

# 2017-2022年中国连锁超市 市场运行动态分析及投资前景战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国连锁超市市场运行动态分析及投资前景战略研究报告》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/T61651N7R3.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

内需在国民经济增长驱动中被政府赋予的期望越来越大，“十二五”规划首次把扩大内需单列，明确指出要充分挖掘我国内需的巨大潜力，这为商业零售行业的健康快速发展奠定良好的外部环境。

我国人均GDP已迈向6000美元大关，从国际经验看，在这样的过程中消费将得到快速发展，消费对经济增长的拉动作用将进一步增强；社会保障体系不断完善，收入分配制度改革不断深入，为扩大消费提供上升空间；城镇化进程加快推进，80后、90后新兴消费群体不断壮大，都将有力促进消费水平的提升。

在国内继续扩大内需的政策推动下，本土、外资零售企业开足马力，加快在华扩张步伐。台湾零售企业大润发、香港和记黄埔集团旗下百佳、泰国正大集团、沃尔玛、日本吉之岛以及华润万家等，在国内密集开出新店，并放言将在华高速发展。在各种连锁经营业态中，大型超市发展速度最快，不过目前国内一二线城市的大型超市迅速趋于饱和，正在向三四线城市延伸。进入国内的外资企业，大多数采取“直接开店+并购”的方式经营大型超市，在二三线城市甚至县级市开店的数量越来越多。

从发展趋势来看，店态的增加和业态的细分成为连锁超市经营商的必然选择，以消费者不同需求为基础的差异化经营将成为未来中国超市连锁在竞争中制胜的关键所在。传统超市业态竞争加剧，细分需求旺盛，再加上国内消费市场的不断升级以及生活水平的提高，连锁超市推出高端品牌似乎是水到渠成的选择。作为传统超市的补充，高端品牌并不会和自身的大卖场形成直接竞争。对各家超市运营商而言，尽管走高端路线的终极目标是提高盈利水平，但在培养市场和客户的过程中也能率先抢占这一利基市场，并通过自身的错位经营有效提升超市品牌整体的市场占有率。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国连锁超市市场运行动态分析及投资前景战略研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

## 报告目录：

### 第一部分 连锁超市行业发展环境分析

#### 第一章 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、宏观经济对商业零售影响

###### 二、2016年宏观经济运行指标分析

###### 三、2017-2022年中国经济发展预测

###### 四、连锁超市业稳定增长

##### 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

### 第二章 中国零售业发展概况

#### 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、中国零售市场业态格局与规模格局

##### 三、中国连锁零售业数据分析

##### 四、中国网上零售业市场规模

##### 五、科尔尼发布全球零售业指数排行 中国连续8年第一

#### 第二节 2016年全国消费品零售市场分析及预测

##### 一、2016年我国消费市场基本情况

##### 二、2016年度影响连锁零售业政策盘点

##### 三、2016年我国消费品零售数据分析

##### 四、2016年大型零售企业基本情况

##### 五、2016年社会消费品零售额将增长预测

- 六、传统零售商开展网络零售业务研究
- 七、2016年电商时代的零售连锁企业发展
- 八、连锁零售企业转型升级提速
- 九、2016年物价消费预测
- 十、零售业面临转型难题
- 第三节 中国零售业发展趋势及策略
- 一、2016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

### 第三章 中国连锁经营发展分析

#### 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 2016年“中国连锁百强”分析

- 一、2016年中国连锁百强数据分析
- 二、2016年中国连锁百强经营特点分析
- 三、中国连锁百强开店速度放缓 自营成百货发展趋势

#### 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、连锁超市发展自有品牌必备条件探析

## 第二部分 连锁超市行业及市场分析

### 第四章 中国连锁超市发展分析

#### 第一节 中国连锁超市市场分析

##### 一、连锁超市进出壁垒分析

##### 二、连锁超市的市场行为

##### 三、连锁超市市场绩效分析

##### 四、连锁超市的通道费分析

#### 第二节 连锁超市发展现状分析

##### 一、超市自有品牌经营分析

##### 二、大型超市发展速度最快

##### 三、超市消费者购买行为分析

##### 四、连锁超市实现信息化分析

##### 五、我国大型连锁超市的经营实证分析

##### 六、主要零售上市公司分析

##### 七、珠三角超市业正处于转型期

#### 第三节 电子商务在连锁超市中的应用

##### 一、连锁超市企业电子商务模式分析

##### 二、连锁超市企业发展电子商务的问题

##### 三、连锁超市企业发展电子商务的建议

## 第五章 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、沃尔玛物流配送中心的成功经验

#### 二、我国连锁零售业物流配送现状

#### 三、沃尔玛成功经验对我国连锁零售物流的几点启示

### 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

## 第六章 连锁超市区域市场分析

### 第一节 北京连锁超市发展分析

- 一、2016年北京消费品市场分析
- 二、北京超市顾客满意度分析
- 三、北京本土超市的差异经营
- 四、2016年北京高端超市竞争白热化

### 第二节 广东连锁超市市场分析

- 一、2016年广东社会消费品零售额分析
- 二、广东已建成近200家平价超市
- 三、深耕细分市场广东超市争相变脸
- 四、广东拟建万家连锁超市推进农超对接

### 第三节 上海连锁超市市场分析

- 一、上海连锁超市发展的回顾
- 二、上海连锁超市现状及其特点
- 三、上海连锁超市发展趋势及对策
- 四、上海连锁超市应对外资挑战策略
- 五、2016年上海消费品零售总额

