

2011-2015年中国连锁超市 行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国连锁超市行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/maoyi1011/L216189YW2.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2010-11-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国连锁超市行业市场分析与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国连锁超市行业的概念，接着分析了中国连锁超市行业发展环境，然后对中国连锁超市行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国连锁超市行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国连锁超市行业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。

从1994年起，我国连锁超市业年均增长速度为70%左右。从商务部公布的2003年全国前30家连锁企业的经营情况来看，总销售额为2704.2亿元，比去年同期增长29.9%；店铺总数为10321个，比去年同期增长35.1%。其中以超市(包括标准超市、大型综合超市和仓储超市)为主的连锁企业有18家，该类连锁企业的销售额占30家连锁企业总销售额的56.8%，比2002年增长了30.5%，店铺数增长了32%，连锁超市已成为我国零售业广泛采用的新型业态。面对连锁超市业的快速发展，连锁超市企业如何运用新的经营业态、新的经营理念、新的经营手段求得发展壮大，成为一个亟需研究解决的课题。

第一章 中国零售业整体运行态势分析

第一节 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 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

第二章 中国连锁经营业运行形势分析

第一节 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 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 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

第三章 中国连锁超市行业区域市场透析

第一节 中国华北地区连锁超市行业分析

一、华北地区经济及消费情况

二、华北地区连锁超市市场规模情况分析

三、品牌超市渗透情况

四、2011-2015年行业发展前景预测

五、2011-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区连锁超市行业分析

第三节 华东地区连锁超市行业分析

第四节 华南地区连锁超市行业分析

第五节 华中地区连锁超市行业分析

第六节 西南地区连锁超市行业分析

第七节 西北地区连锁超市行业分析

第四章 中国连锁超市物流领域探析

第一节 中国连锁超市逆向物流管理

一、超市逆向物流特征

二、超市逆向物流管理现状

三、超市逆向物流管理对策

第二节 中国连锁超市物流发展分析

一、中国连锁超市物流现状及其模式

二、连锁超市物流系统竞争力建设

三、大型连锁超市中物流配送

四、我国连锁超市物流配送体系建设分析

第三节 中国超市物流配送中心模式

一、连锁超市配送中心作用

二、我国连锁超市配送中心建设问题

三、我国连锁超市配送中心建设模式

四、连锁超市配送中心发展总体趋势

第五章 中国农业与连锁超市关联分析

第一节 中国农产品和农资连锁经营

一、中国农产品和农资连锁经营现状

二、中国农产品和农资连锁经营前景

三、中国农产品和农资连锁经营政策

四、农村连锁超市商机分析

第二节 中国大型超市与农业产业化

一、农业产业化概述

二、超市与农业产业化

三、超市促进农业产业化成功模式

四、大型超市与农业产业化协调策略

第六章 中国连锁超市行业竞争格局探析

第一节 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 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 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 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

第七章 国外资连锁超市重点企业竞争力透析

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

第八章 中国连锁超市重点企业分析

第一节 欧尚(中国)投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、投资约3亿 欧尚将入驻合肥天徽商业广场

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第五节 华润万家有限公司

- 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

第九章 2011-2015年中国连锁超市行业趋势分析

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

第十一章 2011-2015年中国连锁超市行业投资前景预测分析

第一节 2010年连锁超市行业投资情况分析

一、连锁超市行业总体投资结构

二、连锁超市行业投资规模情况

三、连锁超市行业投资增速情况

四、连锁超市分行业投资分析

五、连锁超市分地区投资分析

第二节 2011-2015年中国连锁超市行业投资机会分析

一、连锁超市投资项目分析

二、可以投资的连锁超市模式

三、我国连锁超市市场蕴藏的商机

四、未来中国连锁超市投资新方向

第三节 2011-2015年中国连锁超市投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、金融风险

四、市场运营机制风险

图表目录：（部分）

图表：连锁超市产业链分析

图表：连锁超市行业生命周期

图表：2009-2010年中国连锁超市行业市场规模

图表：2009-2010年全球连锁超市产业市场规模

图表：2009-2010年连锁超市重要数据指标比较

图表：服务业三种类型的营销

图表：西方连锁商店的兴起

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验证性因子分析

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

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：华润万家有限公司主要经济指标走势图

图表：华润万家有限公司经营收入走势图

图表：华润万家有限公司盈利指标走势图

图表：华润万家有限公司负债情况图

图表：华润万家有限公司负债指标走势图

图表：华润万家有限公司运营能力指标走势图

图表：华润万家有限公司成长能力指标走势图

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1011/L216189YW2.html>