

中国连锁超市市场竞争调研及未来五年投资规划 研究报告

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《中国连锁超市市场竞争调研及未来五年投资规划研究报告》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/214664214664.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

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、未来五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 全国消费品零售市场分析

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、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、“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

第十章 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 未来五年连锁超市发展趋势分析

一、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 未来五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 未来五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 未来五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

图表详见正文•••••