

2011-2015年中国连锁超市 市场分析与行业前景预测报告

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

《2011-2015年中国连锁超市市场分析与行业前景预测报告》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/maoyi/X05043JPO5.html>

报告价格：中文版价格：印刷版：RMB 6800 电子版：RMB 7000 印刷版+电子版：RMB 7200

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

连锁超市是指经营同一类别的商品和售后服务的若干超市以一定的形式合并成统一的整体，通过企业外表形象的标准化、经营管理活动的专业化、组织人事规范化以及内部管理手段的现代化，做到使复杂的商业活动实现相对的简单化，从而达到规模效应。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，是适应大量消费、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”。

智研数据研究中心发布的《2011-2015年中国连锁超市市场分析与行业前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国连锁超市运行环境、中国零售业整体运行态势等，接着分析了中国连锁超市运行的现状，然后介绍了中国连锁超市业市场竞争格局。随后，报告对中国连锁超市做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国连锁超市业趋势预测、中国连锁超市经营战略。您若想对连锁超市产业有个系统的了解或者想投资连锁超市行业，本报告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。

第一章 2010-2011年中国连锁超市运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国节连锁超市政策环境分析

- 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

第三节 世界部分国家连锁超市发展经营借鉴

- 一、日本大型综合超市发展分析
- 二、泰国连锁超市发展分析
- 三、英国超市网购业务分析

四、美国连锁超市发展分析

第二章 2010-2011年中国零售业整体运行态势分析

第一节 2010-2011年中国零售业运行概况

一、零售业态分类和基本特点

二、中国零售业市场规模

三、中国连锁零售业数据分析

第二节 2010-2011年全国大型零售企业主要商品销售情况分析

一、我国消费市场基本情况

二、大型零售企业基本情况

三、外资零售企业国内发展情况

四、国内国际经济环境

五、零售业发展的新趋势

第三节 2010-2011年中国零售业发展中面临的挑战

第三章 2010-2011年中国连锁经营业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国连锁经营概述

一、连锁经营发展历程演进

二、连锁经营条件分析

三、连锁经营新亮点分析

第二节 2010-2011年中国连锁经营经分行业分析

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

第三节 2010-2011年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、中国连锁业发展趋势分析

第四章 2010-2011年中国连锁超市运行形势分析

第一节 2010-2011年中国连锁超市市场分析综述

一、连锁超市进入壁垒分析

二、连锁超市的市场特点分析

三、连锁超市的通道费分析

四、超市消费者购买行为分析

五、连锁超市市场绩效分析

第二节 2010-2011年中国连锁超市市场剖析

一、连锁商业转变经营方式

二、超市自有品牌经营分析

三、连锁超市安防管理分析

四、连锁超市定价参照分析

五、中国连锁超市业发展趋势及机会分析

第三节 2010-2011年中国电子商务在连锁超市中的应用解析

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问题

三、连锁超市企业发展电子商务策略

第五章 2010-2011年中国连锁超市业物流运行探析

第一节 现代物流对连锁超市的影响

一、我国连锁超市的经营现状

二、我国连锁超市物流体系现状分析

三、我国超市业的物流管理现代化发展分析

第二节 2010-2011年中国连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析

一、我国零售连锁超市的配送现状

二、我国常用配送模式的分析

三、我国零售连锁超市的配送对策探讨

四、影响连锁超市物流配送因素分析

第三节 2010-2011年中国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 2010-2011年中国连锁超市区域市场运行动态分析

第一节 2010-2011年北京连锁超市运行分析

- 一、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、北京连锁超市进村百姓乐享实惠
- 五、北京零售业竞争力总体水平稳步提高

第二节 2010-2011年广东连锁超市市场透析

- 一、广东连锁超市市场现状分析
- 二、广东省连锁超市自有品牌定位影响要素研究
- 三、我省启动农民专业合作社与大型连锁超市对接试点工作
- 四、广东连锁超市的前景与对策分析

第三节 2010-2011年上海连锁超市市场分析

- 一、黄金周上海连锁超市销售额分析
- 二、上海大型连锁超市呈现新的增长态势
- 三、上海连锁超市同质化竞争成因与策略分析
- 四、上海连锁超市业迎战外资挑战
- 五、上海连锁超市应对外资挑战策略

