

2020-2026年中国超市行业 前景展望与投资战略研究报告

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

《2020-2026年中国超市行业前景展望与投资战略研究报告》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/202009/187835.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

9家商超公司1H18整体经营净现金流/营业收入平均水平为3.5%，同比下降1.7pp。从资产周转来看，存货周转天数同比下降3.8天至47.7天，运营效率有所提升；而应付账款和预收账款周转天数分别为63.6天，同比基本持平；总资产周转率为0.85%，上升0.02pp。

1H18期末商超公司整体资产负债率同比增3.4pp到55.8%。16年行业资产负债率出现明显下降，主要由于超市以租赁物业为主，调整灵活，行业景气度下行时相比百货更加主动调整扩张节奏，减少现金失血；近两年行业景气度有所回升，超市行业资产负债结构相应企稳。

1H18计息负债率同比持平，但延续下降趋势，主要由于龙头公司通过资产市场获得充裕资金支持，降低计息负债规模，减少财务费用压力。超市存货周转天数减少（天）超市总资产周转下行（%）2018年超市资产负债率情况（%）计息负债率呈下行趋势（%）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国超市行业前景展望与投资战略研究报告》共七章。首先介绍了中国超市行业市场发展环境、超市整体运行态势等，接着分析了中国超市行业市场运行的现状，然后介绍了超市市场竞争格局。随后，报告对超市做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国超市行业发展趋势与投资预测。您若想对超市产业有个系统的了解或者想投资中国超市行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 超市所属行业发展状况分析

