

2016-2022年中国连锁超市市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国连锁超市市场运行态势及投资战略研究报告》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.chyxx.com/research/201608/434571.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

中国连锁超市市占率（%）

中国连锁超市龙头终端门店家数

智研咨询发布的《2016-2022年中国连锁超市市场运行态势及投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了连锁超市产业相关概念及发展环境，接着分析了中国连锁超市行业规模及消费需求，然后对中国连锁超市行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国连锁超市行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国连锁超市行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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 (ZY CW)
 - 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
- 图表 31、2009-2016年1季度大商股份成长能力分析 226
- 图表 32、2009-2016年1季度大商股份财务能力分析 226
- 图表 33、2009-2016年1季度大商股份偿债能力分析 227
- 图表 34、2009-2016年1季度大商股份现金流量分析 228
- 图表 35、2009-2016年1季度大商股份经营能力分析 228
- 图表 36、2009-2016年1季度大商股份盈利能力分析 229

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201608/434571.html>