



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国连锁超市业市场分析 及发展趋势预测研究报告

一、调研说明

《2008年中国连锁超市业市场分析及发展趋势预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/70268.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

2008年中国连锁超市业市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

第一部分 行业发展概况

第一章 中国连锁超市发展环境分析1

第一节 中国连锁超市发展宏观环境1

一、2007年1-8月宏观经济运行指标分析1

二、2007年三季度我国价格走势分析10

三、2007年1-9月社会消费品零售额22

四、2007年1-9月商品零售价格分类指标29

五、2007年1-9月消费者信心指数34

六、2007年1-9月批发零售业投资情况36

第二节 世界部分国家连锁超市发展情况36

一、日本大型综合超市发展分析36

二、南非连锁超市发展分析41

三、法国超市网购业务分析45

四、越南连锁超市发展分析46

第三节 连锁超市发展相关政策分析46

一、零售行业政策环境分析46

二、商业特许经营管理条例48

三、连锁超市门店管理规范55

第二部分 相关行业发展概况

第二章 中国零售业发展概况61

第一节 中国零售业发展概况61

一、零售业态分类和基本特点61

二、中国零售业市场规模63

三、中国连锁零售业数据分析64

第二节 2007年零售业市场竞争分析104

一、2007年零售企业动态104

二、零售业二三线城市竞争分析113

三、中国零售业竞争格局114

第三节 中国零售业发展趋势及策略116

- 一、零售业的消费趋势分析116
- 二、零售业的公司品牌化趋势128
- 三、零售业多元化发展策略135
- 四、中国零售业存在的问题及国际借鉴138
- 五、中国零售业供应链管理的现状及对策142
- 第三章 中国连锁经营发展分析146
- 第一节 中国连锁经营发展概况146
- 一、连锁经营的定义146
- 二、连锁经营的发展147
- 三、连锁经营的优势151
- 四、连锁经营的认识154
- 五、连锁经营的经营形态157
- 第二节 连锁经营在各行业的发展分析161
- 一、汽车后连锁经营市场分析161
- 二、内衣连锁经营分析164
- 三、手机零售商连锁经营分析168
- 四、家纺床品连锁经营分析171
- 第三节 中国连锁经营的策略分析176
- 一、中国连锁经营企业营销分析176
- 二、中间组织视角下特许连锁经营178
- 三、农村连锁经营新模式分析184
- 四、2008年中国连锁业发展趋势189
- 第三部分 行业市场分析
- 第四章 中国连锁超市发展分析207
- 第一节 中国连锁超市市场分析207
- 一、连锁超市进出壁垒分析207
- 二、连锁超市的市场行为208
- 三、连锁超市市场绩效分析209
- 四、连锁超市的通道费分析212
- 第二节 连锁超市发展现状分析219
- 一、超市自有品牌经营分析219
- 二、大型综合超市的发展与转型221

- 三、超市消费者购买行为分析225
- 四、连锁超市实现信息化分析235
- 第三节 电子商务在连锁超市中的应用239
 - 一、连锁超市企业电子商务模式分析239
 - 二、连锁超市企业发展电子商务的问题240
 - 三、连锁超市企业发展电子商务的建议241
- 第四节 连锁超市物流发展分析242
 - 一、现代物流对连锁超市的影响242
 - 二、连锁超市物流存在问题245
 - 三、连锁超市物流配送新方法248
 - 四、连锁超市物流系统竞争力分析253
- 第五章 连锁超市区域市场分析257
 - 第一节 北京连锁超市发展分析257
 - 一、2007年1-3季度北京消费品市场分析257
 - 二、北京超市顾客满意度分析257
 - 三、北京本土超市的差异经营259
 - 第二节 广东连锁超市市场分析262
 - 一、2007年1-9月广东社会消费品零售额分析262
 - 二、广东连锁超市存在问题与难点分析267
 - 三、广东连锁超市的前景与对策分析269
 - 第三节 上海连锁超市市场分析271
 - 一、上海连锁超市发展的回顾271
 - 二、上海连锁超市现状及其特点272
 - 三、上海连锁超市发展趋势及对策273
 - 四、上海连锁超市应对外资挑战策略275
 - 五、上海批发零售业数据分析281
 - 第四节 其他地区连锁超市发展分析291
 - 一、杭州乡镇连锁超市覆盖率分析291
 - 二、长沙超市市场竞争分析293
 - 三、江苏省批发零售业情况295
- 第四部分 行业竞争分析
- 第六章 连锁超市市场竞争分析299

