

2022-2027年中国超市行业市场运行现状及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国超市行业市场运行现状及投资规划建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/business/757355.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

超市、大卖场是一个重要的商品流通渠道。近年来超市及大卖场市场规模稳中有升，但增速有所放缓，2021年我国超市及大卖场市场规模为3.09万亿元，2010-2021年期间CAGR为4.67%。

2010-2021年中国超市及大卖场市场规模及增速

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章 超市行业发展背景综述

1.1 超市行业概述

1.1.1 超市行业界定

(1) 超市业态界定

(2) 超市业态分类

(3) 超市发展阶段

1.1.2 超市行业价值链分析

(1) 超市行业的价值链

(2) 与其他业态的区别

1.2 超市行业政治法律环境

1.2.1 行业主要政策法规

1.2.2 政策环境对行业的影响

1.3 行业经济环境分析

1.3.1 经济发展现状分析

1.3.2 当前经济主要问题

1.3.3 未来经济运行与政策展望

1.3.4 宏观经济环境对行业的影响分析

1.4 行业社会环境分析

1.4.1 超市产业社会环境

1.4.2 社会环境对行业的影响

1.5 行业技术环境分析

1.5.1 超市技术分析

1.5.2 行业主要技术发展趋势

1.5.3 技术环境对行业的影响

第2章 超市行业发展状况分析

2.1 零售行业发展概况分析

2.1.1 零售业态变迁历程

2.1.2 零售行业发展特点

2.1.3 零售行业运行情况

(1) 行业整体规模分析

(2) 消费商品市场分析

2.2 超市行业发展概况分析

2.2.1 超市行业发展历程

2.2.2 超市行业发展现状

连锁超市是指用连锁形式经营多家超市，实行统一进货、统一配送、统一管理，把超市和连锁经营的双重优势有机地结合起来，具有较强的竞争力，是超市普遍采取的形式。由于互联网的迅速发展，网上购物越来越普遍，近年来，我国连锁超市门店数量持续下降，据国家统计局数据，2015年中国连锁超市门店数量为33301个，2020年下降至24082个。

2015-2020年中国连锁超市门店数量及增速

2.2.3 超市行业发展特征

(1) 区域性特征

(2) 季节性特征

(3) 超市行业运行情况

1) 超市行业市场规模分析

2) 超市行业盈利水平分析

3) 超市行业成本费用分析

2.3 超市店铺经营情况分析

2.3.1 店铺经营效益分析

2.3.2 店铺经营成本分析

第3章 超市行业市场竞争分析

3.1 国际超市行业市场竞争分析

3.1.1 国际超市行业发展特征分析

3.1.2 国际超市行业整体竞争情况

3.1.3 全球超市行业发展趋势分析

3.1.4 典型国家超市行业经营情况

(1) 日本超市行业经营情况

(2) 经济现状分析

- (3) 消费者信心现状
- (4) 主要零售商排名
- (5) 欧洲超市行业经营状况
- (6) 经济现状分析
- (7) 消费者信心现状
- (8) 主要零售商排名
- (9) 美国超市行业经营情况
- (10) 经济现状分析
- (11) 消费者信心现状
- (12) 主要零售商排名

3.1.5 典型企业在华市场竞争情况

(1) 沃尔玛

- 1) 基本情况简介
- 2) 经营情况分析
- 3) 在华业务拓展
- 4) 最新发展动向

(2) 家乐福

- 1) 基本情况简介
- 2) 经营情况分析
- 3) 在华业务拓展
- 4) 最新发展动向

(3) 麦德龙

- 1) 基本情况简介
- 2) 经营情况分析
- 3) 在华业务拓展
- 4) 最新发展动向

3.2 我国超市行业市场竞争分析

3.2.1 超市行业竞争格局分析

3.2.2 超市行业五力模型分析

- (1) 上游供应商议价能力
- (2) 下游客户议价能力
- (3) 行业潜在进入者威胁
- (4) 行业替代品威胁
- (5) 现有企业竞争分析
- (6) 超市行业五力模型总结

