

2011-2015年中国连锁超市 行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国连锁超市行业市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/canyin1009/J9438029BB.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-09-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 www.bosidata.com

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国连锁超市行业市场分析与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国零售业整体运行态势，接着分析了中国连锁超市行业的现状，然后介绍了中国连锁超市行业竞争格局。随后，报告对中国、外资连锁超市做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国连锁超市行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁超市行业有个系统的了解或者想投资连锁超市行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

近年来，连锁超市业蓬勃发展，超市已成为我国零售业广泛采用的新型业态。连锁超市企业要得到发展壮大，必须采用新的经营业态，引进新的经营理念和新的经营手段。要选好目标市场，准确定位，开展差异化营销，赢得竞争主动权；综合考虑城市的商业容量、商业区位、交通、竞争状况等因素，进行合理的选址布局；针对不同的目标市场，选择合理的业态与发展战略；充分挖掘企业的核心竞争力，以保持长期竞争优势；建立良好的用人机制、激励机制和培训体系，培养高素质人才；遵循规范化原则，规范公司运营。

第一章 2010年中国零售业整体运行态势分析

第一节 2010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 2010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 2010年中国零售业发展中面临的挑战

第二章 2010年中国连锁经营业运行形势分析

第一节 2010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 2010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 2010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

第三章 2010年中国连锁超市经营业态分析

第一节 2010年中国连锁超市经营特点

一、超市消费者购买行为分析

二、连锁超市市场绩效分析

三、连锁超市进入农村市场优势分析

第二节 2010年中国连锁超市现状综述

一、零售连锁行业发展状况

二、2010年零售连锁行业发展分析

三、连锁超市发展差异分析

四、2010年我国连锁超市发展方向分析

第三节 2010年中国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问题

三、连锁超市企业发展电子商务策略

第四节 2010年中国连锁超市存在问题及发展策略

一、超市和连锁超市含义

二、我国连锁超市发展中存在问题

三、我国连锁超市发展途径

第五节 2010年中国连锁超市供应商发展分析

一、2010年上半年零售业供应商发展状况

二、2010年供货商与超市关系现状

三、2010年下半年超市供货商发展动向

四、供货商与零售商关系发展策略

第四章 2010年中国连锁超市行业区域市场分析

第一节 2010年中国华北地区连锁超市行业分析

一、华北地区经济及消费情况

二、华北地区连锁超市市场规模情况分析

三、品牌超市渗透情况

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区连锁超市行业分析

第三节 华东地区连锁超市行业分析

第四节 华南地区连锁超市行业分析

第五节 华中地区连锁超市行业分析

第六节 西南地区连锁超市行业分析

第七节 西北地区连锁超市行业分析

第五章 2010年中国连锁超市物流领域分析

第一节 2010年中国连锁超市逆向物流管理

一、超市逆向物流特征

二、超市逆向物流管理现状

三、超市逆向物流管理对策

第二节 2010年中国连锁超市物流发展分析

一、中国连锁超市物流现状及其模式

二、连锁超市物流系统竞争力建设

三、大型连锁超市中物流配送

四、我国连锁超市物流配送体系建设分析

第三节 2010年中国超市物流配送中心模式

一、连锁超市配送中心作用

二、我国连锁超市配送中心建设问题

三、我国连锁超市配送中心建设模式

四、连锁超市配送中心发展总体趋势

第六章 2010年中国农业与连锁超市关联分析

第一节 2010年中国农产品和农资连锁经营

- 一、中国农产品和农资连锁经营现状
- 二、中国农产品和农资连锁经营前景
- 三、中国农产品和农资连锁经营政策
- 四、农村连锁超市商机分析

第二节 2010年中国大型超市与农业产业化

- 一、农业产业化概述
- 二、超市与农业产业化
- 三、超市促进农业产业化成功模式
- 四、大型超市与农业产业化协调策略

第七章 2010年中国连锁超市行业竞争格局分析

第一节 2010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 2010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 2010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 2010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 2010-2015年中国连锁超市业市场竞争趋势探析

第八章 2010年中国外资连锁超市重点企业竞争力分析

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

第九章 2010年中国顶尖连锁超市优势企业竞争力分析

第一节 欧尚(中国)投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、投资约3亿 欧尚将入驻合肥天徽商业广场

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第五节 华润万家有限公司

- 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

第十章 2011-2015年中国连锁超市业趋势预测分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015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

第十一章 2010-2015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 2010-2015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 2010-2015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

第十二章 2011-2015年中国连锁超市企业管理策略建议分析

第一节 市场策略分析

- 一、连锁超市价格策略分析

二、连锁超市渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高连锁超市企业竞争力的策略

一、提高中国连锁超市企业核心竞争力的对策

二、连锁超市企业提升竞争力的主要方向

三、影响连锁超市企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高连锁超市企业竞争力的策略

第四节 对我国连锁超市品牌的战略思考

一、连锁超市实施品牌战略的意义

二、连锁超市企业品牌的现状分析

三、我国连锁超市企业的品牌战略

四、连锁超市品牌战略管理的策略

第十三章 2011-2015年中国连锁超市行业投资预测分析

第一节 2011-2015年中国连锁超市行业投资机会分析

第二节 2011-2015年中国连锁超市投资风险分析

第三节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：连锁超市产业链分析

图表：连锁超市行业生命周期

图表：2009-2010年中国连锁超市行业市场规模

图表：2009-2010年全球连锁超市产业市场规模

图表：2009-2010年连锁超市重要数据指标比较

图表：服务业三种类型的营销

图表：西方连锁商店的兴起

图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素

图表：影响顾客光顾超市的因素

图表：顾客判断超市价位的依据

图表：顾客对卖场人员服务的需求情况

图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析

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：上海百联（集团）有限公司主要经济指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司经营收入走势图

图表：上海百联（集团）有限公司盈利指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司负债情况图

图表：上海百联（集团）有限公司负债指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司运营能力指标走势图

图表：上海百联（集团）有限公司成长能力指标走势图

图表：大商集团有限公司主要经济指标走势图

图表：大商集团有限公司经营收入走势图

图表：大商集团有限公司盈利指标走势图

图表：大商集团有限公司负债情况图

图表：大商集团有限公司负债指标走势图

图表：大商集团有限公司运营能力指标走势图

图表：大商集团有限公司成长能力指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司主要经济指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司经营收入走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司盈利指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司负债情况图

图表：北京华联集团投资控股有限公司负债指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司运营能力指标走势图

图表：北京华联集团投资控股有限公司成长能力指标走势图

图表：华润万家有限公司主要经济指标走势图

图表：华润万家有限公司经营收入走势图

图表：华润万家有限公司盈利指标走势图

图表：华润万家有限公司负债情况图

图表：华润万家有限公司负债指标走势图

图表：华润万家有限公司运营能力指标走势图

图表：华润万家有限公司成长能力指标走势图

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1009/J9438029BB.html>