第一节 连锁超市竞争现状	299
一、连锁超市的竞争优势	299
二、连锁超市核心竞争力分析	304
三、国外零售商跨国扩张的影响	309
四、沃尔玛与家乐福在中国市场的竞争	311
第二节 连锁便利店的威胁分析	315
一、便利店连锁市场存在的问题	315
二、中国连锁便利店的发展现状	319
三、中国连锁便利店的发展策略	320
四、连锁便利店的赢利基础分析	324
第三节 连锁百货店的威胁分析	325
一、百货店“买手模式”分析	325
二、中日连锁百货店发展比较	328
三、百货店分等定级发展分析	332
四、连锁百货国产品牌的竞争	334
第七章 连锁超市优势企业分析	338
第一节 沃尔玛	338
一、公司简介	338
二、公司在中国的政策性壁垒	339
三、公司市场再定位策略	341
第二节 家乐福	344
一、公司简介	344
二、公司动态	346
三、公司网上购物状况	347
四、公司发展战略	348
第三节 麦德龙	352
一、公司简介	352
二、公司经营理念	353
三、公司超市的基本特点	354
四、公司仓储式超市的营销策略	355
第四节 易初莲花	360
一、易初莲花简介	360

- 二、易初莲花动态360
- 三、易初莲花发展策略361
- 第五节 华联超市364
 - 一、公司简介364
 - 二、公司的策略调整分析365
 - 三、2007年1-3季公司业绩365
 - 四、公司财务数据366
- 第六节 苏果超市373
 - 一、公司简介373
 - 二、公司经营之道375
 - 三、解读公司突出成就376
 - 四、2007年1-3季公司业绩378
- 第五部分 行业趋势及策略
- 第八章 连锁超市发展趋势分析381
 - 第一节 全球化条件下我国超市发展趋势381
 - 一、经营理念的发展趋势381
 - 二、超市定位的发展趋势382
 - 三、经营方式的发展趋势383
 - 四、超市价格的竞争趋势385
 - 第二节 后WTO时代超市发展趋势分析386
 - 一、市场定位差别化387
 - 二、经营规模化387
 - 三、自有品牌化387
 - 四、生鲜食品主导化387
 - 五、物流配送快速化388
 - 第三节 2008年连锁超市发展趋势分析388
 - 一、大型超市小型化趋势388
 - 二、超市的细分和规范趋势388
 - 三、连锁超市的并购趋势389
 - 四、生鲜超市的发展趋势389
 - 第四节 农村连锁超市发展趋势分析392
 - 一、农村超市的发展现状392

