析图（单位:%）

图表10 2008-2012年中国城镇居民人均可支配收入走势分析图（单位:元，%）

图表11 一线城市人均可支配收入与超市总面积关系（单位:万平方米，元）

图表12 一线城市人均可支配收入与每百万人均超市面积关系（平方米/百万人，元）

图表13 二线城市人均可支配收入与超市总面积关系（单位:万平方米，元）

图表14 二线城市人均可支配收入与每百万人均超市面积关系（平方米/百万人，元）

图表15 1978-2012年城镇居民人均可支配收入与恩格尔系数走势示意图（单位:元，%）

图表16 城镇居民人均可支配收入增速与超市销售增速示意图（单位:%）

图表17 2001-2012年商业零售行业营业收入及增长走势分析图（单位:亿元，%）

图表18 2001-2012年商业零售行业净利润及增长走势分析图（单位:亿元，%）

图表19 2012年超市行业商品销售收入及增长走势分析图（单位:亿元，%）

图表20 2012年超市行业商品销售净利润及增长走势分析图（单位:亿元，%）

图表21 2012年连锁百强不同性质企业竞争情况分析（单位:家，万元，%）

图表22 实体超市业态与电商的经营比较

图表23 超市连锁企业渠道扩张的四种模式比较

图表24 沃尔玛信息平台RETAIL LINK的功能构成分析图

图表25 家乐福中国的物流配送分析图

图表26 我国超市业态和采取开架销售经营必须消费品的零售业态对比

图表27 1973-2012年沃尔玛各主要业态门店数量变化图（单位:家）

图表28 沃尔玛在不同的顾客需求下的业态变化分析图

图表29 沃尔玛总部组织结构图

图表30 沃尔玛商店组织结构图

图表31 通道收入盈利模式示意图

图表32 通道收入盈利模式上下游关系

图表33 通道收入盈利模式零售供货关系

图表34 价值链盈利模式示意图

图表35 沃尔玛价值链盈利模式下的采购、配送与销售环节

图表36 国内超市主要经营模式（单位：%）

图表37 超市行业生命周期

图表38 超市行业发展阶段

图表39 台湾地区零售业态轮换

图表40 我国超市各细分业态的销售、利润占比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/J68941VDXN.html>