1.1 零售行业发展概况分析

1.1.1 零售业态变迁历程

（1）百货公司

（2）超市、量贩店

（3）便利店、购物中心

（4）专业店、网络零售

1.1.2 零售行业发展特点

1.1.3 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

1.2 超市行业发展概况分析

1.2.1 超市行业发展历程

（1）1980-1990年

（2）1990-2001年

（3）2001年至今

1.2.2 超市行业发展现状

（1）便利店发展呈现出独特优势

（2）超市、专业店网络零售高速增长

（3）超市企业房租和人工成本上涨，毛利和净利水平下降

（4）新开门店数量普遍下滑

1.2.3 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

1.3 超市门店经营情况分析

1.3.1 大型超市样本门店经营情况

随着消费由低价驱动过渡至品质、品牌驱动，传统大卖场、超市已经无法满足消费者的购物需求，行业亟需“新物种”来提振信心。2013-2017年传统超市开店增速

（1）门店平均规模

（2）门店经营效率

（3）门店日均客单价

（4）门店费用情况

（5）门店毛利率

1.3.2 超市样本门店经营情况

（1）门店平均规模

（2）门店经营效率

（3）门店日均客单价及费用情况

（4）门店毛利率

第二章 超市所属行业市场竞争分析

2.1 国际超市行业市场竞争分析

2.1.1 国际超市行业发展特征分析

2.1.2 国际超市行业整体竞争情况

2.1.3 全球超市行业发展趋势分析

2.1.4 典型国家超市行业经营情况

(1) 日本超市行业经营情况

(2) 欧洲超市行业经营状况

(3) 美国超市行业经营情况

2.1.5 典型企业在华市场竞争情况

(1) 沃尔玛

(2) 家乐福

(3) 麦德龙

2.2 我国超市行业市场竞争分析

2.2.1 超市行业竞争格局分析

2.2.2 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

2.3 我国超市行业兼并重组分析

2.3.1 行业兼并重组环境分析

2.3.2 行业兼并重组驱动力分析

2.3.3 行业兼并重组特征分析

2.3.4 行业兼并重组案例分析

2.3.5 行业兼并重组趋势分析

第三章 超市行业商业模式发展分析

3.1 超市行业扩张模式分析

3.1.1 超市连锁区域扩张模式

(1) 渗透式模式分析

(2) 跳跃式模式分析

(3) 沃尔玛中国区域扩张模式

3.1.2 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

3.2 超市行业管理模式分析

3.2.1 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

3.2.2 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

3.2.3 企业内部管理模式分析

- (1) 经营业态管理
- (2) 组织架构管理
- (3) 人力资源管理
- (4) 超市内控管理

3.2.4 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

3.3 超市行业盈利模式分析

3.3.1 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

3.3.2 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

3.3.3 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

3.4 互联网下超市行业商业模式变革3.4.1 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

3.4.2 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) 催生信息消费新业态

(4) 催生信息消费新业态

(5) 互联网思维颠覆、重塑传统行业

3.4.3 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

(2) 互联网对超市行业带来的冲击

(3) 互联网对传统超市行业的颠覆与重构

3.4.4 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

第四章 连锁超市所属行业细分业态分析

4.1 大型综合超市业态分析

4.1.1 大型综合超市市场发展分析

(1) 大型综合超市的目标顾客

(2) 大型综合超市的商品价格

4.1.2 大型综合超市分布区域分析

4.1.3 大型综合超市产品种类分析

4.1.4 大型综合超市物流网络分析

4.1.5 大型综合超市业态发展预测

4.1.6 大型综合超市代表企业分析

(1) 家乐福

(2) 沃尔玛

4.2 生鲜超市业态分析

4.2.1 生鲜超市市场发展分析

4.2.2 生鲜超市产品种类分析

4.2.3 生鲜超市开店速度分析

4.2.4 生鲜超市物流网络分析

(1) 生鲜超市物流配送频率

(2) 生鲜超市自属专业物流配送中心比例较低

4.2.5 生鲜超市代表企业分析

(1) 永辉超市简介

(2) 永辉超市的主营业务

(3) 永辉超市的经营模式

(4) 永辉超市的采购渠道

4.3 折扣店业态分析

4.3.1 社区折扣店市场发展分析

4.3.2 社区折扣店分布区域分析

4.3.3 社区折扣店产品种类分析

4.3.4 社区折扣店业态发展预测

4.3.5 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

4.4 便利店业态分析

4.4.1 便利超市市场发展分析

(1) 我国便利店的发展概况

(2) 我国便利店市场竞争状况

(3) 我国便利店的特点

4.4.2 便利超市分布区域分析

(1) 我国便利店区域发展不平衡

(2) 各区域发展现状

4.4.3 便利超市企业经营情况

(1) 企业销售情况和规模

(2) 企业费用变化情况

(3) 网络零售业务和自有品牌

4.4.4 便利超市产品种类分析

4.4.5 便利超市开店速度分析

(1) 便利店的盈利依赖规模效应

(2) 便利店的发展主要体现在门店的扩张速度

4.4.6 便利超市业态发展预测

4.4.7 便利超市代表企业分析

(1) 好德、可的便利店

(2) 7-11便利店

第五章 中国超市行业重点地区发展分析

5.1 黑龙江省超市行业发展分析

5.1.1 行业发展环境分析

5.1.2 行业运行状况分析

5.1.3 大型超市布局分析

5.1.4 行业发展潜力分析

5.2 北京市超市行业发展分析

5.2.1 行业发展环境分析

5.2.2 行业运行状况分析

5.2.3 大型超市布局分析

5.2.4 行业发展潜力分析

5.3 上海市超市行业发展分析

5.3.1 行业发展环境分析

5.3.2 行业运行状况分析

- 5.3.3 大型超市布局分析
- 5.3.4 行业发展潜力分析
- 5.4 浙江省超市行业发展分析
 - 5.4.1 行业发展环境分析
 - 5.4.2 行业运行状况分析
 - 5.4.3 大型超市布局分析
 - 5.4.4 行业发展潜力分析
- 5.5 湖北省超市行业发展分析
 - 5.5.1 行业发展环境分析
 - 5.5.2 行业运行状况分析
 - 5.5.3 大型超市布局分析
 - 5.5.4 行业发展潜力分析
- 5.6 广东省超市行业发展分析
 - 5.6.1 行业发展环境分析
 - 5.6.2 行业运行状况分析
 - 5.6.3 大型超市布局分析
 - 5.6.4 行业发展潜力分析

第六章 连锁超市行业主要企业经营分析

- 6.1 华润万家有限公司经营情况分析
 - 6.1.1 公司发展简况分析
 - 6.1.2 企业主营业态分析
 - 6.1.3 企业门店分布情况
 - 6.1.4 企业经营情况分析
 - 6.1.5 企业经营优劣势分析
 - 6.1.6 公司发展战略分析
- 6.2 高鑫零售有限公司经营情况分析
 - 6.2.1 企业发展简况分析
 - 6.2.2 企业经营情况分析
 - 6.2.3 企业经营业务分析
 - 6.2.4 企业经营优劣势分析
 - 6.2.5 企业最新发展动向分析

