



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国超市市场现状 与投资前景评估报告

一、调研说明

《2015-2020年中国超市市场现状与投资前景评估报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248620.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

超级市场是以顾客自选方式经营的大型综合性零售商场。又称自选商场，是许多国家特别是经济发达国家的主要商业零售组织形式。

在超级市场中最初经营的主要是各种食品，以后经营范围日益广泛，逐渐扩展到销售服装、家庭日用杂品、家用电器、玩具、家具以及医药用品等。超级市场一般在入口处备有手提篮或手推车供顾客使用，顾客将挑选好的商品放在篮或车里，到出口处收款台统一结算。

在国内继续扩大内需的政策推动下，本土、外资零售企业开足马力，加快在华扩张步伐。台湾零售企业大润发、香港和记黄埔集团旗下百佳、泰国正大集团、沃尔玛、日本吉之岛以及华润万家等，在国内密集开出新店，并放言将在华高速发展。在各种连锁经营业态中，大型超市发展速度最快，不过目前国内一二线城市的大型超市迅速趋于饱和，正在向三四线城市延伸。进入国内的外资企业，大多数采取"直接开店+并购"的方式经营大型超市，在二三线城市甚至县级市开店的数量越来越多。

中国超市发展空间广阔。1995年起超市在中国快速兴起，以便利、低价、放心等特点成为商品现代流通渠道。目前中国日杂流通中超市渠道占比62%，随收入提升和城镇化推进，将向发达国家85%看齐。未来超市多业态将立体化发展，成为大众消费品主要流通渠道，2015-2020年行业空间复合增速将达14%左右，大卖场/便利店增速较快，长期看电商对行业分流较小。

未来趋势：差异化竞争助力扩张，供应链整合加速成长。国内外经验看，成熟门店内生增长在-3%-3%，外延扩张仍是成长主要驱动，未来在品类(如生鲜)或区域(如三、四线城市)方面实现差异化竞争者扩张空间较大。运营方面，国内超市供应链整合仍待加强：直采比例不足20%，远低于沃尔玛80%的直采水平，毛利率提升空间仍大(中国<20%和沃尔玛约25%)；信息化运营和供应链建设仍处投入期，未来人工成本、库存周转有望持续改善。我们看好供应链整合力强的全国跨区扩张龙头。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国超市市场现状与投资前景评估报告》共十四章。介绍了超市行业相关概述、中国超市产业运行环境、分析了中国超市行业的现状、中国超市行业竞争格局、对中国超市行业做了重点企业经营状况分析及中国超市产业发展前景与投资预测。

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家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。

