

# 2009-2010年中国超市连锁 行业市场研究及投资发展预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009-2010年中国超市连锁行业市场研究及投资发展预测报告》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.cction.com/report/200906/19307.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008-2009年中国超市连锁行业运行环境分析

#### 一、2008-2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施
- (四) 中国城镇居民人均可支配收入增长情况

#### 二、2008-2009年中国超市连锁行业政策环境分析

- (一) 《全国商品市场体系建设纲要》
- (二) 新《零售商品称重计量监督管理办法》
- (三) 超市行为道德规范政策

#### 三、2008-2009年中国超市连锁行业社会环境分析

- (一) 2009年1-3月中国消费品零售总额情况
- (二) 2009-2010年我国扩大消费的八大措施

### 第二章 2008-2009年全球零售业运行动态分析

#### 一、2008-2009年全球零售业发展总体分析

- (一) 当代国际零售业的特点
- (二) 跨国零售商海外市场的进入模式和选择
- (三) 西方零售业态发展的两个理论分析
- (四) 国际三大零售巨头发展历程及启示

#### 二、2008-2009年中国零售业运行走势分析

- (一) 金融危机环境下中国零售业发展变化分析
- (二) 中国大型零售企业的成长探讨
- (三) 中国农村零售业发展分析

#### 三、2008-2009年中国零售业存在问题及对策分析

### 第三章 2008-2009年中国超市连锁行业运行形势分析

#### 一、2008-2009年中国超市行业发展概述

- (一) 2008年我国超市业态发展分析
- (二) 金融危机环境下国内超市业发展动态
- (三) 中国超市零售业的信息化之路

#### 二、2008-2009年中国连锁超市物流主要存在的问题分析

(一) 即时配送率低

(二) 超市企业之间竞争手段趋同，导致企业毛利下降

### 三、2008-2009年中国超市连锁行业应对策略分析

## 第四章 2008-2009年中国超市产业市场经营策略探讨

### 一、2008-2009年中国超市的经营管理分析

(一) 连锁超市经营管理中五个不等分析

(二) 超市管理的关键点分析

(三) 超市人力资源管理的误区分析

(四) 连锁超市企业供应链管理中存在的问题及对策

### 二、2008-2009年中国大型超市的经营分析

(一) 大型综合超市的含义特征分析

(二) 中国大型综合超市建立的可行性

(三) 中国大型超市的发展现状

(四) 国内外大型超市经营模式对比及启示

(五) 我国大型超市循环经济模式发展分析

(六) 大型综合超市新的营销策略

(七) 大中型超市社区营销能力提高的思考

### 三、2008-2009年中国超市市场开拓与营销战略分析

(一) 我国连锁超市农村市场开拓探讨

(二) 连锁超市营销八大差异分析

(三) 本土超市应对外来竞争的营销战略

(四) 超市成功促销的经验

## 第五章 2008-2009年中国超市产业市场从不同角度分析

### 一、从中国超市经营理念发展的角度分析

(一) 单一的出售商品向出售服务和消费者附加值过渡

(二) 价格制胜的竞争观念向多种因素的复合型竞争理念过渡

### 二、从中国超市业态发展的角度分析

(一) “销品+茂”为主形式的大型购物消费中心的出现和发展

(二) 中小超市逐渐演化为以社区为主、广域扩张的“大连锁”便利店

(三) 以俱乐部为主形式，具备多服务功能的宽泛型会员超市

### 三、从中国超市营销策划发展的角度分析

(一) 品牌铺路，文化行销

(二) 全程服务, 本土营销

#### 四、从中国超市管理技术创新发展的角度分析

(一) 后存包时代

(二) 虚实结合的售货方式

(三) 银企联动, 快速收银

#### 第六章 2008-2009年中国超市连锁行业市场竞争格局分析

##### 一、2008-2009年中外超市企业竞争力的比较研究

(一) 管理技术的比较

(二) 人力资本的比较

(三) 企业规模的比较

(四) 营销战略比较

##### 二、2008-2009年中国超市产业市场竞争结构分析

(一) 规模化的趋势和不同规模之间的竞争

(二) 超市产业进入威胁和进入壁垒

(三) 替代威胁及“业态”的多样化

##### 三、2008-2009年中国提升本土超市竞争力的对策分析

#### 第七章 中国市场主要外资连锁超市分析

一、沃尔玛

二、家乐福

三、卜蜂莲花(原易初莲花)

四、麦德龙

五、欧尚

#### 第八章 中国市场主要内资连锁超市分析

一、武汉中百集团股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

二、北京华联综合超市股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

三、步步高商业连锁股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

#### 四、上海友谊集团股份有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况分析

#### 五、上海百联集团股份有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况分析

#### 六、大商集团股份有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况分析

#### 七、武汉武商集团股份有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况分析

#### 八、其它超市分析

##### （一）农工商超市（集团）有限公司

##### （二）物美控股集团有限公司

##### （三）北京京客隆商业集团股份有限公司

### 第九章 2009-2012年中国超市产业发展及投资分析

#### 一、2009-2012年中国零售业发展前景预测分析

##### （一）未来我国零售业发展前景展望

##### （二）我国零售业的信息化发展趋势

##### （三）2009年国内零售业两大潜力市场看好

#### 二、2009-2012年中国超市的发展趋势分析

##### （一）连锁经营成为超市发展的新趋向

##### （二）未来中国超市发展基本趋势

##### （三）全球化下中国超市发展的十个趋势

##### （四）21世纪零售业态超市的发展态势

#### 三、2009-2012年中国超市产业投资分析

##### （一）中国超市产业投资环境分析

##### （二）中国超市产业投资机会分析

##### （三）中国超市产业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200906/19307.html>