二、农村连锁超市的特殊性398

三、农村连锁店的走向401

第九章 连锁超市发展策略分析404

第一节 连锁超市的营销策略分析404

一、连锁超市赢利模式分析404

二、国内连锁超市发展四策略409

三、连锁超市管理的策略分析412

四、建设乡镇连锁超市策略分析421

五、跨国连锁超市舞弊案分析427

第二节 中国连锁超市企业供应链管理对策431

一、连锁超市企业供应链管理存在问题431

二、连锁超市企业供应链管理对策433

第三节 中小连锁超市的优劣势与对策436

一、中小企业在组织上的特征分析436

二、中小连锁超市的优劣势分析437

三、中小超市企业发展中的对策439

图表目录

图表：1999年8月-2007年8月工业增加值月度同比增长率2

图表：1999年8月-2007年8月社会消费品零售总额月度同比增长率3

图表：1999年1-8月-2007年1-8月固定资产投资完成额月度累计同比增长率5

图表：1999年8月-2007年8月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率6

图表：1999年8月-2007年8月居民消费价格指数7

图表：1999年8月-2007年8月工业品出厂价格指数8

图表：1999年8月-2007年8月货币供应量月度同比增长率10

图表：2007年1月社会消费品零售总额统计数据23

图表：2007年1月居民消费价格统计数据23

图表：2007年2月社会消费品零售总额统计数据24

图表：2007年2月居民消费价格统计数据24

图表：2007年3月社会消费品零售总额统计数据24

图表：2007年3月居民消费价格统计数据25

图表：2007年4月社会消费品零售总额统计数据25

图表：2007年4月居民消费价格统计数据25

图表：2007年5月社会消费品零售总额统计数据26

图表：2007年5月居民消费价格统计数据26

图表：2007年6月社会消费品零售总额统计数据26

图表：2007年6月居民消费价格统计数据27

图表：2007年7月社会消费品零售总额统计数据27

图表：2007年7月居民消费价格统计数据27

图表：2007年8月社会消费品零售总额统计数据28

图表：2007年8月居民消费价格统计数据28

图表：2007年9月社会消费品零售总额统计数据28

图表：2007年9月居民消费价格统计数据29

图表：2007年1月商品零售价格分类指数29

图表：2007年2月商品零售价格分类指数30

图表：2007年3月商品零售价格分类指数30

图表：2007年4月商品零售价格分类指数31

图表：2007年5月商品零售价格分类指数31

图表：2007年6月商品零售价格分类指数32

图表：2007年7月商品零售价格分类指数32

图表：2007年8月商品零售价格分类指数33

图表：2007年9月商品零售价格分类指数33

图表：2007年1月消费者信心指数34

图表：2007年2月消费者信心指数34

图表：2007年3月消费者信心指数34

图表：2007年4月消费者信心指数34

图表：2007年5月消费者信心指数35

图表：2007年6月消费者信心指数35

图表：2007年7月消费者信心指数35

图表：2007年8月消费者信心指数36

图表：2007年1月批发零售业投资情况36

图表：有店铺零售业态分类和基本特点61

图表：有店铺零售业态分类和基本特点62

图表：无店铺零售业态分类和基本特点62

图表：2006年按登记注册类型与业态分限额以上连锁零售业集团数64

图表：2006年按行业与业态分限额以上连锁零售业集团数65

图表：2006年按登记注册类型与行业分限额以上连锁零售业集团数（一）67

图表：2006年按登记注册类型与行业分限额以上连锁零售业集团数（二）69

图表：2006年按登记注册类型与行业分限额以上连锁零售业集团数（三）71

图表：2006年限额以上连锁零售业基本指标73

图表：2006年按业态分限额以上连锁零售业基本指标（一）74

图表：2006年按业态分限额以上连锁零售业基本指标（二）75

图表：2006年按业态分限额以上连锁零售业基本指标（三）79

图表：2006年按注册类型分限额以上连锁零售业基本指标（一）81

图表：2006年按注册类型分限额以上连锁零售业基本指标（二）83

图表：2006年按注册类型分限额以上连锁零售业基本指标（三）86

图表：2006年按行业分限额以上连锁零售业基本情况（一）88

图表：2006年按行业分限额以上连锁零售业基本情况（二）90

图表：2006年按行业分限额以上连锁零售业基本情况（三）92

图表：2006年按地区与业态分限额以上连锁零售业集团数94

图表：2006年按地区与注册类型分限额以上连锁零售业集团数（一）95

图表：2006年按地区与注册类型分限额以上连锁零售业集团数（二）96

图表：2006年按地区与行业分限额以上连锁零售业集团数（一）97

图表：2006年按地区与行业分限额以上连锁零售业集团数（二）99

图表：2006年按地区与业态分限额以上连锁零售业集团数（一）101

图表：2006年按地区与业态分限额以上连锁零售业集团数（二）103

图表：零售商品品牌战略的类型129

图表：服务业三种类型的营销133

图表：西方连锁商店的兴起147

图表：中外连锁超市毛利率对比210

图表：中外食品超市平均利率对比210

图表：中外大型超市平均利率对比211

图表：中外连锁超市长期负债/中资产对比211

图表：中外连锁超市短期负债/总资产对比212

图表：中外连锁超市长短期负债/总资产对比212

图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素227

图表：影响顾客光顾超市的因素227

图表：顾客判断超市价位的依据228

图表：顾客对卖场人员服务的需求情况228

图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法228

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析229

图表：综合超市消费者满意度测量模型229

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度量表可靠性检验230

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值230

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231