3.3 我国超市行业兼并重组分析

第4章 超市行业商业模式发展分析

4.1 超市行业扩张模式分析

4.1.1 超市连锁区域扩张模式

(1) 渗透式模式分析

1) 渗透式模式简介

2) 渗透式模式的优势

3) 渗透式模式的风险

(2) 跳跃式模式分析

1) 跳跃式模式简介

2) 跳跃式模式的优势

3) 跳跃式模式的风险

(3) 沃尔玛中国区域扩张模式

1) 渗透式扩张阶段

2) 跳跃式扩张阶段

3) 快速渗透扩张阶段

4.1.2 超市连锁渠道扩张模式

(1) 自建模式分析

(2) 并购模式分析

(3) 加盟模式分析

(4) 合作模式分析

(5) 不同模式比较分析

(6) 沃尔玛渠道扩张模式分析

1) 沃尔玛美洲渠道扩张模式

2) 沃尔玛亚洲渠道扩张模式

3) 沃尔玛欧洲渠道扩张模式

4.2 超市行业管理模式分析

4.2.1 供应商管理模式分析

(1) 潜在供应商资质预审

(2) 供应商的认证审核

(3) 供应商绩效评估管理

(4) 供应商关系类型分析

(5) 供应商数据库的建立和维护

(6) 沃尔玛供应商管理模式分析

1) 供应商的审核

- 2) 供应商绩效管理
- 3) 供应商关系类型分析
- 4) 数据库建立与维护
- 5) 供应商整合分析
- 6) 信息平台构建分析
- 4.2.2 物流管理模式分析
 - (1) 自营配送模式
 - (2) 第三方物流模式
 - (3) 共同化配送模式
 - (4) 供应商配送模式
 - (5) 物流管理模式案例分析
- 1) 沃尔玛物流配送模式分析
- 2) 家乐福物流配送模式分析
- 4.2.3 企业内部管理模式分析
 - (1) 经营业态管理
- 1) 超市业态及特征
- 2) 沃尔玛业态构成
 - (2) 组织架构管理
- 1) 组织架构构建及职责分工
- 2) 沃尔玛的组织架构分析
 - (3) 人力资源管理
- 1) 超市人力资源管理特点
- 2) 沃尔玛的人力资源管理
 - (4) 超市内控管理
- 1) 超市内控的发展阶段
- 2) 超市内控的特殊问题
- 4.2.4 客户管理模式分析
 - (1) 超市客户管理特点
 - (2) 超市客户管理策略
- 4.3 超市行业盈利模式分析
- 4.3.1 通道收入模式分析
 - (1) 通道收入模式简析
 - (2) 家乐福通道收入模式
- 4.3.2 价值链盈利模式分析
 - (1) 价值链盈利模式简析

- (2) 沃尔玛价值链盈利模式
- 4.3.3 非价值链盈利模式分析
 - (1) 非价值链盈利模式简析
 - (2) 中资超市的盈利模式
- 4.4 互联网下超市行业商业模式变革
 - 4.4.1 互联网发展现状
 - (1) 互联网普及应用增长迅猛
 - (2) 网络应用使用率
 - (3) 手机网络应用使用率
 - (4) 网络购物市场蓬勃发展
 - (5) 移动互联网呈爆发式增长
 - (6) 移动网购市场
 - (7) 移动端网购占比大幅提升
 - 4.4.2 互联网发展带来巨大变革
 - (1) 互联网应用催生多种新兴业态
 - (2) 巨头跨界重塑竞争力
 - (3) 互联网思维颠覆、重塑传统行业
 - 4.4.3 互联网对零售行业的冲击与挑战
 - (1) 互联网对超市行业的影响层面
 - 1) 改变了消费者的消费习惯
 - 2) 打破了信息的不对称性格局
 - 3) 大数据推动资源利用最大化
 - (2) 互联网对超市行业带来的冲击
 - 1) 对线下分流，线下客流下滑
 - 2) 对实体店带来价格冲击
 - (3) 互联网对传统超市行业的颠覆与重构
 - 4.4.4 互联网下超市行业商业模式变革
 - (1) 超市电商切入模式及运营建议
 - (2) 超市O2O战略布局及实施运营
 - (3) 超市转型O2O的商业模式解析
 - 1) 送货上门模式
 - 2) 整合配送服务模式
 - 3) 包裹代收模式
 - 4) 虚拟店铺模式
 - 5) 集中购物模式

