

2007年中国连锁超市业研究咨询 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

《2007年中国连锁超市业研究咨询报告》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/M93271AS8W.html>

报告价格：纸质版：6300元 纸质 + 电子版：7300元

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]2007年中国连锁超市业研究咨询报告 内容介绍：[/b]

伴随着发展的收获和喜悦，中国零售业步入了全新的2007年。过去的一年中，整个行业的发展更趋理性，也更加规范。预测2007年，外资扩张的速度会进一步加快；收购、兼并活动会更加频繁；业态创新加快；区域优势仍然会一枝独秀、高奏凯歌，零售业会进入全新的市场环境。2007年，本土零售企业一定会在战略实施、核心业务、管理提升、区域合作等方面取得大的进展，在国内市场国际化的竞争环境中不断提高自己的核心竞争能力。行业并购的局面在2006年已显示，2007年仍将凸显。同时，在竞争过程中，正出现深层次的创新，企业开始围绕着差异化经营，提供个性化服务。

2007年将是中国连锁业发展进入转折的一年，转折的标志是中国连锁企业发展战略将发生根本变化。从做大到做强——连锁企业发展战略从全域扩张到地区集中区域领先的转变。2007年各区域连锁超市企业将在更大范围内进行农产品联合采购，通过联合采购来推动优势农产品产业带的形成，形成连锁超市对农产品市场和农产品价格的话语权。从2006年开始，一些区域连锁企业进行了实质性、跨地区的信息交流和业务合作，预计这种交流合作在2007年将会更广泛和深入。由于观念的转变，2007年这种跨地区的交流和合作会在不同性质的公司、不同规模的公司和不同业态的连锁公司之间得到开展，中国的连锁业将在2007年进入互相学习的新阶段。相信在这种交流与合作之中，许多公司从相知、相识、投缘到信任，会逐渐磨合探索成许许多多的新的合作模式，新的连锁经营方式和新的全国性连锁组织，中国的连锁经营事业必将呈现欣欣向荣的新面貌。

2007年大型超市的发展随着国家《城市商业网点管理条例》的实施会相应地做出一些调整，中外企业在网点的选址和布局上都会理性一些，以台资为背景的大型超市公司会基本上通过资本转让的方法退出中国大陆发展情况、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，全面展示连锁超市业现状，并揭示连锁超市业未来发展趋势和相应的发展策略，是连锁超市企业准确了解目前连锁超市业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

[b]第一部分 行业发展概况[/b]

[b]第一章 中国零售业概况[/b]

第一节 中国零售业态状况

一、零售业态分类和基本特点

二、中国零售业态呈多元化发展态势

三、2006年我国主要零售业态销售增长情况分析

四、零售业态发展趋势

第二节 中国零售业发展情况分析

一、2005-2006年中国零售业发展情况分析

二、中国零售业现状分析

三、外资零售企业发展状况

四、我国零售业凸显四大变化

五、我国零售业面临的问题及相关对策

六、“两税合一”对本土零售业的一向

七、2007年零售业发展趋势展望

[b]第二章 连锁经营概述[/b]

第一节 连锁经营的基本描述

一、连锁经营的定义

二、连锁经营的发展由来

三、连锁经营的形式分类

第二节 连锁经营的特点和优势

一、连锁经营的特点

二、连锁经营的优势

第三节 中国连锁经营发展情况分析

一、2006年中国连锁经营业发展呈现五大特点

二、2006年中国连锁经营100强发布

三、2007年中国连锁业展望

第四节 2006年中国连锁100强经营分析

一、行业集中度进一步提高

二、外资零售企业发展活跃

三、企业盈利水平普遍改善

四、区域优势企业份额持续扩大

五、特许经营发展迅速

六、行业地位和责任提升

七、2006年100家快速消费品连锁零售企业经营情况

第五节 2006年连锁商业企业的本土轨迹与规律探寻

[b]第三章 中国超市业概况[/b]

第一节 中国超市现状及发展

一、中国超市发展现状

二、2006年《超市购物环境》标准实施

三、我国超市的主要发展方向

四、发展连锁经营应注意的问题

第二节 中国超市饱和度评价

第三节 连锁超市赢利模式调研分析报告

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

第四节 超市消费者行为分析与营销创新

一、超市消费者行为分析

二、超市营销创新

[b]第二部分 市场及竞争分析[/b]

