

2018-2024年中国连锁超市行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国连锁超市行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/330894.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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，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”。

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 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、2017年宏观经济运行指标分析
- 三、2018-2024年中国经济发展预测
- 四、2017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 2014-2017年全国消费品零售市场分析

一、2017年我国消费市场基本情况

二、2017年度影响连锁零售业政策盘点

三、2017年我国消费品零售数据分析

四、2017年大型零售企业基本情况

五、2017年社会消费品零售额将增长预测

六、2017年传统零售商开展网络零售业务研究

七、2017年电商时代的零售连锁企业发展

八、2017年连锁零售企业转型升级提速

九、2017年物价消费预测

十、2017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、2017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 2017年“中国连锁百强”分析

一、2017年中国连锁百强数据分析

二、2017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、2017年超市自有品牌经营分析

二、2017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、2017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、2014-2017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、2017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、2017年广东社会消费品零售额分析

二、2017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、2017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、2017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、2017年武汉超市高端战愈演愈烈

五、2017年山西省大型超市发展情况

六、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、2017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、2017年外资超市在华新开店及全国布局

二、2017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、2017年外资零售在华扩张加速

四、2017年外资忙开店中资多元化

五、2017年外资零售巨头面临中国困境

六、2017年外资零售商连续关闭中国门店

七、2017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

第六节 华联综超

一、公司简介

二、2016年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2014-2017年企业财务数据分析

五、2017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、2017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、2016年企业经营情况分析

四、2017年企业经营情况分析

五、2014-2017年企业财务数据分析

六、2017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、2017年企业经营情况分析

四、2017年企业经营情况分析

五、2014-2017年企业财务数据分析

六、2017年公司发展展望及策略

第十章 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 2018-2024年连锁超市发展趋势分析

一、2017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、“扩张”与“转型”趋势

六、生鲜超市的发展趋势

第四节 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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：2015和2017年各月百家重点大型零售企业零售额增速（%）

图表：2015和2017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：2017年中国连锁百强

图表：2017年中国快速消费品连锁百强

图表：2017年主要海外品牌经营情况

图表：2017年主要连锁百货企业经营情况

图表：2017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：2015、2017年30家大型超市平效和人效对比情况表

图表：2015、2017年30家大型超市销售增长和店铺总数增长情况

图表：2017年大型超市内外资门店数、总销售额、单店销售额比较

图表：2015、2017年40家超市门店的平效和人效对比情况表

图表：2015、2017年11家百货店的平均销售额和营业面积比较

图表：2015、2017年11家百货门店的平效和人效对比情况表

图表：2015、2017年15家店的便利店平均销售额和营业面积比较

图表：2015、2017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：2017年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：2017年家乐福、沃尔玛、乐购、大润发再华门店分布对比统计

图表：2014-2017年北京华联综合超市股份有限公司主营构成表

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/330894.html>