

中国的连锁超市现状 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/37/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_AD\\_E5\\_9B\\_BD\\_E7\\_9A\\_84\\_E8\\_c31\\_37273.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/37/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_9A_84_E8_c31_37273.htm) 近年来，连锁经营以其特殊的竞争优势广泛渗透于零售业以及饮食业等服务业中，以经济实惠、规范经营、方便快捷、轻松随意等诸多优点赢得了广大消费者的认同。连锁超市作为零售业的一种新型业态，采用“顾客自我服务、一次购齐”的销售方式，以经营食品和日常服务器等中低档商品为主，实行高周转率、低利润率、价廉物美的销售方针，带来了零售业的又一次革命。中国的超市从2080世界年代传统的食杂店形态起步，经过二十多年的历程，蓬蓬勃勃不断发展，进入21世纪，中国最有实力的超市企业以直接投资、特许加盟或兼并重组等方式，大规模实施跨区域发展，其中上海大型超市一半以上的网点分布在其市域之外。发达国家的超市零售业态，中国内基本都已出现。如折扣店、购物中心和工厂直销等。生鲜日需品在超市商品结构中占据分量越来越重。市场已成为中国零售业内量具活力的一部分。20世纪90年代初20世纪90年代后期21世纪初引入阶段 连锁企业的分店规模一般不超过10家成长阶段 综合超市、大型超市、使得店等业态成熟阶段 大型超市开始以直接投资、特许加盟或兼并重组等方式，大规模实施跨地区发展。大型超市开始以直接投资、特许加盟或兼并重组等方式，大规模实施跨地区发展。据中国商务商2004年2月11日分布的数据，2003年中国前100家连锁经营企业销售总额达到3500多亿元，共有店铺2万家，占同期中国社会消费品零售总额的7.8%。连锁经营100强中，前30强销售额达

到2704.2亿元，店铺总数达到10321个。名列榜首的是2003年刚实现合并的上海百强集团有限公司，销售额485.2亿元、店铺4357家。具体排名如下：如今，在传统零售百货商业开始走向没落的时候，超市之间的竞争激烈化程度开始加剧，人们开始认识到在销售业态进行变革的同时，还应在物流方式上进行变革。作为连锁经营的核心技术，物流成为超市经营竞争的焦点，物流技术与物流管理成为连锁超市提升利润的一道门槛。连锁超市物流主要存在的问题

对于连锁超市来说，他们直接面对广大的消费者，可得性、便利性、经济性都是追求的目标。连锁经营零售企业的物流系统具有地域跨度小、运用距离短；动态性强、复杂多变；物流大量化、规模化；二律背反现象成尤为突出等特点。而且，连锁店进出货量较大的主要是食品以及日用品。因此，采购物流是连锁超市物流的根本，与供应商达成至关重要，否则供应商不及时供货或者掐断货源，超市就成无源之水。但是，连锁超市作为供应链上极有控制权的一员，其物流是否顺畅呢？在我国，当前连锁超市物流主要存在如下问题：一、即时配送率低

我国连锁超市企业目前物流管理和物流效率尚有欠缺，即时配送率低，配送的差错率和残损率也较高，供应链不畅。比如，超市中比重日渐增加的农副产品多是生鲜产品，2000年我国城镇居民消费支出中，易腐类食品消费占51%。但由于目前我国还没有建立一套完整的冷链系统，缺少足够的配套保鲜设施。我国果品贮存保鲜量不足总产量的20%，蔬菜贮存保鲜量不足总产量的10%，而发达国家一般50%。此外，快速消费品对消费及时程度要求也很高，运输过程中对货龄（从生产日期到目前的市场）要求已经发展到近于苛刻的地步

，一般在大型超市，如果饮料的货龄超过1周就不会要了，超过一个月货龄的饮料会成为滞销品。以全球最大的零售商沃尔玛（WalMart）的物流配送为例，其建设了多种类型配送中心，提供快速、准确的物流服务。以沃尔玛在中国采购的物流来说，沃尔玛有三种选择：一是从国际供应商在世界其他地区进货，二是从国际供应链商设在中国的厂家进货，三是从中国当地的厂家进货。沃尔玛最终选择了85%从中国市场上进货这一比例。这样，一方面满足了当地顾客购买美国生产的高档消费品愿望，另一方面又缓解了当地政府鼓励购买本国产品而给商店带来压力。现在，我国许多连锁经营的零售企业也建立了自己的配送中心，为企业内部的连锁网点提供物流配送服务，一些连锁企业配送商品比例已经超过企业经营品种的50%。但是总体来看，配送中心的运作效率不高，配送的差错率和残损率较高。

二、超市企业之间竞争手段趋同，导致企业毛利下降。由于超市经营具有很强的外溢性，即一个企业的管理模式、营销手段、经营等很容易因人员流动等因素被其他企业仿效。因此，现阶段各连锁企业竞争手段趋同，没有“一招鲜，吃遍天”的现象。最近中华全占心对从所统计的超市企业单位面积销售额数据看，外资企业平均每平方米销售额为2.06万元，内资企业平均每平方米销售额为1.40万元，最高的是中国台湾的企业，平均每平方米销售额为3.9万元，欧洲企业平均每平方米销售额为3万元，目前上海企业平均每平方米销售额为2.19万元，北京企业为1.7万元。从销售利润率看，近几年，我国零售企业平均毛利率水平在17%左右，而平均纯利水平不到2%（我国500强零售企业的平均利润率有1.47%，前100强的平均利润率也仅为2.56%）：

而国外大型跨国零售企业的毛利率一般都在10%左右，但纯利却有3 - 4%（例如沃尔玛2000年的纯利水平在3.26%左右）。国外零售企业尽管人工成本较高，但先进的经营方式和管理模式却使其成本远远低于我国。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)