

2015-2020年中国超市行业 监测及发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国超市行业监测及发展策略咨询报告》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/201508/124293.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

超级市场，是指以顾客自选方式经营食品、家庭日用品、食物为主的大型综合性零售商场。它出现于20世纪30年代。首先从食品店开始，将各类食品分门别类地标明货架上，任顾客自行挑选，然后出门一次付款。超级市场，又称自选商场，是许多国家特别是经济发达国家的主要商业零售组织形式。这便是现代超级市场的雏形。

超市行业是一个发挥规模优势的行业，规模优势的支撑点在于物流网络的广泛铺开。规模优势通过良好的物流管理能力转化为采购成本优势和质量控制优势，而质量控制优势加上成本优势就易于形成良好的信誉和品牌形象优势。

报告目录：

第一章 超市行业概况及特性分析

第一节 零售行业相关概述

一、零售行业相关概况

- (一) 零售行业的定义
- (二) 零售贸易的特征
- (三) 零售业演变历程

二、零售业准入条件概述

- (一) 注册登记条件
- (二) 资金投入条件
- (三) 技术设备条件

三、零售业的业态概述

- (一) 零售业态划分标准
- (二) 零售业态发展规律
- (三) 有店零售业态概述
- (四) 无店零售业态概述

第二节 超市基本情况概述

一、超市的定义

二、超市发展历程

三、超市特征分析

四、超市业态分析

第三节 超市商品布置技巧概述

一、超市商品组合策略

二、超市商品陈列技巧

三、超市陈列注意事项

第四节 超市商品分类原则概述

一、大分类的分类原则

二、中分类的分类原则

三、小分类的分类原则

第五节 超市与各业态对比分析

一、各业态盈利模式比较

二、超市与百货业态比较

三、超市与家电连锁比较

第二章 中国超市行业发展态势

第一节 中国零售行业经营现状

一、中国零售业态发展现状分析

二、中国大型零售企业销售特点

三、中国零售业发展规模分析

(一) 零售企业数量

(二) 从业人员数量

(三) 销售额增长规模

(四) 营业面积规模

四、零售业经营效益与效率

(一) 营业利润

(二) 毛利率

(三) 净利润率

(四) 零售企业平效

(五) 零售企业劳效

(六) 流动资产周转率

第二节 中国超市行业发展情况

一、中国超市市场发展历程概述

二、中国超市行业发展特点分析

三、中国超市连锁市场并购概况

四、外资超市增速放缓

五、超市开启慢动作模式

六、中国超市业态立体化发展

第三节 外资超市在中国发展状况分析

一、外资超市在中国发展历程

二、外资超市的扩张特点分析

三、外资超市业态多元化趋势

四、外资超市入华必然性分析

五、外资超市的扩张障碍分析

第四节 中国连锁超市发展概况

一、连锁超市业处于快速成长期

二、连锁超市自有品牌发展分析

三、连锁超市供应链的管理现状

四、连锁超市行业市场区隔分析

五、连锁超市行业渠道渗透分析

六、连锁超市企业扩张模式分析

第五节 中国超市行业的发展问题分析

一、超市行业的主要问题分析

二、中国中小超市面临的困境

三、国内超市较国外差距分析

（一）国内超市与国外的差距

（二）国内连锁超市发展对策

第六节 中国超市行业的发展对策分析

一、超市业做大做强措施分析

二、中小型超市发展对策分析

三、超市业态延伸策略的建议

四、超市行业可持续发展建议

五、超市顾客满意度提升策略

六、社区超市的发展策略分析

七、零售商实施品类优化管理

八、超市精细化管理策略分析

第三章 2014-2015年世界超市业运行状况分析

第一节 世界超市总体发展概述

一、当代国际零售业的特点

二、西方零售业态理论分析

三、国际超市连锁经营模式

四、国外超市生鲜经营现状

五、国外超市价格机制特点

第二节 美国超市发展状况分析

一、美商业零售业发展综述

二、三大超市营销策略分析

三、美国绿色环保超市兴起

四、美零售业最新发展趋势

第三节 欧洲超市发展状况分析

一、欧洲零售业态格局分析

二、欧洲的大零售企业

三、欧洲折扣超市模式分析

第四节 日本超市发展状况分析

一、日本零售业发展概述

二、日本超市行业发展态势

三、日本连锁超市创新战略

四、日本综合超市发展态势

第五节 其他国家和地区超市发展分析

一、俄莫斯科州建食品超市

二、台湾超市启动大陆计划

三、外资超市进印度遇障碍

第四章 2013中国超市行业整体运行分析

第一节 超市从业人数统计

第二节 超市销售规模统计

第三节 超市营业面积分析

第四节 超市经营情况分析

第五节 超市盈利能力分析

第五章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、超市行业需求市场

(一) 全社会消费品零售总额

(二) 城乡居民收入增长分析

(三) 居民消费价格变化分析

二、居民消费情况分析

(一) 城镇居民消费情况分析

(二) 农村居民消费情况分析

三、超市行业需求的地区差异

四、超市对需求具有相关性的产品的定价策略

第二节 供给分析

一、中国快速消费品连锁百强排行榜

二、连锁超市门店规模统计

三、超市销售品类结构

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、超市行业的需求预测

二、超市行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、多元化消费需求为经济增长提供稳定动力

第四节 超市消费者购买行为分析

第五节 2015-2020年中国超市行业预测分析

第六章 超市产业链的分析

第一节 行业集中度

第二节 行业的盈利模式

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

第四节 上下游行业影响及趋势分析

第五节 沃尔玛超市产业链整合及其对我国连锁超市的启示

一、沃尔玛超市产业链整合的发展

二、沃尔玛产业链整合成功的关键

三、比较分析国内连锁超市产业链整合中存在的问题

四、沃尔玛产业链整合对我国大型连锁超市的启示

第六节 产业链竞争激烈趋势

第七章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 超市行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华东大区市场分析

