

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

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……

更多图表见报告正文

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