

2014-2019年中国超市连锁 行业监测与投资前景评估报告

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

《2014-2019年中国超市连锁行业监测与投资前景评估报告》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/201404/103094.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

连锁超市：是指经营同一类别的商品和售后服务的若干超市以一定的形式合并成统一的整体，通过企业外表形象的标准化、经营管理活动的专业化、组织人事规范化以及内部管理手段的现代化，做到使复杂的商业活动实现相对的简单化，从而达到规模效应。连锁超市在价格体系上实行低价格、低利润、高周转经营；在销售方式上采取开架售货，顾客自选的方式，是适应大量消费、大量销售、大量流通的新型零售流通手段。这正是促进零售商业和流通机构。现代化、体系化的“流通革命”。目前国内外众多的超级市场主要有四种业态：便利店、食品超市、仓储式商场、综合性超级市场。90年代中期以来，国内超市（尤其是作为其发展先导的上海超市）经过快速成长和规模扩张，已进入一个业态定位差异化。

尽管从2010年到2012年，家乐福在中国市场也因经营不佳或竞争激烈等原因相继关闭了6家门店，其他国内超市也关闭了部分店面，但整体上新开的店面数量大于关闭的数量。本土超市连锁业在与国际超市连锁巨头的竞争中仍处于一定的劣势，但差距逐渐缩小，并逐渐有自己的特色。一线城市超市连锁业竞争激烈，部分品牌的便利店等正在寻求三四线城市发展，或者到中小城市布局。随着超市的竞争越来越激烈，超市的利润率越来越低。以前靠收取渠道费用等向产品供应商收取大量的费用为主要盈利模式，转向寻求挖掘超市连锁业价值链的价值为主要盈利模式上，比如生鲜产品和自有品牌产品成为超市的新的盈利增长点，不断寻找消费作者的需求点创新服务方式等。网上生鲜售卖等，网上销售发展迅速，连锁超市网点多等特点，从而具有很大的网上销售的优势。

本行业报告主要依据中国国家统计局、国家海关总署、相关行业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国超市连锁行业现状、超市连锁场供需状况、超市连锁产业链现状、超市连锁重点企业状况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对超市连锁场发展动向作了详尽深入的分析，并根据行业的发展轨迹对未来的发展前景与趋势作了审慎的判断，为超市连锁产业投资者寻找新的投资机会。为企业了解超市连锁行业、投资该领域提供决策参考依据。

报告目录

第一章 超市连锁业研究综述 1

第一节 超市连锁业研究特征界定 1

一、行业界定 1

二、行业本质 16

三、行业生命周期分析 27

第二节 研究单位与研究方法 40

一、研究单位介绍	40
二、研究方法概述	41
第二章 超市连锁业发展现状分析	46
第一节 超市连锁业运营现状分析	46
一、超市连锁业收入与成本结构分析	46
二、超市连锁业绩效分析	71
三、超市连锁业竞争格局分析	73
四、超市连锁业核心竞争力分析	75
第二节 样本企业运营情况分析	83
一、代表性超市企业监控与分析	83
二、样本企业经营情况	84
三、样本门店经营情况	88
第三节 超市连锁业商业模式分析	91
一、超市连锁业价值链分析	91
二、超市连锁业商业模式分析	96
第四节 超市连锁业发展趋势分析	108
一、超市连锁业态发展趋势	108
二、超市连锁业营业区域发展趋势	110
三、超市连锁业营业定位发展趋势	110
第五节 超市连锁业发展前景预测	112
一、城镇化水平及居民收入增长“浮力效应”	112
四、内需增长的推动作用	115
三、品牌龙头超市企业的“挤出效应”	115
四、细分超市连锁业子业态演化	115
五、地县城市经济发展的外延式增长	123
第三章 超市连锁业细分业态分析	126
第一节 大型综合超市业态分析	126
一、大型综合超市市场发展分析	126
二、大型综合超市分布区域分析	130
三、大型综合超市产品种类与品牌分析	139
四、大型综合超市物流网络分析	141
五、大型综合超市代表企业分析	144

第二节 生鲜超市业态分析	172
一、生鲜超市市场发展分析	172
二、生鲜超市产品种类与品牌分析	178
三、生鲜超市开店速度分析	185
四、生鲜超市物流网络分析	190
五、生鲜超市代表企业分析	195
第三节 便利店业态分析	210
一、便利店市场发展分析	210
二、便利店分布区域分析	227
三、便利店产品种类与品牌分析	228
四、便利店开店速度分析	229
五、便利店物流网络分析	230
六、便利店代表企业分析	233
第四章 超市连锁业消费环境与商业环境分析	244
第一节 行业政策经济环境分析	244
一、行业相关影响政策分析	244
二、国际国内宏观经济环境分析	267
三、通胀与超市连锁业运营关系分析	349
四、假日经济与超市连锁业运营关系分析	350
第二节 行业消费环境分析	352
一、消费环境与超市连锁业运营关系分析	352
二、居民收入与超市连锁业发展关系分析	353
三、居民消费行为调研	354
第三节 区域商业环境分析	357
一、商业环境与超市连锁业运营关系分析	357
二、城市商业饱和度与超市连锁业发展关系分析	357
三、区域市场特征与超市连锁业适应性关系分析	359
四、不同样本城市商业环境分析	368
五、不同城市商业规划分析	374
第五章 超市连锁业主要企业经营分析	430
第一节 超市业态领先企业经营分析	430
一、公司发展简况分析	430

- 二、企业主营业态分析 432
- 三、公司门店分布情况 435
- 四、企业经营指标情况 436
- 五、企业经营状况优劣势分析 437
- 六、公司最新发展动向分析 438
- 第二节 便利店业态领先企业经营分析 440
 - 一、公司发展简况分析 440
 - 二、企业主营业态分析 442
 - 三、公司门店分布情况 444
 - 四、企业经营情况分析 444
 - 五、企业经营状况优劣势分析 444
 - 六、公司最新发展动向分析 445
- 图表目录（略）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103094.html>