6) 生鲜业务模式

7) 垂直人群模式

8) 大单采购模式

9) 大卖场单店网购模式

10) 商品粉丝模式

第5章 连锁超市行业细分业态分析

5.1 大型综合超市业态分析

5.1.1 大型综合超市市场发展分析

5.1.2 大型综合超市分布区域分析

5.1.3 大型综合超市产品种类分析

5.1.4 大型综合超市物流网络分析

5.1.5 大型综合超市业态发展预测

5.1.6 大型综合超市代表企业分析

(1) 家乐福

(2) 沃尔玛

5.2 生鲜超市业态分析

5.2.1 生鲜超市市场发展分析

5.2.2 生鲜超市产品种类分析

5.2.3 生鲜超市开店速度分析

5.2.4 生鲜超市物流网络分析

5.2.5 生鲜超市代表企业分析

5.3 折扣店业态分析

5.3.1 社区折扣店市场发展分析

5.3.2 社区折扣店分布区域分析

5.3.3 社区折扣店产品种类分析

5.3.4 社区折扣店业态发展预测

5.3.5 社区折扣店代表企业分析

(1) 迪亚天天社区折扣店

(2) 惠选社区折扣店

5.4 便利店业态分析

5.4.1 便利超市市场发展分析

5.4.2 便利超市分布区域分析

5.4.3 便利超市产品种类分析

5.4.4 便利超市开店速度分析

5.4.5 便利超市业态发展预测

5.4.6 便利超市代表企业分析

(1) 好德、可的便利店

(2) 7-11便利店

第6章 中国超市行业重点地区发展分析

6.1 东北地区超市行业发展分析

6.2 华北地区超市行业发展分析

6.3 华中地区超市行业发展分析

6.4 华东地区超市行业发展分析

6.5 华南地区超市行业发展分析

6.6 西南地区超市行业发展分析

6.7 西北地区超市行业发展分析

第7章 连锁超市行业主要企业经营分析

7.1 华润万家有限公司经营情况分析

7.1.1 企业发展简况分析

7.1.2 企业经营情况分析

7.1.3 企业经营优劣势分析

7.2 高鑫零售有限公司经营情况分析

7.2.1 企业发展简况分析

7.2.2 企业经营情况分析

7.2.3 企业经营优劣势分析

7.3 联华超市股份有限公司经营情况分析

7.3.1 企业发展简况分析

7.3.2 企业经营情况分析

7.3.3 企业经营优劣势分析

7.4 永辉超市股份有限公司经营情况分析

7.4.1 企业发展简况分析

7.4.2 企业经营情况分析

7.4.3 企业经营优劣势分析

7.5 北京物美商业集团股份有限公司经营情况分析

7.5.1 企业发展简况分析

7.5.2 企业经营情况分析

7.5.3 企业经营优劣势分析

7.6 中百控股集团股份有限公司经营情况分析

7.6.1 企业发展简况分析

7.6.2 企业经营情况分析

7.6.3企业经营优劣势分析

7.7 人人乐连锁商业集团股份有限公司经营情况分析

7.7.1企业发展简况分析

7.7.2企业经营情况分析

7.7.3企业经营优劣势分析

7.8 北京华联综合超市股份有限公司经营情况分析

7.8.1企业发展简况分析

7.8.2企业经营情况分析

7.8.3企业经营优劣势分析

7.9 北京王府井百货（集团）股份有限公司

7.9.1企业发展简况分析

7.9.2企业经营情况分析

7.9.3企业经营优劣势分析

7.10 步步高商业连锁股份有限公司经营情况分析

7.10.1企业发展简况分析

7.10.2企业经营情况分析

7.10.3企业经营优劣势分析

第8章 中国超市行业发展趋势及前景预测

8.1 超市行业生命周期分析（HJ ZWY）

8.1.1 超市行业生命周期分析

8.1.2 超市业态生命周期轮换

8.2 超市行业发展趋势分析

8.2.1 超市行业总体发展趋势分析

8.2.2 超市行业经营规模发展趋势

8.2.3 超市行业渠道发展趋势分析

8.2.4 超市行业业态发展趋势分析

8.3 超市行业发展前景预测

8.3.1 超市行业饱和面积预测分析

8.3.2 超市行业市场容量预测分析

图表目录：

图表：超市行业业态分类

图表：2021年以来我国超市快速发展阶段主要事件及其意义

图表：2021年以来部分外资超市在中国市场的发展情况

图表：超市行业价值链的构成环节

图表：超市品类角色和品类管理

图表：超市与百货业态对比

图表：超市与家电连锁业态对比

图表：超市行业相关政策

图表：2017-2021年我国社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元，%）

图表：2017-2021年我国GDP增长情况（单位：亿元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/757355.html>