6.3 联华超市股份有限公司经营情况分析

6.3.1 公司发展简况分析

6.3.2 企业主营业态分析

6.3.3 企业门店分布情况

6.3.4 企业经营情况分析

6.3.5 企业经营优劣势分析

6.4 永辉超市股份有限公司经营情况分析

6.4.1 企业发展简况分析

6.4.2 企业主营业态分析

6.4.3 企业门店分布情况

6.4.4 企业经营情况分析

6.4.5 企业经营优劣势分析

6.4.6 企业最新发展动向

6.5 乐购（TESCO）中国经营情况分析

6.5.1 企业发展简况分析

6.5.2 企业主营业态分析

6.5.3 企业门店分布情况

6.5.4 收购兼并信息

6.5.5 企业经营优劣势分析

6.6 中百控股集团股份有限公司经营情况分析

6.6.1 企业发展简况分析

6.6.2 企业主营业态分析

6.6.3 企业门店分布情况

6.6.4 企业经营情况分析

6.6.5 企业经营优劣势分析

6.6.6 公司发展战略分析

6.7 人人乐连锁商业集团股份有限公司经营情况分析

6.7.1 公司发展简况分析

6.7.2 企业主营业态分析

6.7.3 公司门店分布情况

6.7.4 企业经营情况分析

6.7.5 公司电商布局分析

- 6.7.6 企业经营优劣势分析
- 6.7.7 公司发展战略分析
- 6.8 北京华联综合超市股份有限公司经营情况分析
 - 6.8.1 企业发展简况分析
 - 6.8.2 企业主营业态分析
 - 6.8.3 企业门店分布情况
 - 6.8.4 企业经营指标情况
 - 6.8.5 企业经营优劣势分析
- 6.9 王府井集团股份有限公司
 - 6.9.1 公司概况分析
 - 6.9.2 企业主营业态分析
 - 6.9.3 公司门店分布情况
 - 6.9.4 企业经营情况分析
 - 6.9.5 公司电商布局分析
 - 6.9.6 企业经营优劣势分析
 - 6.9.7 公司发展战略分析
- 6.10 步步高商业连锁股份有限公司经营情况分析
 - 6.10.1 公司发展简况分析
 - 6.10.2 企业主营业态分析
 - 6.10.3 公司门店分布情况
 - 6.10.4 企业经营情况分析
 - 6.10.5 公司电商布局分析
 - 6.10.6 企业经营优劣势分析
- 6.11 福建新华都购物广场股份有限公司经营情况分析
 - 6.11.1 公司概况分析
 - 6.11.2 企业主营业态分析
 - 6.11.3 公司门店分布情况
 - 6.11.4 企业经营情况分析
 - 6.11.5 企业经营优劣势分析
 - 6.11.6 公司发展战略分析
- 6.12 成都红旗连锁股份有限公司经营情况分析
 - 6.12.1 企业发展简况分析

- 6.12.2 企业主营业态分析
- 6.12.3 企业门店分布情况
- 6.12.4 企业经营情况分析
- 6.12.5 企业经营优劣势分析
- 6.13 沃尔玛（中国）投资有限公司经营情况分析
- 6.13.1 公司发展简况分析
- 6.13.2 企业主营业态分析
- 6.13.3 公司门店分布情况
- 6.13.4 企业经营情况分析
- 6.13.5 公司电商布局分析
- 6.13.6 企业经营优劣势分析
- 6.13.7 公司竞争能力分析
- 6.14 家乐福（中国）管理咨询服务有限公司经营情况分析
- 6.14.1 公司发展简况分析
- 6.14.2 企业主营业态分析
- 6.14.3 公司门店分布情况
- 6.14.4 企业经营情况分析
- 6.14.5 企业经营优劣势分析

第七章中国超市行业发展趋势及前景预测

- 7.1 超市行业生命周期分析
- 7.1.1 超市行业生命周期分析
- 7.1.2 超市业态生命周期轮换
- 7.2 超市行业发展趋势分析
- 7.2.1 超市行业总体发展趋势分析
- 7.2.2 超市行业经营规模发展趋势
- 7.2.3 超市行业渠道发展趋势分析
- 7.2.4 超市行业业态发展趋势分析
- 7.3 超市行业发展前景预测
- 7.3.1 超市行业饱和面积预测分析
- 7.3.2 超市行业市场容量预测分析
- (1) 宏观市场容量预测

（2）微观市场容量预测

图表目录：

图表 1：2010-2019年中国社会消费品零售总额（单位：亿元）

图表 2：2019年中国社会消费品零售总额分地域情况（单位：%）

图表 3：2019年中国社会消费品零售总额分消费类型情况（单位：%）

图表 4：2019年中国社会消费品零售总额线上线下情况（单位：%）

图表 5：超市发展历程

图表 6：各业态样本店铺20182019年平均销售额增幅对比

图表 7：20172018市企业三费及增长率

图表 8：连锁百强企业平均门店就业人数增幅

图表 9：2009-2019年超市行业百强规模（单位：亿元，%）

图表 10：2009-2019年超市行业百强门店数量情况（单位：家，%）

图表 11：样本超市及大型超市样本企业毛利额增幅分布（单位：%）

图表 12：超市及大型超市样本企业平均规模（单位：亿元，百个，万平方米，员工数量）

图表 13：2013-2019年超市及大型超市样本企业费用结构（单位：%）

图表 14：2013-2019年超市及大型超市样本企业费用（单位：万元，%）

图表 15：2013-2019年大型超市门店平均规模（单位：亿元、万个、万平米、百人）

图表 16：2013-2019年大型超市门店平效、人效和单品销售额

图表 17：2010-2015日均客单价增幅（单位：%）

图表 18：2013-2019年大型超市门店的三项费用（单位：万元，%）

图表 19：2013-2019年大型超市门店的三项费用结构（单位：%）

图表 20：2013-2019年超市门店的平均规模（单位：亿元，万个，万平方米，百人）

图表 21：2013-2019年超市门店平效、人效和单品销售额（单位：万元/平米/年，百万元/人/年，万元）

图表 22：2013-2019年超市门店的三项费用（单位：万元，%）

图表 23：2013-2019年超市门店的三项费用结构（单位：%）

图表 24：现代国际超市发展特征

图表 25：2014年全球前20强部分零售商营业收入情况（单位：百万美元，个）

图表 26：全球超市行业发展趋势简析

图表 27：2009-2019年日本GDP现价变化趋势（单位：十亿日元）

图表 28：2014-2019年日本消费者信心指数（单位：%）

图表 29：2014-2019年日本零售商排名一览表

图表 30：2012-2019年日本零售商TOP4销售额（单位：百万美元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/187835.html>