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响231

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响232

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响232

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响232

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响233

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响233

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响233

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响234

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响234

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响234

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查235

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较235

图表：2007年1月广东社会消费品零售总额262

图表：2007年2月广东社会消费品零售总额262

图表：2007年3月广东社会消费品零售总额263

图表：2007年4月广东社会消费品零售总额264

图表：2007年5月广东社会消费品零售总额264

图表：2007年6月广东社会消费品零售总额265

图表：2007年7月广东社会消费品零售总额266

图表：2007年8月广东社会消费品零售总额266

图表：2007年9月广东社会消费品零售总额267

图表：1998-2006年上海批发零售贸易业、餐饮业产业活动单位281

图表：1998-2006年上海批发零售贸易业、餐饮业产业从业人员282

图表：2006年上海按注册类型分析限额以上批发贸易业活动单位和从业人员282

图表：2006年上海按注册类型分析限额以上零售贸易业活动单位和从业人员282

图表：2006年上海超级市场零售业活动单位和从业人员283

图表：2006年上海主要年份批发零售贸易业购、销、存总额283

图表：2006年上海批发零售贸易业商品购、销、存总额283

图表：2006年上海批发零售贸易业主要工业品购进量284

图表：2006年上海批发零售贸易业主要工业品销售量285

图表：2006年上海批发零售贸易业主要农副产品纯购进量285

图表：2006年按注册类型分上海限额以上批发贸易业商品购、销、存总额286

图表：2006年按行业分上海限额以上批发贸易业商品购、销、存总额286

图表：2006年按注册类型分上海限额以上零售贸易业商品购、销、存总额287

图表：2006年上海限额以上批发零售贸易业主要生产资料销售量287

图表：2006年上海限额以上批发零售贸易业主要商品分类销售额288

图表：2006年上海限额以上批发零售贸易业细分商品销售额289

图表：2006年上海限额以上批发零售贸易业主要财务指标290

图表：2006年上海商品交易市场成交情况290

图表：2006年上海主要超市公司基本情况291

图表：2006年江苏省按注册类型分限额以上批发业情况295

图表：2006年江苏省按行业分限额以上批发业情况296

图表：2006年江苏省按注册类型分限额以上零售业情况296

图表：2006年江苏省按行业分限额以上零售业情况297

图表：2006年江苏省按经营方式分限额以上零售业情况297

图表：2006年江苏省按零售业态分限额以上零售业情况297

图表：家乐福发展历程图345

图表：家乐福在中国发展情况346

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入表366

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润表367

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司营业利润表367

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司利润总额表367

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司净利润表367

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司经营活动产生的现金流量表368

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司投资活动产生的现金流量表369

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司筹资活动产生的现金流量表370

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司每股份指标表371

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表371

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司经营能力表372

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司获利能力表372

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司发展能力表373

图表：2006年12月-2007年9月北京华联综合超市股份有限公司资本结构表373

图表：2006年9月-2007年6月北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表373

图表：苏果超市门店增长趋势375

图表：2001-2005年城乡人口主要构成情况394

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70268.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。