二、华北大区市场分析

三、华中大区市场分析

四、华南大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市超市竞争格局分析

一、天津超市竞争格局分析

二、北京高端超市竞争白热化

三、广东超市业竞争白热化

四、上海超市竞争格局分析

五、重庆超市竞争格局分析

第八章 超市市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、供应商议价能力

二、购买者议价能力

三、新进入者的威胁

四、替代品威胁分析

五、同业竞争者分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 超市行业竞争格局分析

一、2014-2015年超市行业竞争分析

二、2014-2015年国内外超市竞争分析

三、2014-2015年中国超市市场竞争分析

四、2014-2015年中国超市市场集中度分析

第九章 中国超市行业竞争态势分析

第一节 中国超市业核心竞争力分析

一、超市竞争力打造

二、供应链管理分析

三、消费者需求导向

第二节 中国超市行业竞争现状分析

一、中国高端超市SWOT分析

二、农村连锁超市竞争力分析

三、中外资超市竞争现状分析

第三节 中外资超市经营模式对比分析

一、市场调查的对比

二、店面及购物环境

三、联营区建设分析

四、自有品牌的发展

五、消费者服务差异

六、员工政策及福利

第四节 中国超市行业竞争策略分析

一、连锁超市竞争策略分析

二、农村超市竞争战略选择

三、中国超市定价策略分析

四、中资超市应对外资策略

第十章 主要生产企业的排名与细分业态分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分已成为中国超市行业发展方向

二、超市细分领域的差异化和特色化

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第三节 中国超市细分业态经营情况分析

一、便利店经营分析

二、折扣店经营分析

三、超市经营分析

四、大型超市经营分析

五、仓储会员店经营分析

第四节 连锁便利店的竞争分析

一、便利店业竞争激烈

二、便利店业竞争策略

第十一章 中国超市重点企业经营情况分析

第一节 人人乐连锁商业集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第二节 天虹商场股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第三节 福建新华都购物广场股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第四节 步步高商业连锁股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第五节 文峰大世界连锁发展股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第六节 北京华联综合超市股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第七节 三江购物俱乐部股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第八节 武汉中商集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第九节 中百控股集团股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第十节 永辉超市股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业门店分布情况
- 四、企业经济指标分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业偿债能力分析
- 七、企业运营能力分析
- 八、企业成本费用分析
- 九、企业竞争优势分析

第十一节 上海联华超市股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业门店分布情况
- 四、企业经济指标分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业偿债能力分析
- 七、企业运营能力分析
- 八、企业成本费用分析
- 九、企业竞争优势分析

第十二节 北京京客隆商业集团股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业门店分布情况
- 四、企业经济指标分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业偿债能力分析
- 七、企业运营能力分析
- 八、企业成本费用分析
- 九、企业竞争优势分析

第十三节 成都红旗连锁股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业门店分布情况

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业竞争优势分析

第十四节 北京物美商业集团股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第十五节 华润万家有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业经营情况分析

三、企业门店情况分析

四、企业发展规划分析

五、企业最新发展动态

第十六节 苏果超市有限公司

一、企业基本情况分析介绍

二、企业经营情况分析

三、企业门店情况分析

四、企业发展规划分析

第十七节 农工商超市(集团)有限公司

一、企业基本情况分析介绍

二、企业营业网点分布

三、企业发展动态分析

第十八节 新一佳超市有限公司

一、企业基本情况分析介绍

二、企业经营业态分析

三、企业发展历程概况

第十九节 江苏时代超市有限公司

一、企业基本情况分析介绍

二、企业经营范围分析

三、企业营业网点分布

第二十节 山东家家悦集团有限公司

一、企业基本情况分析介绍

二、企业自主品牌概况

三、企业主营业态分析

第十二章 2015-2020年中国超市行业发展前景及趋势分析

第一节 2015-2020年中国超市行业发展前景分析

一、零售环节优越性

二、超市管理的优势

三、统计工作优越性

四、零售工作巧妙化

五、消费平台人性化

六、超市设备智能化

第二节 2015-2020年中国超市物流配送发展趋势

一、冷冻生鲜的配送

二、引入第三方物流

三、信息技术的应用

四、超市物流专业化

第三节 2015-2020年中国超市行业发展趋势分析

一、农超对接普及化

二、网上超市主流化

三、超市品牌系列化

四、市场定位差别化

五、中外竞技普遍化

六、投资主体多元化

第十三章 2015-2020年中国超市行业投资可行性分析

第一节 2015-2020年中国超市行业投资潜力分析

一、超市行业投资机会分析

二、信息化助推零售业发展

三、农村超市投资潜力分析

第二节 2015-2020年中国超市行业投资环境分析

一、温和通胀推动超市业发展

二、收入分配改革助行业增长

三、物流业振兴促产业链整合

第三节 2015-2020年外资超市在华投资风险分析

一、利率风险及管理

二、汇率风险及管理

三、价格风险及管理

四、通胀风险及管理

第十四章 2015-2020年中国超市行业投资策略分析

第一节 网点开发流程与标准化相结合

一、完善网点开发流程

二、强化标准化运作

三、推行成本绩效制

第二节 网点规模要与市场需求相适宜

一、认清目标市场

二、分析竞争对手

三、严密销售预测

第三节 网点投资要与市场环境相适宜

一、租金方式多元化

二、交接条件最优化

三、装潢标准层级化

图表略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201508/124293.html>