

中国连锁超市市场产销调研及发展规划研究报告 (2014-2018)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国连锁超市市场产销调研及发展规划研究报告（2014-2018）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/171632171632.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

大型超级市场是超级市场的再发展和再创造，相比超级市场，它除了营业面积扩大了很多以外，商品种类也增加了很多，增加了生鲜及现场制作品等。大型超级市场是目前国内零售企业与外资零售企业竞争的焦点，这一类零售企业也使目前国内发展最快的业态之一，它较大和舒适的营业环境，齐全的商品种类，受到广大消费者的青睐。

随着经济的不断发展以及竞争的日渐加剧，它们不停地调整与磨合，最终表现出一定的规律性发展趋势。并且根据国内外大型超市发展情况归纳出来有1.国际化2.规模化3.高科技的广泛应用4.发展自有品牌5.统一采购配送6.增加顾客服务项目。

中国报告网发布的《中国连锁超市市场产销调研及发展规划研究报告（2014-2018）》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

报告目录：

第一章 2012-2013年中国连锁超市运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013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 2012-2013年中国零售业整体运行态势分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国零售业发展中面临的挑战

第三章 2012-2013年中国连锁经营业运行形势分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国连锁超市运行形势分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国连锁超市区域市场运行动态分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国连锁超市业市场竞争格局分析
 - 第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2013-2018年中国连锁超市业市场竞争趋势探析
- 第八章 2012-2013年跨国零售企业中国市场竞争分析
 - 第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2013-2018年中国连锁超市业趋势预测分析

第一节 2013-2018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 2013-2018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 2013-2018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 2013-2018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 2013-2018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 2013-2018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：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/171632171632.html>