第一部分 行业发展现状 19

第一章 超市行业概况及特性分析 19

第一节 零售行业相关概述 19

一、零售行业相关概况 19

（一）零售行业的定义 19

（二）零售贸易的特征 19

（三）零售业演变历程 21

二、零售业准入条件概述 22

（一）注册登记条件 22

（二）资金投入条件 22

（三）技术设备条件 23

三、零售业的业态概述 23

（一）零售业态划分标准 23

（二）零售业态发展规律 24

（三）有店零售业态概述 24

（四）无店零售业态概述 26

第二节 超市基本情况概述 27

一、超市的定义 27

二、超市发展历程 28

三、超市特征分析 28

四、超市业态分析 31

第三节 超市商品布置技巧概述 32

一、超市商品组合策略 32

二、超市商品陈列技巧 33

三、超市陈列注意事项 37

第四节 超市商品分类原则概述 39

一、大分类的分类原则 39

二、中分类的分类原则 39

三、小分类的分类原则 40

第五节 超市与各业态对比分析 41

一、各业态盈利模式比较 41

二、超市与百货业态比较 41

三、超市与家电连锁比较 42

第二章 中国超市行业发展态势 44

第一节 中国零售行业经营现状 44

一、中国零售业态发展现状分析 44

二、中国大型零售企业销售特点 47

三、中国零售业发展规模分析 49

（一）零售企业数量 49

（二）从业人员数量 50

（三）销售额增长规模 50

（四）营业面积规模 51

四、零售业经营效益与效率 52

（一）营业利润 52

（二）毛利率 52

（三）净利润率 53

（四）零售企业平效 53

（五）零售企业劳效 54

（六）流动资产周转率 54

第二节 中国超市行业发展情况 54

一、中国超市市场发展历程概述 54

二、中国超市行业发展特点分析 56

三、中国超市连锁市场并购概况 57

四、外资超市增速放缓 59

五、超市开启慢动作模式 60

六、中国超市业态立体化发展 63

第三节 外资超市在中国发展状况分析 63

一、外资超市在中国发展历程 63

二、外资超市的扩张特点分析 64

三、外资超市业态多元化趋势 65

四、外资超市入华必然性分析 65

五、外资超市的扩张障碍分析 67

第四节 中国连锁超市发展概况 69

一、连锁超市业处于快速成长期 69

二、连锁超市自有品牌发展分析	70
三、连锁超市供应链的管理现状	74
四、连锁超市行业市场区隔分析	76
五、连锁超市行业渠道渗透分析	77
六、连锁超市企业扩张模式分析	78
第五节 中国超市行业的发展问题分析	79
一、超市行业的主要问题分析	79
二、中国中小超市面临的困境	79
三、国内超市较国外差距分析	81
（一）国内超市与国外的差距	81
（二）国内连锁超市发展对策	82
第六节 中国超市行业的发展对策分析	87
一、超市业做大做强措施分析	87
二、中小型超市发展对策分析	89
三、超市业态延伸策略的建议	91
四、超市行业可持续发展建议	92
五、超市顾客满意度提升策略	95
六、社区超市的发展策略分析	97
七、零售商实施品类优化管理	97
八、超市精细化管理策略分析	98
第三章 2013年世界超市业运行状况分析	100
第一节 世界超市总体发展概述	100
一、当代国际零售业的特点	100
二、西方零售业态理论分析	104
三、国际超市连锁经营模式	107
四、国外超市生鲜经营现状	108
五、国外超市价格机制特点	109
第二节 美国超市发展状况分析	111
一、美商业零售业发展综述	111
二、三大超市营销策略分析	115
三、美国绿色环保超市兴起	118
四、美零售业最新发展趋势	119

第三节 欧洲超市发展状况分析	120
一、欧洲零售业态格局分析	120
二、欧洲的十五大零售企业	123
三、欧洲折扣超市模式分析	123
第四节 日本超市发展状况分析	125
一、日本零售业发展概述	125
二、日本超市行业发展态势	126
三、日本连锁超市创新战略	129
四、日本综合超市发展态势	131
第五节 其他国家和地区超市发展分析	132
一、俄莫斯科州建食品超市	132
二、台湾超市启动大陆计划	132
三、外资超市进印度遇障碍	133
第二部分 市场需求分析	136
第四章 2013中国超市行业整体运行分析	136
第一节 超市从业人数统计	136
第二节 超市销售规模统计	137
第三节 超市营业面积分析	138
第四节 超市经营情况分析	139
第五节 超市盈利能力分析	140
第五章 应用领域及行业供需分析	141
第一节 需求分析	141
一、超市行业需求市场	141
（一）全社会消费品零售总额	141
（二）城乡居民收入增长分析	143
（三）居民消费价格变化分析	144
二、居民消费情况分析	145
（一）城镇居民消费情况分析	145
（二）农村居民消费情况分析	147
三、超市行业需求的地区差异	149
四、超市对需求具有相关性的产品的定价策略	149
第二节 供给分析	151

