

2016-2022年中国连锁超市行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国连锁超市行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/285805.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

2015 年中国实体商超税后规模2.9 万亿元，同比增4.1%；其中大卖场/标超/便利店规模分别为0.7 万亿/2.1 万亿/0.06 万亿元，同比+5.2%/+3.5%/+7.6%。预计2020 年实体商超市场规模可达3.3 万亿元，2015-2020 年CAGR2.4%；其中大卖场/标超/便利店业态规模分别为0.8 万亿/2.3 万亿/0.08 万亿元，2015-2020 年CAGR 分别为+3.1%/+2.0/+5.4%。2015 年商超品类电商交易额为2125 亿元，同比+41.0%，渗透率6%；预计2020 年可达5158 亿元，2015-2020 年CAGR19.4%，渗透率提升至13.6%。从增量角度，预计2020 年中国线上线下整体规模较2015 年增加6719 亿元；其中实体商超增量为3686 亿元，占增量的54.9%；线上增量3033 亿元，占增量的45.1%，电商渗透率提升推动超市行业版图已开始重构。中国实体商超及子业态市场规模增速

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：

第一部分连锁超市现状分析 16

第一章2010-2016年中国连锁超市运行环境解析 16

第一节2010-2016年中国宏观经济环境分析 16

一、中国GDP分析 16

2008-2015年全国GDP及同比增速

二、消费价格指数分析 17

三、城乡居民收入分析 18

四、社会消费品零售总额 20

五、全社会固定资产投资分析 22

六、进出口总额及增长率分析 23

七、消费者信心指数 25

八、连锁超市业在通货膨胀中稳定增长 27

九、中国下一阶段的经济增长与宏观调控 28

十、宏观经济对商业零售影响 28

第二节2010-2016年中国节连锁超市政策环境分析 28

一、零售行业政策环境分析 28

二、商业特许经营管理条例 29

三、连锁超市门店管理规范 35

第三节世界部分国家连锁超市发展经营借鉴 42

一、日本大型综合超市发展分析 42

二、泰国连锁超市发展分析 44

三、英国超市网购业务分析 45

四、美国连锁超市发展分析 46

第二章2010-2016年中国零售业整体运行态势分析 48

第一节2010-2016年中国零售业运行概况 48

一、零售业态分类和基本特点 48

二、中国零售业市场规模 51

三、中国连锁零售业数据分析 52

第二节2010-2016年全国大型零售企业主要商品销售情况分析 53

一、我国消费市场基本情况 53

二、大型零售企业基本情况 55

三、外资零售企业国内发展情况 62

四、国内国际经济环境 64

五、零售业发展的新趋势 68

第三节2010-2016年中国零售业发展中面临的挑战 70

第三章2010-2016年中国连锁经营业运行形势分析 72

第一节2010-2016年中国连锁经营概述 72

一、连锁经营发展历程演进 72

二、连锁经营条件分析 75

三、连锁经营新亮点分析 76

第二节2010-2016年中国连锁经营经分行业分析 76

一、汽车后连锁经营市场分析 76

二、内衣连锁经营分析 84

三、手机零售商连锁经营分析 87

四、家纺床品连锁经营分析 90

第三节2010-2016年中国连锁经营的策略分析 97

一、中国连锁经营企业营销分析 97

二、中国连锁业发展趋势分析 100

第二部分连锁超市市场剖析 102

第四章2010-2016年中国连锁超市运行新形势透分析 102

第一节2010-2016年中国连锁超市市场分析综述 102

- 一、连锁超市进入壁垒分析 102
- 二、连锁超市的市场特点分析 102
- 三、连锁超市的通道费分析 103
- 四、超市消费者购买行为分析 105
- 五、连锁超市市场绩效分析 107
- 第二节2010-2016年中国连锁超市市场剖析 108
 - 一、连锁商业转变经营方式 108
 - 二、超市自有品牌经营分析 108
 - 三、连锁超市安防管理分析 113
 - 四、连锁超市定价参照分析 114
 - 五、中国连锁超市业发展趋势及机会分析 115
- 第三节2010-2016年中国电子商务在连锁超市中的应用解析 116
 - 一、连锁超市企业电子商务模式分析 116
 - 二、连锁超市企业发展电子商务问题 117
 - 三、连锁超市企业发展电子商务策略 118
- 第五章2010-2016年中国连锁超市业物流运行探析 120
 - 第一节现代物流对连锁超市的影响 120
 - 一、我国连锁超市的经营现状 120
 - 二、我国连锁超市物流体系现状分析 120
 - 三、我国超市业的物流管理现代化发展分析 122
 - 第二节2010-2016年中国连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析 124
 - 一、我国零售连锁超市的配送现状 124
 - 二、我国常用配送模式的分析 125
 - 三、我国零售连锁超市的配送对策探讨 126
 - 四、影响连锁超市物流配送因素分析 129
 - 第三节2010-2016年中国连锁超市物流配送策略分析 131
 - 一、连锁超市物流配送新方法 131
 - 二、连锁超市物流系统竞争力分析 134
 - 三、大型连锁超市中物流配送策略 136
 - 四、连锁超市的逆向物流管理 138
- 第六章2010-2016年中国连锁超市区域市场运行动态分析 141
 - 第一节2010-2016年北京连锁超市运行分析 141
 - 一、北京消费品市场分析 141
 - 二、北京超市顾客满意度分析 141
 - 三、北京本土超市的差异经营 143

