

---

# 中国连锁零售业发展趋势及营销决策

吴洪刚 博士

## 【课程背景】

西方零售业经历了四次革命，一是百货、二是超市、三是连锁、四是网络商店。这些革命同样在我国发生着。在短短的十多年内，我国零售业走过了西方上百年走过的路途，而且正在继续发生着巨大的变革。任何生产厂商和商业企业，如果忽视零售业的发展趋势与规律，都可能被市场淘汰。我国零售业一个总的趋势是向着规模化、微利化和专业化的方向发展。在日益竞争激烈市场面前，只有真正思考未来的零售业才可能取得成功。勇于思考者并不一定能给出最正确的答案，但惰于思考者是一定不能给予企业的未来。

针对这种现象，本人在通过多家企业咨询经验的基础上，提炼出了本课程，旨在从提升连锁零售业的决策与管理能力，同时教给零售业具体营销策略与管理的步骤与方法。

## 【培训对象】

- 零售业总经理、副总经理、市场总监、销售总监以及其它高层营销管理人员；
- 消费品类企业高级管理人员；
- 企业区域销售经理、营销各部门经理、区域主管；
- 企业各级销售代表、业务人员。

## 【培训目标】

本课程的目标主要集中在以下方面：

- 让零售业企业领导树立站在较高的层面来思考中国零售业的发展趋势；
- 让零售业企业经理人掌握基本的决策内容、思路与要点；
- 通过培训激发零售业经理人反思自己企业的定位、找出机会与威胁；
- 掌握基本的零售业营销管理决策与管理方法。

## 【课程特色】

我们的培训有具备以下的特点：

- 培训师都是有多年营销管理经验或企业咨询服务的背景的高级顾问；课程中讲师运用了对营销咨询实战的案例，中有大量的对中国市场的研究和值得借鉴的案例与方法。
- 可以根据各企业关注的重点进行有针对性的课程设计；
- 可以围绕企业关注问题进行顾问式探讨；
- 培训中，教给企业的营销人员相应的管理方法与工具；

## 【授课方法】

---

专家讲授、互动对话、分组讨论、案例分析、课堂练习

## 【授课时间】

二天

## 【讲授章节及要点】

### 第一章：零售业及其发展趋势

零售、零售商、零售业概况

西方零售业的四次革命

零售业态分类及特征

中国大陆零售业概况

【案例分析】：1+1 连锁便利店的策划

【专题讨论】：为什么中间商总站在厂家与消费者之间

### 第二章：连锁零售业透视

我国连锁业发展的特点

我国连锁企业发展现状

我国连锁企业存在的问题

【案例分析】：沃尔玛中国区域的市场推广

【专题讨论】：厂商如何与全国性连锁企业打交道？  
家电连锁渠道的发展方向？

### 第三章：国外大型零售连锁业中国战略

沃尔玛

家乐福

麦德龙

伊藤洋华堂

凯玛特

7-11 便利店

【案例分析】：Bestybuy 业务模式探讨

【专题讨论】：国外大型零售连锁业进入中国的优势与不足？

### 第四章：零售行业演进规律

零售业核心竞争要素

---

家电连锁发展规律探讨  
苏宁电器增长模式及其问题  
连锁建材专业卖场发展探讨  
连锁大型综超发展规律探讨

【案例分析】：苏宁电器市场竞争将导致公司业绩下滑的趋势

【专题讨论】：扩张会导致连锁零售业的崩盘吗？

## 第五章：大卖场定位与营销决策

零售调研与决策基本内容（选址、规模、销售预测等）

大卖场定位决策（市场细分、目标市场选择、市场定位等）

大卖场营销组合决策（产品组合、市场推广、产品价格、产品陈列等）

【专题讨论】：卖场选址应注意哪些关键问题？