一、中国快速消费品连锁百强排行榜	151
二、连锁超市门店规模统计	155
三、超市销售品类结构	156
第三节 供求平衡分析及未来发展趋势	157
一、超市行业的需求预测	157
二、超市行业的供应预测	157
三、供求平衡分析	158
四、多元化消费需求为经济增长提供稳定动力	158
第四节 超市消费者购买行为分析	159
第五节 2015-2020年中国超市行业预测分析	160
第六章 超市产业链的分析	163
第一节 行业集中度	163
第二节 行业的盈利模式	163
第三节 行业进入壁垒和驱动因素	166
第四节 上下游行业影响及趋势分析	172
第五节 沃尔玛超市产业链整合及其对我国连锁超市的启示	173
一、沃尔玛超市产业链整合的发展	173
二、沃尔玛产业链整合成功的关键	174
三、比较分析国内连锁超市产业链整合中存在的问题	175
四、沃尔玛产业链整合对我国大型连锁超市的启示	177
第六节 产业链竞争激烈趋势	178
第七章 区域市场情况深度研究	179
第一节 长三角区域市场情况分析	179
第二节 珠三角区域市场情况分析	179
第三节 环渤海区域市场情况分析	180
第四节 超市行业主要市场大区发展状况及竞争力研究	182
一、华东大区市场分析	182
二、华北大区市场分析	182
三、华中大区市场分析	183
四、华南大区市场分析	184
五、东北大区市场分析	184
六、西南大区市场分析	185

七、西北大区市场分析	185
第五节 主要省市超市竞争格局分析	186
一、天津超市竞争格局分析	186
二、北京高端超市竞争白热化	186
三、广东超市业竞争白热化	188
四、上海超市竞争格局分析	190
五、重庆超市竞争格局分析	190
第三部分 产业竞争格局分析	192
第八章 超市市场竞争格局分析	192
第一节 行业竞争结构分析	192
一、供应商议价能力	192
二、购买者议价能力	192
三、新进入者的威胁	192
四、替代品威胁分析	193
五、同业竞争者分析	193
第二节 行业集中度分析	193
一、市场集中度分析	193
二、企业集中度分析	194
三、区域集中度分析	194
第三节 超市行业竞争格局分析	195
一、2013-2014年超市行业竞争分析	195
二、2013-2014年国内外超市竞争分析	196
三、2013-2014年中国超市市场竞争分析	198
四、2013-2014年中国超市市场集中度分析	199
第九章 中国超市行业竞争态势分析	203
第一节 中国超市业核心竞争力分析	203
一、超市竞争力打造	203
二、供应链管理分析	204
三、消费者需求导向	205
第二节 中国超市行业竞争现状分析	206
一、中国高端超市SWOT分析	206
二、农村连锁超市竞争力分析	208

三、中外资超市竞争现状分析	209
第三节 中外资超市经营模式对比分析	210
一、市场调查的对比	210
二、店面及购物环境	211
三、联营区建设分析	212
四、自有品牌的发展	213
五、消费者服务差异	213
六、员工政策及福利	214
第四节 中国超市行业竞争策略分析	215
一、连锁超市竞争策略分析	215
二、农村超市竞争战略选择	217
三、中国超市定价策略分析	218
四、中资超市应对外资策略	219
第十章 主要生产企业的排名与细分业态分析	222
第一节 行业企业排名分析	222
第二节 产业结构分析	228
一、市场细分已成为中国超市行业发展方向	228
二、超市细分领域的差异化和特色化	229
三、各细分市场占总市场的结构比例	229
四、领先企业的结构分析（所有制结构）	230
第三节 中国超市细分业态经营情况分析	231
一、便利店经营分析	231
二、折扣店经营分析	232
三、超市经营分析	232
四、大型超市经营分析	233
五、仓储会员店经营分析	234
第四节 连锁便利店的竞争分析	235
一、便利店业竞争激烈	235
二、便利店业竞争策略	235
第十一章 中国超市重点企业经营情况分析	238
第一节 人人乐连锁商业集团股份有限公司	238
一、企业发展基本情况	238