四、北京连锁超市进村百姓乐享实惠	146
五、北京零售业竞争力总体水平稳步提高	148
第二节2010-2016年广东连锁超市市场透析	149
一、广东连锁超市市场现状分析	149
二、广东省连锁超市自有品牌定位影响要素研究	149
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	149
四、广东连锁超市的前景与对策分析	150
第三节2010-2016年上海连锁超市市场分析	150
一、黄金周上海连锁超市销售额分析	150
二、上海大型连锁超市呈现新的增长态势	151
三、上海连锁超市同质化竞争成因与策略分析	151
四、上海连锁超市业迎战外资挑战	153
五、上海连锁超市应对外资挑战策略	153
第四节其他地区连锁超市发展分析	155
一、江苏省社会消费品零售额分析	155
二、武汉超市高端战愈演愈烈	155
三、山西省大型超市将划分等级	157
四、吉林省大型综合超市快速发展	157
第三部分连锁超市业竞争态势分析	158
第七章2010-2016年中国连锁超市业市场竞争新格局分析	158
第一节2010-2016年中国零售商业竞争新态势的观察与分析	158
一、跨国商业资本战略竞争优势分析	158
二、零售业态的演化分析	158
三、我国零售商业连锁经营模式分析	160
第二节2010-2016年中国零售业市场竞争分析	160
一、外资进入将加剧零售业竞争	160
二、零售业二三线城市竞争分析	161
第三节2010-2016年中国连锁超市竞争力分析	161
一、连锁超市的竞争优势	161
二、连锁超市核心竞争力分析	165
三、区域零售业竞争力的实证研究	166
第四节2010-2016年中国连锁便利店竞争分析	168
一、国内主要便利店及其发展	168
二、连锁便利店的特点和优势	168
三、经营连锁便利店需要注意的问题	170

第五节 2016-2022年中国连锁超市业市场竞争趋势探析 171

第八章2010-2016年跨国零售企业中国市场竞争分析 171

第一节2010-2016年跨国零售企业在华扩张的业态选择 171

- 一、跨国零售企业在华业态发展状况 171
- 二、跨国零售企业在华扩张的业态战略选择特征及其成因 172
- 三、我国应对跨国零售企业的策略分析 174

第二节2010-2016年外资零售企业在中国市场的竞争与动态 178

- 一、外资零售企业竞争力分析 178
- 二、外资零售企业零售商业分析 179
- 三、外资零售企业对中国零售的影响分析 180

第九章2010-2016年中国连锁超市竞争策略分析 181

第一节本土超市应对外来竞争策略分析 181

- 一、价格领先 181
- 二、差异化竞争 183

第二节提升我国零售企业核心竞争力的策略选择 185

- 一、中国零售企业所面临的环境 185
- 二、国际竞争中我国零售企业的优势与劣势 186
- 三、零售业核心竞争力的分析 188
- 四、提升中国零售业核心竞争力的发展策略 188

第三节超市合并扩张策略 192

- 一、成本对比首先受到重视 192
- 二、配送和跨区域服务能力面临考验 193
- 三、被抛弃的代理商 194

第四节中小连锁超市的优劣势与对策 196

- 一、中小企业在组织上的特征分析 196
- 二、中小连锁超市的优劣势分析 198
- 三、中小超市企业发展中的对策 199

第十章2010-2016年连锁超市国际主体企业在华市场运行分析 201

第一节沃尔玛 201

- 一、公司概况 201
- 二、公司动态分析 202
- 三、公司在中国的政策性壁垒 203
- 四、公司市场再定位策略 204

五、沃尔玛激励经营策略 205

第二节家乐福 205

一、公司概况 205

二、公司动态分析 206

三、企业竞争力分析 207

四、企业未来发展战略分析 207

第三节麦德龙 207

一、公司概况 207

二、公司经营理念 208

三、公司超市的基本特点 209

四、公司仓储式超市的营销策略 209

第四节卜蜂莲花 209

一、公司概况 209

二、卜蜂莲花发展动态 210

三、卜蜂莲花发展前景 210

第十一章2010-2016年中国连锁超市主体企业在华市场运营状况分析 210

第一节华润万家 210

一、公司概况 210

二、公司动态分析 211

三、华润万家竞争力分析 212

四、企业未来发展战略分析 212

第二节北京华联集团投资控股有限公司 212

一、公司基本情况概述 212

二、2009-2016年公司成长性分析 213

三、2009-2016年公司财务能力分析 213

四、2009-2016年公司偿债能力分析 214

五、2009-2016年公司现金流量分析表 215

六、2009-2016年公司经营能力分析 215

七、2009-2016年公司盈利能力分析 216

第三节苏果超市 217

一、公司简介 217

二、公司经营之道 217

三、解读公司突出成就 218

四、公司经营情况分析 218

五、公司发展计划 218

第四节步步高商业连锁股份有限公司 219

- 一、企业概况 219
- 二、企业主要经济指标分析 219
- 三、企业盈利能力分析 220
- 四、企业偿债能力分析 220
- 五、企业运营能力分析 220
- 六、企业成长能力分析 221