[b]第四章 中国超市业发展情况分析

第二节 物流业发展情况

一、2006年全国物流运行情况分析

二、2007年我国现代物流将保持快速发展

第三节 中国连锁超市物流情况法分析

一、中国连锁超市物流的现状及其模式分析

二、我国连锁企业物流配送现状分析

三、物流配送与连锁经营的问题探析

四、浅谈连锁超市逆向物流管理

五、连锁超市物流优化对策探讨

第四节 电子商务在连锁超市中的应用

一、我国连锁超市企业电子商务的模式

二、我国连锁超市企业开展电子商务的前景

三、目前中国连锁超市企业在发展电子商务中遇到的问题

四、相关建议

[b]第七章 连锁超市业发展趋势[/b]

第一节 连锁经营的发展趋势

第二节 超市业发展趋势

一、业态多元化

- 二、经营规模化
- 三、市场定位差别化
- 四、自有品牌系列化
- 五、生鲜食品主打化
- 六、中外资超市同台竞技
- 七、兼并与上市势在必行
- 八、投资主体多元化
- 九、物流配送中心快速发展

第三节 “十一五”规划与零售行业投资机会

- 一、“扩大内需”政策将为零售行业提供良好的发展环境
- 二、农村居民及中、西部地区居民收入较快增长将扩大零售行业的市场容量
- 三、零售行业在业态、连锁化及组织结构等方面将继续呈良好发展势头
- 四、“十一五”是零售行业对外开放后的关键时期

第四节 农村市场将成为连锁经营新的增长点

- 一、农村超市发展现状及潜力分析
- 二、农村超市发展策略

[b]第四部分 行业发展策略[/b]

[b]第八章 连锁超市业发展策略[/b]