二、企业经营情况分析 238

三、企业门店分布情况 239

四、企业经济指标分析 240

五、企业盈利能力分析 241

六、企业偿债能力分析 241

七、企业运营能力分析 241

八、企业成本费用分析 242

九、企业竞争优势分析 242

第二节 天虹商场股份有限公司 243

一、企业基本情况分析 243

二、企业经营情况分析 243

三、企业门店分布情况 245

四、企业经济指标分析 246

五、企业盈利能力分析 246

六、企业偿债能力分析 247

七、企业运营能力分析 247

八、企业成本费用分析 248

九、企业竞争优势分析 248

第三节 福建新华都购物广场股份有限公司 248

一、企业发展基本情况 248

二、企业经营情况分析 249

三、企业门店分布情况 251

四、企业经济指标分析 251

五、企业盈利能力分析 251

六、企业偿债能力分析 252

七、企业运营能力分析 252

八、企业成本费用分析 252

九、企业竞争优势分析 253

第四节 步步高商业连锁股份有限公司 254

一、企业发展基本情况 254

二、企业经营情况分析 254

三、企业门店分布情况 256

四、企业经济指标分析 256

五、企业盈利能力分析 256

六、企业偿债能力分析 257

七、企业运营能力分析 257

八、企业成本费用分析 257

九、企业竞争优势分析 258

第五节 文峰大世界连锁发展股份有限公司 259

一、企业发展基本情况 259

二、企业经营情况分析 259

三、企业门店分布情况 260

四、企业经济指标分析 261

五、企业盈利能力分析 261

六、企业偿债能力分析 261

七、企业运营能力分析 262

八、企业成本费用分析 262

九、企业竞争优势分析 263

第六节 北京华联综合超市股份有限公司 264

一、企业发展基本情况 264

二、企业经营情况分析 264

三、企业门店分布情况 265

四、企业经济指标分析 265

五、企业盈利能力分析 266

六、企业偿债能力分析 266

七、企业运营能力分析 267

八、企业成本费用分析 267

九、企业竞争优势分析 268

第七节 三江购物俱乐部股份有限公司 269

一、企业发展基本情况 269

二、企业经营情况分析 269

三、企业门店分布情况 270

四、企业经济指标分析 271

五、企业盈利能力分析 271

六、企业偿债能力分析	271
七、企业运营能力分析	272
八、企业成本费用分析	272
九、企业竞争优势分析	273
第八节 武汉中商集团股份有限公司	273
一、企业发展基本情况	273
二、企业经营情况分析	274
三、企业门店分布情况	275
四、企业经济指标分析	275
五、企业盈利能力分析	275
六、企业偿债能力分析	276
七、企业运营能力分析	276
八、企业成本费用分析	276
九、企业竞争优势分析	277
第九节 中百控股集团股份有限公司	278
一、企业基本情况分析	278
二、企业经营情况分析	278
三、企业门店分布情况	281
四、企业经济指标分析	281
五、企业盈利能力分析	281
六、企业偿债能力分析	282
七、企业运营能力分析	282
八、企业成本费用分析	283
九、企业竞争优势分析	283
第十节 永辉超市股份有限公司	284
一、企业基本情况分析	284
二、企业经营情况分析	285
三、企业门店分布情况	285
四、企业经济指标分析	287
五、企业盈利能力分析	288
六、企业偿债能力分析	288
七、企业运营能力分析	289