第五节上海百联（集团）有限公司 221

- 一、公司基本情况概述 221
- 二、2009-2016年公司成长性分析 222
- 三、2009-2016年公司财务能力分析 222
- 四、2009-2016年公司偿债能力分析 223
- 五、2009-2016年公司现金流量分析表 224
- 六、2009-2016年公司经营能力分析 224
- 七、2009-2016年公司盈利能力分析 224

第六节大商集团有限公司 225

- 一、公司基本情况概述 225
- 二、2009-2016年公司成长性分析 226
- 三、2009-2016年公司财务能力分析 226
- 四、2009-2016年公司偿债能力分析 227
- 五、2009-2016年公司现金流量分析表 228
- 六、2009-2016年公司经营能力分析 228
- 七、2009-2016年公司盈利能力分析 229

第五部分连锁超市业前景预测与投资战略研究 230

第十二章 2016-2022年中国连锁超市经营战略分析 230

第一节国内外大型超市经营模式对比及启示 230

- 一、国内外大型超市发展现状 230
- 二、国内外大型超市经营模式对比 231
- 三、本土大型超市发展的经营启示 233

第二节 2016-2022年中国连锁超市的营销策略分析 235

- 一、连锁超市赢利模式分析 235
- 二、国内连锁超市发展四策略 240
- 三、连锁超市管理的策略分析 242
- 四、建设乡镇连锁超市策略分析 243

第三节 2016-2022年中国连锁超市企业供应链管理对策 247

一、我国连锁超市供应链管理主要问题分析	247
二、我国连锁超市供应链管理对策分析	247
第四节客户关系管理在零售超市服务中应用研究	248
一、客户关系管理的内涵分析	248
二、超市实施客户关系管理的必要性	249
三、超市成功实施客户关系管理的策略分析	249
第五节超市成功促销策略	250
一、超级市场的会员制促销	250
二、超级市场的折扣促销	251
三、超级市场的广告促销	252
四、超级市场的节日促销	254
五、超级市场的网络促销	256
第十三章 2016-2022年中国连锁超市业趋势预测分析	258
第一节2016-2022年全球条件下我国超市发展趋势	258
一、经营理念的发展趋势	258
二、超市定位的发展趋势	259
三、经营方式的发展趋势	259
第二节2016-2022年中国连锁超市发展趋势分析	260
一、中国连锁业发展展望	260
二、大型超市小型化趋势	261
三、超市的细分和规范趋势	262
四、连锁超市的并购趋势	263
五、“扩张”与“转型”趋势	264
六、生鲜超市的发展趋势	266
第三节 2016-2022年中国农村连锁超市预测分析	269
一、行政村农村连锁超市发展情景	269
二、农村连锁超市物流成本对策分析	272
图表目录：	
图表 1、2009-2016年1季我国GDP统计表	16
图表 2、2009-2016年1季度消费价格指数分析	17
图表 3、2009-2016年1季度城乡居民价格指数分析	19
图表 4、2009-2016年1季社会消费品零售总额	21
图表 5、2009-2016年1季度我国城镇固定资产投资	22
图表 6、2009-2016年1季度进出口总额及增长率分析	23
图表 7、2009-2016年1季度消费者信心指数	26

- 图表 8、无店铺零售业态分类和基本特点 50
- 图表 9、2009-2016年1季社会消费品零售总额 52
- 图表 10、2009-2014年中国百货连锁销售收入分析及预测 52
- 图表 11、2009-2016年1季度我国连锁超市市场绩效分析 107
- 图表 12、区域零售业竞争力评价指标体系 167
- 图表 13、我国各地区超高数量占超高总数的百分比 189
- 图表 14、2009-2016年1季度华联综超成长能力分析 213
- 图表 15、2009-2016年1季度华联综超财务能力分析 213
- 图表 16、2009-2016年1季度华联综超偿债能力分析 214
- 图表 17、2009-2016年1季度华联综超现金流浪分析 215
- 图表 18、2009-2016年1季度华联综超经营能力分析 215
- 图表 19、2009-2016年1季度华联综超盈利能力分析 216
- 图表 20、2009-2016年1季度步步高主要经济指标分析 219
- 图表 21、2009-2016年1季度步步高盈利能力分析 220
- 图表 22、2009-2016年1季度步步高偿债能力分析 220
- 图表 23、2009-2016年1季度步步高运营能力分析 220
- 图表 24、2009-2016年1季度步步高成长能力分析 221
- 图表 25、2009-2016年1季度百联股份成长能力分析 222
- 图表 26、2009-2016年1季度百联股份财务能力分析 222
- 图表 27、2009-2016年1季度百联股份偿债能力分析 223
- 图表 28、2009-2016年1季度百联股份现金流量分析 224
- 图表 29、2009-2016年1季度百联股份经营能力分析 224
- 图表 30、2009-2016年1季度百联股份盈利能力分析 224

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/285805.html>