第四节 其他地区连锁超市发展分析

- 一、江苏省社会消费品零售额分析
- 二、武汉超市高端战愈演愈烈
- 三、山西省大型超市将划分等级
- 四、吉林省大型综合超市快速发展

第七章 2010-2011年中国连锁超市业市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国零售商业竞争新态势的观察与分析

- 一、跨国商业资本战略竞争优势分析
- 二、零售业态的演化分析
- 三、我国零售商业连锁经营模式分析

第二节 2010-2011年中国零售业市场竞争分析

- 一、外资进入将加剧零售业竞争
- 二、零售业二三线城市竞争分析

第三节 2010-2011年中国连锁超市竞争力分析

一、连锁超市的竞争优势

二、连锁超市核心竞争力分析

三、区域零售业竞争力的实证研究

第四节 2010-2011年中国连锁便利店竞争分析

一、国内主要便利店及其发展

二、连锁便利店的特点和优势

三、经营连锁便利店需要注意的问题

第五节 2011-2015年中国连锁超市业市场竞争趋势探析

第八章 2010-2011年跨国零售企业中国市场竞争分析

第一节 2010-2011年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、我国应对跨国零售企业的策略分析

第二节 2010-2011年外资零售企业在中国市场的竞争与动态

一、外资零售企业竞争力分析

二、外资零售企业零售商业分析

三、外资零售企业对中国零售的影响分析

第九章 2010-2011年中国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

第十章 2010-2011年连锁超市国际主体企业在华市场运行分析

第一节 沃尔玛

一、公司概况

二、公司动态分析

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、公司概况

二、公司动态分析

三、企业竞争力分析

四、企业未来发展战略分析

第三节 麦德龙

一、公司概况

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 卜蜂莲花

一、公司概况

二、卜蜂莲花发展动态

三、卜蜂莲花发展前景

第十一章 2010-2011年中国连锁超市主体企业在华市场运营状况分析

第一节 华润万家

一、公司概况

二、公司动态分析

三、华润万家竞争力分析

四、企业未来发展战略分析

第二节 北京华联集团投资控股有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 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、公司经营情况分析

五、公司发展计划

第四节 步步高商业连锁股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 上海百联（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 大商集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十二章 2011-2015年中国连锁超市业趋势预测分析

第一节 2011-2015年全球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

第二节 2011-2015年中国连锁超市发展趋势分析

- 一、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

第三节 2011-2015年中国农村连锁超市预测分析

- 一、行政村农村连锁超市发展情景
- 二、农村连锁超市物流成本对策分析

第十三章 2011-2015年中国连锁超市经营战略分析

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 2011-2015年中国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

第三节 2011-2015年中国连锁超市企业供应链管理对策

- 一、我国连锁超市供应链管理主要问题分析

二、我国连锁超市供应链管理对策分析

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分析

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分析

第五节 超市成功促销策略

一、超级市场的会员制促销

二、超级市场的折扣促销

三、超级市场的广告促销

四、超级市场的节日促销

五、超级市场的网络促销

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：北京华联集团投资控股有限公司主要经济指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司经营收入走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司盈利指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司负债情况图

图表：北京华联集团投资控股有限公司负债指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司运营能力指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司成长能力指标走势图

图表：步步高商业连锁股份有限公司主要经济指标走势图

图表：步步高商业连锁股份有限公司经营收入走势图

图表：步步高商业连锁股份有限公司盈利指标走势图

图表：步步高商业连锁股份有限公司负债情况图

图表：步步高商业连锁股份有限公司 负债指标走势图

图表：步步高商业连锁股份有限公司 运营能力指标走势图

图表：步步高商业连锁股份有限公司 成长能力指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司主要经济指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司经营收入走势图

图表：上海百联（集团）有限公司盈利指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司负债情况图

图表：上海百联（集团）有限公司负债指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司运营能力指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司成长能力指标走势图

图表：大商集团有限公司主要经济指标走势图

图表：大商集团有限公司经营收入走势图

图表：大商集团有限公司盈利指标走势图

图表：大商集团有限公司负债情况图

图表：大商集团有限公司负债指标走势图

图表：大商集团有限公司运营能力指标走势图

图表：大商集团有限公司成长能力指标走势图

本报告对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/X05043JPO5.html>