第一节 中国连锁经营发展问题及对策分析

- 一、中国连锁经营的历史回顾及其内涵
- 二、连锁经营的发展问题分析
- 三、中国连锁经营的发展性对策

第二节 中国连锁超市发展的策略选择

- 一、选好目标市场，准确定位
- 二、合理选址布局
- 三、选择合理的业态和发展战略
- 四、培育企业核心竞争力
- 五、培养高素质人才
- 六、规范公司运营

第三节 提升我国本土零售业竞争能力的战略分析

一、本土零售企业的优、劣势分析

二、我国本土零售业应采取的竞争战略

第四节 连锁商业企业规模扩张与经营策略

一、连锁商业企业规模扩张的理论思考

二、我国连锁商业企业规模扩张的对策

三、连锁企业扩张的金融支点

四、连锁零售企业开拓农村市场的总成本领先战略

五、新兴连锁店的经营策略

图表目录

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：2006年3月份零售业态热销排行

图表：2006年4月份零售业态热销排行

图表：2006年5月份零售业态热销排行

图表：2006年6月份零售业态热销排行

图表：2006年7月份零售业态热销排行

图表：2006年8月份零售业态热销排行

图表：2006年9月份零售业态热销排行

图表：2006年10月份零售业态热销排行

图表：2006年11月份零售业态热销排行

图表：2006年12月份主要流通行业销售增速

图表：2006年12月份主要零售业态销售增长速度

图表：2006年12月份主要商品销售增长速度

图表：2000-2005年全国消费品零售总额增长与GDP增长比较

图表：2005年我国零售业增长情况

图表：2003-2005年社会消费品零售总额月度数据变化情况

图表：2003-2005年城乡消费品零售总额月度数据变化情况

图表：2003-2005年城乡消费品零售总额月度数据占比情况

图表：2002-2005年全国居民消费价格总指数和全国商品零售价格总指数变化情况

图表：2001-2005年批发及零售业企业家信心指数

图表：2003-2005年消费者预期指数和信心指数

图表：2005年零售行业利润情况

图表：1997-2003年城市化进程情况

图表：2005年零售行业指数相对上证指数走势情况

图表：2005年按行业分限额以上批发、零售企业资产及负债

图表：2005年按行业分限额以上批发、零售企业主要财务指标

图表：2005年限额以上零售企业主要财务指标

图表：2005年限额以上零售企业单位数与亏损企业单位数

图表：2005年限额以上零售企业流动资产合计

图表：2005年限额以上零售企业固定资产合计

图表：2005年限额以上零售企业资产合计

图表：2005年限额以上零售企业负债合计

图表：2005年限额以上零售企业营业收入合计

图表：2005年限额以上零售企业主营业务与其他业务利润合计

图表：2005年限额以上零售企业费用合计

图表：2005年限额以上零售企业营业利润与利润总额

图表：2005年限额以上零售企业全部从业人员年平均人数

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业门店数

图表：按业态分限额以上连锁零售企业营业面积

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业从业人员

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业商品购进总额

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业统一配送商品购进额

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业自有配送中心配送商品购进额

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业非自有配送中心配送商品购进

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业商品销售额

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业零售额

图表：2006年1-9月千家核心企业主要零售业态增长情况

图表：2006年1-9月重点流通企业分行业销售增长情况

图表：2006年1-9月重点流通企业生产资料销售增长情况

图表：2003-2006年中国城乡消费品(城乡消费品市场分析)市场增长差距逐步缩小

图表：2006年1-9月上漲幅度最大和最小的5个生活必需品品种

图表：2006年9月漲幅最大的10种生产资料品种

图表：2006年1-9月千家核心企业主要商品增长速度

图表：2006年1-11月重点零售企业销售额同比涨跌幅走势

图表：2006年1-11月重点百货店零售额同比涨跌幅走势

图表：2006年1-11月重点大型综合超市零售额同比涨跌幅走势

图表：2006年1-11月重点超级市场零售额同比涨跌幅走势

图表：2006年1-11月重点专业店零售额同比涨跌幅走势

图表：2006年1-11月重点专卖店零售额同比涨跌幅走势

图表：2006年1-11月重点便利店零售额同比涨跌幅走势

图表：2006年1-11月重点仓储商场零售额同比涨跌幅走势

图表：2005年世界500强前100名中零售企业排名

图表：2005年全球零售100强

图表：2006年全球零售业排名

图表：2006年全球零售业发展指数

图表：2005年、2006年全球零售发展指数排名对比

图表：西方连锁商店的兴起

图表：2005年中国百家快速消费品连锁零售企业基本情况

图表：2005年中国主要便利店企业基本情况

图表：2005年主要家电连锁企业基本情况

图表：2005年主要药店连锁企业基本情况

图表：2005年部分省、自治区连锁经营发展情况

图表：2005年部分城市连锁经营发展情况

图表：2005年主要外资连锁零售企业基本情况

图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业基本情况

图表：2005年按登记注册类型分限额以上连锁零售企业基本情况（1）

图表：2005年按登记注册类型分限额以上连锁零售企业基本情况（2）

图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业法人企业数

图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业产业活动单位数

图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业从业人数

图表：2005年分地区限额以上连锁零售企业基本情况（1）

图表：2005年分地区限额以上连锁零售企业基本情况（2）

图表：2005年限额以上连锁零售业集团(企业)数(按登记注册类型、业态分) (1)

图表：2005年限额以上连锁零售业集团(企业)数(按登记注册类型、业态分) (2)

图表：2005年各地区限额以上连锁零售业配送中心数(按业态分) (1)

图表：2005年各地区限额以上连锁零售业配送中心数(按业态分)(2)

图表：2005年各地区限额以上连锁零售业商品销售额(按业态分) (1)

图表：2005年各地区限额以上连锁零售业商品销售额(按业态分) (2)

图表：2005年各地区限额以上连锁零售业商品销售额(按业态分)(3)

图表：2005年各地区限额以上连锁零售业门店数(按业态分) (1)

图表：2005年各地区限额以上连锁零售业门店数(按业态分)(2)

图表：2005年各地区限额以上连锁零售业集团(企业)数(按业态分)

图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按登记注册类型分) (1)

图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按登记注册类型分)(2)

图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按登记注册类型分)(3)

图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按业态分)

图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按业态分)(2)

图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按业态分)(3)

图表：2005年限额以上批发和零售业主要商品分类销售额

图表：2005年各地区限额以上批发和零售业商品购、销、存总额

图表：2005年按行业分限额以上批发和零售业商品购、销、存总额
(零售业)

图表：2005年限额以上批发和零售业主要商品分类销售额

图表：2005年限额以上批发、零售企业资产及负债(按登记注册类型分)

图表：2005年份地区限额以上零售企业资产及负债

图表：2005年按登记注册类型分限额以上批发、零售企业主要财务指标(零售业)

图表：2005年按行业分限额以上批发、零售企业主要财务指标(零售业)

图表：2005年各地区限额以上批发和零售企业主要财务指标

图表：2006年5家连锁经营企业销售额下跌的内资企业

图表：2006年中国连锁经营100强企业

图表：2006年主要外商投资连锁企业经营情况

图表：2006年中国快速消费品连锁企业基本情况

图表：部分城市超市饱和度指数的测算结果

图表：各级城市超市饱和程度

图表：超市增长空间较大的城市

图表：超市发展空间很小或已过剩的城市

图表：2002-2006年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2006年1-12月社会消费品零售总额(按销售地区分)