八、企业成本费用分析 289

九、企业竞争优势分析 290

第十一节 上海联华超市股份有限公司 291

一、企业基本情况分析 291

二、企业经营情况分析 291

三、企业门店分布情况 292

四、企业经济指标分析 293

五、企业盈利能力分析 294

六、企业偿债能力分析 294

七、企业运营能力分析 295

八、企业成本费用分析 295

九、企业竞争优势分析 295

第十二节 北京京客隆商业集团股份有限公司 297

一、企业基本情况分析 297

二、企业经营情况分析 297

三、企业门店分布情况 298

四、企业经济指标分析 298

五、企业盈利能力分析 299

六、企业偿债能力分析 299

七、企业运营能力分析 300

八、企业成本费用分析 300

九、企业竞争优势分析 301

第十三节 成都红旗连锁股份有限公司 302

一、企业基本情况分析 302

二、企业经营情况分析 302

三、企业门店分布情况 303

四、企业经济指标分析 304

五、企业盈利能力分析 304

六、企业偿债能力分析 305

七、企业运营能力分析 305

八、企业成本费用分析 305

九、企业竞争优势分析 306

第十四节 北京物美商业集团股份有限公司 307

一、企业基本情况分析 307

二、企业经营情况分析 308

三、企业经济指标分析 308

四、企业盈利能力分析 308

五、企业偿债能力分析 309

六、企业运营能力分析 309

七、企业成本费用分析 309

第十五节 华润万家有限公司 310

一、企业基本情况分析 310

二、企业经营情况分析 311

三、企业门店情况分析 312

四、企业发展规划分析 312

五、企业最新发展动态 313

第十六节 苏果超市有限公司 313

一、企业基本情况分析介绍 313

二、企业经营情况分析 314

三、企业门店情况分析 314

四、企业发展规划分析 316

第十七节 农工商超市(集团)有限公司 316

一、企业基本情况分析介绍 316

二、企业营业网点分布 316

三、企业发展动态分析 319

第十八节 新一佳超市有限公司 320

一、企业基本情况分析介绍 320

二、企业经营业态分析 321

三、企业发展历程概况 321

第十九节 江苏时代超市有限公司 322

一、企业基本情况分析介绍 322

二、企业经营范围分析 323

三、企业营业网点分布 323

第二十节 山东家家悦集团有限公司 324

一、企业基本情况分析介绍	324
二、企业自主品牌概况	325
三、企业主营业态分析	325
第四部分 产业发展前景趋势与投资策略	326
第十二章 2015-2020年中国超市行业发展前景及趋势分析	326
第一节 2015-2020年中国超市行业发展前景分析	326
一、零售环节优越性	326
二、超市管理的优势	326
三、统计工作优越性	327
四、零售工作巧妙化	327
五、消费平台人性化	328
六、超市设备智能化	328
第二节 2015-2020年中国超市物流配送发展趋势	328
一、冷冻生鲜的配送	328
二、引入第三方物流	329
三、信息技术的应用	329
四、超市物流专业化	329
第三节 2015-2020年中国超市行业发展趋势分析	330
一、农超对接普及化	330
二、网上超市主流化	330
三、超市品牌系列化	331
四、市场定位差别化	331
五、中外竞技普遍化	331
六、投资主体多元化	332
第十三章 中国超市行业投资可行性分析	334
第一节 2015-2020年中国超市行业投资潜力分析	334
一、超市行业投资机会分析	334
二、信息化助推零售业发展	335
三、农村超市投资潜力分析	337
第二节 2015-2020年中国超市行业投资环境分析	338
一、温和通胀推动超市业发展	338
二、收入分配改革助行业增长	338