### 第四节 其他地区连锁超市发展分析

- 一、长沙超市市场分析
- 二、江苏省超市业情况
- 三、杭州乡镇连锁超市覆盖率分析
- 四、武汉超市高端战愈演愈烈
- 五、山西省大型超市发展情况
- 六、乐天玛特超市高调进驻吉林省

## 第三部分 连锁超市行业竞争格局

### 第七章 连锁超市市场竞争分析

#### 第一节 我国零售商业竞争新态势的观察与分析

- 一、跨国商业资本日益表现出明显的战略竞争优势
- 二、零售业态的演化持续加速
- 三、连锁经营模式为我国零售商业提供了重要的组织资源

## 第二节 零售业市场竞争分析

- 一、中国零售业竞争格局
- 二、零售业二三线城市竞争分析
- 三、零售业三四线城市竞争分析
- 四、扩大内需政策推动中外零售巨头加速在华扩张
- 五、零售业十年中外巨头重新布阵
- 六、网购行业可能改变中国零售业格局

## 第三节 连锁超市竞争现状

- 一、连锁超市的竞争优势
- 二、连锁超市核心竞争力分析
- 三、国外零售商跨国扩张的影响

## 第四节 连锁便利店的威胁分析

- 一、便利店连锁市场存在的问题
- 二、中国连锁便利店的发展现状
- 三、中国连锁便利店的发展策略
- 四、连锁便利店的赢利基础分析

## 第五节 连锁百货店的威胁分析

- 一、百货店“买手模式”分析
- 二、中日连锁百货店发展比较
- 三、百货店分等定级发展分析
- 四、连锁百货国产品牌的竞争

## 第八章 跨国零售企业中国市场竞争分析

### 第一节 跨国零售企业在华扩张的业态选择

- 一、跨国零售企业在华业态发展状况
- 二、跨国零售企业在华扩张的业态战略选择特征及其成因
- 三、结论及启示

### 第二节 外资零售企业在中国市场的竞争与动态

- 一、外资超市在华新开店及全国布局



二、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

三、外资零售在华扩张加速

四、外资忙开店中资多元化

五、外资零售巨头面临中国困境

六、外资零售商连续关闭中国门店

七、外资零售商纷纷涉足地产

第三节 外资挺进三线城市及对本土零售业的影响

一、市场竞争现状

二、国际零售业巨头公司的盈利模式

三、中国本土超市发展模式

四、市场发展态势展望

第九章 连锁超市优势企业分析

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

五、公司发展展望及策略

第四节 易初莲花

一、易初莲花简介

二、&ldquo;易初莲花&rdquo;变身&ldquo;卜蜂莲花&rdquo;

## 第五节 华润万家

一、公司简介

二、发展历程

三、华润万家&ldquo;以小攻大&rdquo;战略

四、公司动态

## 第七节 华联综超

一、公司简介

二、2015年企业经营情况分析

三、2016企业经营情况分析

四、2016年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

## 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、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、2015年企业经营情况分析

四、2016年企业经营情况分析

五、2016年企业财务数据分析

六、2016年公司发展展望及策略

## 第九节 永辉超市

一、公司简介

二、公司经营之道

三、2015年企业经营情况分析

四、2016年企业经营情况分析

五、2016年企业财务数据分析

六、2016年公司发展展望及策略

## 第四部分 连锁超市行业发展趋势及战略

### 第十章 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年连锁超市发展趋势分析

- 一、2016年中国连锁超市业发展展望
- 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 2017-2022年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

### 第十一章 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 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

第六节 我国大型连锁超市市场营销问题与对策

一、大型连锁超市市场营销存在的典型问题

二、大型连锁超市突破营销困境的营销策略

三、小结

第十二章 2017-2022年连锁超市竞争策略分析

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：2011-2016年度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2011-2016年工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2011-2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2011-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2011-2016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：2011-2016年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2011-2016年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2011-2016年货币供应量月度同比增长率（%）

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：2011-2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2011-2016年社零总额与限额以上零售额关系

图表：2011-2016年限额以上企业零售额分类增速（1）

图表：2011-2016年限额以上企业零售额分类增速（2）

图表：2011-2016年限额以上企业零售额分类增速（3）

图表：2011-2016年限额以上企业零售额分类增速（4）

图表：2011-2016年重点零售企业销售额月同比

图表：2011-2016年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2011-2016年我国城镇居民收入情况增长情况

图表：2011-2016年我国农村居民收入情况增长情况

图表：2011-2016年我国城镇居民收入与支出的关系

图表：2011-2016年我国农村居民收入与支出的关系

图表：2011-2016年各类景气指数（1）

图表：2011-2016年各类景气指数（2）

图表：2011-2016年零售总额与信心指数的关系

图表：2015和2016年各月百家重点大型零售企业零售额增速（%）

图表：2015和2016年各月百家重点大型零售企业金银珠宝零售额增速（%）

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：2016年中国连锁百强

图表：2016年中国快速消费品连锁百强

图表：2016年主要海外品牌经营情况

图表：2016年主要连锁百货企业经营情况

图表：2016年主要连锁便利店企业经营情况

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上的差异

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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/T61651N7R3.html>