

# 2015-2020年中国连锁超市 市场现状分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2015-2020年中国连锁超市市场现状分析及投资前景研究报告》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/maoyi1504/T12853S0G0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-04-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国连锁超市市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了连锁超市行业相关概述、中国连锁超市产业运行环境、分析了中国连锁超市行业的现状、中国连锁超市行业竞争格局、对中国连锁超市行业做了重点企业经营状况分析及中国连锁超市产业发展前景与投资预测。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。

随着国内经济的发展，连锁超市市场发展面临巨大机遇和挑战。在市场竞争方面，连锁超市企业数量越来越多，市场正面临着供给与需求的不对称，连锁超市行业有进一步洗牌的强烈要求，但是在一些连锁超市细分市场仍有较大的发展空间，信息化技术将成为核心竞争力。本报告通过深入的调查、分析，投资者能够充分把握行业目前所处的全球和国内宏观经济形势，具体分析该产品所在的细分市场，对连锁超市行业总体市场的供求趋势及行业前景做出判断；明确目标市场、分析竞争对手，了解产品定位，把握市场特征，发掘价格规律，创新营销手段，提出连锁超市行业市场进入和市场开拓策略，对行业未来发展提出可行性建议。为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报；为国内外的行业企业、研究机构、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、商业分析、投资咨询、市场战略咨询等服务。

## 报告目录

- 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、2014年宏观经济运行指标分析
    - 三、2015-2020年中国经济发展预测
    - 四、2014年连锁超市业在通货膨胀中稳定增长
  - 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达5131亿元
- 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 2013-2014年全国消费品零售市场分析及预测

- 一、2014年我国消费市场基本情况
- 二、2014年度影响连锁零售业政策盘点
- 三、2014年我国消费品零售数据分析
- 四、2014年大型零售企业基本情况
- 五、2014年社会消费品零售额将增长预测
- 六、2014传统零售商开展网络零售业务研究
- 七、2014年电商时代的零售连锁企业发展
- 八、2014年连锁零售企业转型升级提速
- 九、2014年物价消费预测
- 十、2014年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、2014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 2014年“中国连锁百强”分析

一、2014年中国连锁百强数据分析

二、2014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、2014年超市自有品牌经营分析

二、2014年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、2014年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、2013-2014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、2014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、2014年广东社会消费品零售额分析
- 二、2014年广东已建成近200家平价超市

三、深耕细分市场广东超市争相变脸

四、2014年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、2014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、2014年武汉超市高端战愈演愈烈

五、2014年山西省大型超市发展情况

六、2014年乐天玛特超市高调进驻吉林省

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、2014年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、2014年外资超市在华新开店及全国布局
- 二、2014年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、2014年外资零售在华扩张加速
- 四、2014年外资忙开店中资多元化
- 五、2014年外资零售巨头面临中国困境
- 六、2014年外资零售商连续关闭中国门店
- 七、2014年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、2014年“易初莲花”变身“卜蜂莲花”

## 第五节 华润万家

- 一、公司简介
- 二、发展历程
- 三、华润万家“以小攻大”战略
- 四、公司动态

## 第七节 华联综超

- 一、公司简介
- 二、2014年企业经营情况分析
- 三、2014年企业经营情况分析
- 四、2013-2014年企业财务数据分析
- 五、2015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、2014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、2014年企业经营情况分析

四、2014年企业经营情况分析

五、2013-2014年企业财务数据分析

六、2015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、2014年企业经营情况分析

四、2014年企业经营情况分析

五、2013-2014年企业财务数据分析

六、2015年公司发展展望及策略

第十章 博思数据关于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 2015-2020年连锁超市发展趋势分析

一、2015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、&ldquo;扩张&rdquo;与&ldquo;转型&rdquo;趋势
- 六、生鲜超市的发展趋势

#### 第四节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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：1998年3季度至2014年度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2001年10月-2014年10月工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2001年10月-2014年10月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2001年1-10月-2014年1-10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2001年10月-2014年10月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：2001年10月-2014年10月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2001年10月-2014年10月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2001年10月-2014年10月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：2000年10月-2014年10月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2014年1月-10月我国城镇、乡村零售总额增速对比图

图表：2006年1月-2014年10月社零总额与限额以上零售额关系

图表：2014年1-10月限额以上零售企业增长情况

图表：2005年1月-2014年10月限额以上企业零售额分类增速（1）

图表：2005年1月-2014年10月限额以上企业零售额分类增速（2）

图表：2005年1月-2014年10月限额以上企业零售额分类增速（3）

图表：2005年1月-2014年10月限额以上企业零售额分类增速（4）

图表：2006年1月-2014年10月重点零售企业销售额月同比

图表：2000年1月-2014年10月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2004-2014年我国城镇居民收入情况增长情况

图表：2004-2014年我国农村居民收入情况增长情况

图表：2004-2014年我国城镇居民收入与支出的关系

图表：2004-2014年我国农村居民收入与支出的关系

图表：2005-2014年各类景气指数（1）

图表：2005-2014年各类景气指数（2）

图表：2005-2014年零售总额与信心指数的关系

图表：2013和2014年各月百家重点大型零售企业零售额增速（%）

图表：2013和2014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：2014年中国连锁百强

图表：2014年中国快速消费品连锁百强

图表：2014年主要海外品牌经营情况

图表：2014年主要连锁百货企业经营情况

图表：2014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质上的差异

图表：2013、2014年30家大型超市平效和人效对比情况表

图表：2013、2014年30家大型超市销售增长和店铺总数增长情况

图表：2014年大型超市内外资门店数、总销售额、单店销售额比较

图表：2013、2014年40家超市门店的平效和人效对比情况表

图表：2013、2014年11家百货店的平均销售额和营业面积比较

图表：2013、2014年11家百货门店的平效和人效对比情况表

图表：2013、2014年15家店的便利店平均销售额和营业面积比较

图表：2013、2014年15家便利店的平效及人效及单品销售额比较

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

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度量表可靠性检验

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分

图表：中国大型连锁综合超市顾客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价对格顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市总体满意度

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较

图表：零售商销售额

图表：食品供应商与零售商的销售额增长率对比

图表：零售商门店数量

图表：零售商利润

图表：2014年10月份北京全市社会消费品零售额

图表：在华主要跨国零售企业基本资料

图表：跨国零售企业在华主要分布状况

图表：跨国零售企业在华业态战略选择

图表：跨国零售企业在华业态组合

图表：2014年家乐福、沃尔玛、乐购、大润发再华门店分布对比统计

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司主营构成表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司流动资产表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司长期投资表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司固定资产表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司无形及其他资产表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司流动负债表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司长期负债表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司股东权益表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司营业利润表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司利润总额表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司净利润表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司每股指标表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司获利能力表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司经营能力表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司资本结构表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司发展能力表

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司主营构成表

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司流动资产表

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司长期投资表

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司固定资产表

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司无形及其他资产表

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司流动负债表

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司长期负债表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司股东权益表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司主营业务收入表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司主营业务利润表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司营业利润表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司利润总额表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司净利润表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司每股指标表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司获利能力表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司经营能力表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司资本结构表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司发展能力表  
图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司现金流量分析表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司主营构成表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司流动资产表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司固定资产表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司无形及其他资产表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司流动负债表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司长期负债表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司股东权益表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司主营业务收入表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司主营业务利润表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司营业利润表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司利润总额表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司净利润表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司每股指标表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司获利能力表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司经营能力表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司偿债能力表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司资本结构表  
图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司发展能力表



## 图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司现金流量分析表

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1504/T12853S0G0.html>