三、物流业振兴促产业链整合 339

第三节 2015-2020年外资超市在华投资风险分析 339

一、利率风险及管理 339

二、汇率风险及管理 340

三、价格风险及管理 340

四、通胀风险及管理 340

第十四章 2015-2020年中国超市行业投资策略分析 342

第一节 网点开发流程与标准化相结合 342

一、完善网点开发流程 342

二、强化标准化运作 342

三、推行成本绩效制 342

第二节 网点规模要与市场需求相适宜 343

一、认清目标市场 343

二、分析竞争对手 343

三、严密销售预测 343

第三节 网点投资要与市场环境相适宜 343

一、租金方式多元化 344

二、交接条件最优化 344

三、装潢标准层级化 344

图表目录：

图表 1 中国零售业态的演进历程 21

图表 2 中国无店铺零售业态分类及基本特点 27

图表 3 超市子业态基本特点分析 31

图表 4 顾客购买商品流程图 39

图表 5 超市、百货、家电连锁盈利模式比较 41

图表 6 超市与百货业态特征对比 42

图表 7 超市与家电连锁业态特征对比 42

图表 8 中国零售业经营单位数 49

图表 9 中国零售业经营单位从业人数 50

图表 10 中国零售业经营单位销售额及增速 50

图表 11 中国零售业不同规模企业销售额占比 51

图表 12 中国零售业销售额地区分布对比分析 51

图表 13 中国零售业法人企业营业面积	52
图表 14 中国零售业法人企业营业利润增速	52
图表 15 2013年零售企业分业态毛利率情况表	53
图表 16 2013年零售企业分业态净利率情况表	53
图表 17 中国超市发展大事记	55
图表 18 中国超市业态随城镇化及居民收入增长而加速发展	55
图表 19 近年来中国主要超市行业并购事件	58
图表 20 中国超市未来业态立体化发展趋势图	63
图表 21 外资超市进入中国时间表	64
图表 22 外资超市全球扩张遇到障碍	68
图表 23 美国零售业态变迁	69
图表 24 超市运营结构图	74
图表 25 中国主要内资连锁超市供应链管理比较	75
图表 26 中国连锁超市的市场区隔	76
图表 27 区域扩张和全国扩张型企业比较	78
图表 28 2007-2013年中国连锁超市从业人数统计	136
图表 29 2007-2013年中国连锁大型超市从业人数统计	136
图表 30 2006-2013年中国超市行业销售规模增长趋势图	137
图表 31 2007-2013年中国连锁超市商品销售额统计	137
图表 32 2007-2013年中国连锁大型超市商品销售额统计	138
图表 33 2007-2013年中国连锁超市营业面积统计	138
图表 34 2007-2013年中国连锁大型超市营业面积统计	139
图表 35 2007-2013年中国限额以上超级市场企业主要经营情况	139
图表 36 2007-2013年中国限额以上超级市场企业主营业务收入统计	140
图表 37 2013年超市企业毛利率情况表	140
图表 38 2013年超市企业净利率情况表	140
图表 39 2008-2013年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	142
图表 40 2013年中国主要消费品零售额及增长速度统计	142
图表 41 2008-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	143
图表 42 2008-2013年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图	144
图表 43 2013年中国居民消费价格月度变化趋势图	145
图表 44 城镇居民家庭平均每人全年消费支出和购买的主要商品数量	146