图表：2005-2006年社会消费品零售总额

图表：2006年1月社会消费品零售总额

图表：2006年2月社会消费品零售总额

图表：2006年3月社会消费品零售总额

图表：2006年4月社会消费品零售总额

图表：2006年5月社会消费品零售总额

图表：2006年6月社会消费品零售总额

图表：2006年7月社会消费品零售总额

图表：2006年8月社会消费品零售总额

图表：2006年9月社会消费品零售总额

图表：2006年10月社会消费品零售总额

图表：2006年11月社会消费品零售总额

图表：2006年12月社会消费品零售总额

图表：2006年人口数及其构成

图表：2002-2006年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2002-2006年农村居民人均纯收入及其增长速度

图表：2006年1月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年2月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年3月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年4月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年5月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年6月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年7月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年8月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年9月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年10月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年11月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2006年11月各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表：2002-2006年前三季度农民现金收入情况

图表：1994～2004年全国城镇居民消费支出构成素

图表：城市与农村居民消费价格涨幅情况

图表：我国CPI、食品及非食品价格涨幅

图表：社会消费品零售额的累计名义增速

图表：2006年1月商品零售价格分类指数

图表：2006年2月商品零售价格分类指数

图表：2006年3月商品零售价格分类指数

图表：2006年4月商品零售价格分类指数

图表：2006年5月商品零售价格分类指数

图表：2006年6月商品零售价格分类指数

图表：2006年7月商品零售价格分类指数

图表：2006年8月商品零售价格分类指数

图表：2006年9月商品零售价格分类指数

图表：2006年10月商品零售价格分类指数

图表：2006年11月商品零售价格分类指数

图表：2006年全国居民消费价格指数

图表：2006年12月商品零售价格分类指数

图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素

图表：影响顾客光顾超市的因素

图表：顾客判断超市价位的依据

图表：顾客对卖场人员服务的需求情况

图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——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调查——量表可靠性检验

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——PLS模型系数与结构变量的平均分值

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——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顾客满意度调查——价格感知

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——商店声誉

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——店内商品

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——购物环境

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——人员服务

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——结账过程

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——售后服务

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——商店政策

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——商店设施

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——购物便利

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——总体满意度

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——顾客忠诚度

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——内外资超市比较

图表：2006年北京商场超市行业消费者年龄分布

图表：2006年北京商场超市行业消费者性别分布

图表：2006年北京商场超市行业消费者所在工作单位类型

图表：2006年北京商场超市行业消费者婚姻状况

图表：2006年北京商场超市行业消费者教育程度

图表：2006年北京商场超市行业消费者家庭平均月收入

图表：2006年北京商场超市行业消费者家庭人口结构

图表：2006年北京商场超市行业消费者住址所在区域

图表：被访者最满意的商场/超市/便利店满意分值表

图表：被访者最满意的商场/超市/便利店信度分析表

图表：被访者第一常去的商场/超市/便利店汇总表

图表：被访者第二常去的商场/超市/便利店汇总表

图表：被访者第三常去的商场/超市/便利店汇总表

图表：被访者常去的商场/超市/便利店汇总表

图表：商场/超市行业顾客满意度结构变量比较表

图表：超市顾客满意度结构变量比较表

图表：商场顾客满意度结构变量比较表

图表：被调查者“第一常去”超市提及率前九名超市满意指数表

图表：被调查者“第一常去”商场提及率前三名商场满意指数表

图表：商场/超市满意度观测变量均值比较分析表

图表：商场/超市满意度观测变量信度分析表

图表：影响顾客选择超市购物的因素

图表：2001-2005年城乡人口主要构成情况

图表：1978-2001年中国农户收入水平变化情况

图表：2002-2005年中国农户收入水平变化情况

图表：2001-2005年全部金融机构本外币存贷款情况(年末数)

图表：2001-2005年农业存款变化情况(年末数)

图表：十五期间农村消费总额占全国消费品零售总额比重

图表：“十五”时期社会消费品零售总额与增长速度

图表：2005-2006年国家出台的有关扶持连锁企业的政策

图表：国内外餐饮连锁企业的加盟标准比较

图表：东来顺连锁加盟店年商标使用费

图表：东来顺连锁加盟店项目支持与服务

图表：三家连锁企业的数据比较

图表：国际快餐连锁巨头的直营、特许模式比较

图表：马里奥特与麦当劳的财务数据比较

图表：资产证券化对马里奥特资产负债表的影响

图表：快餐连锁巨头的金融比较

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/M93271AS8W.html>