图表 45 城镇居民家庭平均每百户耐用消费品年底拥有量 147

图表 46 农村居民家庭平均每人全年支出和食品消费量 148

图表 47 农村居民家庭平均每百户主要耐用消费品年底拥有量 149

图表 48 2013年中国快速消费品连锁百强排名 151

图表 49 2007-2013年中国连锁超市门店总数统计 155

图表 50 2007-2013年中国连锁大型超市门店总数统计 156

图表 51 中国超市(大卖场)销售品类分布图 156

图表 52 中国超市(综超)销售品类分布图 157

图表 53 规模先发优势体现在议价、物业、品牌三方面 161

图表 54 差异化竞争：品类与区域两方面 161

图表 55 2015-2020年中国超市行业销售规模预测趋势图 162

图表 56 沃尔玛其他营业收入占税前利润比例图 164

图表 57 超市提高供应链管控的环节示意图 165

图表 58 国家部委针对整顿零售企业向供应商违规收费进行整治 166

图表 59 零售企业未来盈利本质在于通过供应链整合提高效率 166

图表 60 中国连锁超市行业相关产业政策 169

图表 61 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 171

图表 62 产业链整合流程 174

图表 63 2009-2013年华东大区超市行业销售规模增长趋势图 182

图表 64 2009-2013年华北大区超市行业销售规模增长趋势图 183

图表 65 2009-2013年华中大区超市行业销售规模增长趋势图 183

图表 66 2009-2013年华南大区超市行业销售规模增长趋势图 184

图表 67 2009-2013年东北大区超市行业销售规模增长趋势图 184

图表 68 2009-2013年西南大区超市行业销售规模增长趋势图 185

图表 69 2009-2013年西北大区超市行业销售规模增长趋势图 185

图表 70 重庆市主要超市企业门店分布情况 191

图表 71 2013年快消品连锁百强前四大和前八大超市销售额占比情况 194

图表 73 主要外资超市在华门店数 197

图表 74 2013年中国快速消费品连锁百强企业市场份额 199

图表 75 超市的采购方式 204

图表 76 部分超市采购模式 204

图表 77 超市的物流配送模式 205

图表 78 部分超市物流配送模式	205
图表 79 以客户为中心的管理模式	206
图表 80 以客户为中心的超市经营能力体系	206
图表 81 2013年中国快速消费品连锁百强销售规模排名	222
图表 82 2013年中国快速消费品连锁百强门店数量排名	225
图表 83 中国与美国超市渠道细分程度对比	229
图表 84 超市渠道细分业态占比	230
图表 85 2009-2013年中国便利店基本情况分析	231
图表 86 2009-2013年中国便利店商品购销情况分析	231
图表 87 2009-2013年中国折扣店基本情况分析	232
图表 88 2009-2013年中国折扣店商品购销情况分析	232
图表 89 2009-2013年中国超市基本情况分析	233
图表 90 2009-2013年中国超市商品购销情况分析	233
图表 91 2009-2013年中国大型超市基本情况分析	233
图表 92 2009-2013年中国大型超市购销情况分析	234
图表 93 2009-2013年中国仓储会员店基本情况分析	234
图表 94 2009-2013年中国仓储会员店购销情况分析	234
图表 95 2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司分产品情况表	238
图表 96 2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司业务结构情况	239
图表 97 2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司分地区情况表	239
图表 98 人人乐连锁商业集团股份有限公司销售门店分布统计	240
图表 99 2011-2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司收入与利润统计	240
图表 100 2011-2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司资产与负债统计	240
图表 101 2011-2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司盈利能力情况	241
图表 102 2011-2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司偿债能力情况	241
图表 103 2011-2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司运营能力情况	241
图表 104 2011-2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司成本费用统计	242
图表 105 2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司成本费用结构图	242
图表 106 2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司员工受教育程度情况统计	243
图表 107 2013年天虹商场股份有限公司分产品情况表	244
图表 108 2013年天虹商场股份有限公司业务结构情况	245
图表 109 2013年天虹商场股份有限公司分地区情况表	245

图表 110 2013年天虹商场股份有限公司不同品牌门店分布情况表	246
图表 111 2010-2013年天虹商场股份有限公司收入与利润统计	246
图表 112 2010-2013年天虹商场股份有限公司资产与负债统计	246
图表 113 2010-2013年天虹商场股份有限公司盈利能力情况	247
图表 114 2010-2013年天虹商场股份有限公司偿债能力情况	247
图表 115 2010-2013年天虹商场股份有限公司运营能力情况	247
图表 116 2010-2013年天虹商场股份有限公司成本费用统计	248
图表 117 2013年福建新华都购物广场股份有限公司分产品情况表	250
图表 118 2013年福建新华都购物广场股份有限公司业务结构情况	250
图表 119 2013年福建新华都购物广场股份有限公司分地区情况表	250
图表 120 2011-2014年福建新华都购物广场股份有限公司收入与利润统计	251
图表 121 2011-2014年福建新华都购物广场股份有限公司资产与负债统计	251
图表 122 2011-2014年福建新华都购物广场股份有限公司盈利能力情况	252
图表 123 2011-2014年福建新华都购物广场股份有限公司偿债能力情况	252
图表 124 2011-2014年福建新华都购物广场股份有限公司运营能力情况	252
图表 125 2011-2014年福建新华都购物广场股份有限公司成本费用统计	253
图表 126 2013年步步高商业连锁股份有限公司分产品、分行业情况表	255
图表 127 2013年步步高商业连锁股份有限公司业务结构情况	255
图表 128 2013年步步高商业连锁股份有限公司分地区情况表	255
图表 129 2011-2014年步步高商业连锁股份有限公司收入与利润统计	256
图表 130 2011-2014年步步高商业连锁股份有限公司资产与负债统计	256
图表 131 2011-2014年步步高商业连锁股份有限公司盈利能力情况	257
图表 132 2011-2014年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力情况	257
图表 133 2011-2014年步步高商业连锁股份有限公司运营能力情况	257
图表 134 2011-2014年步步高商业连锁股份有限公司成本费用统计	258
图表 135 2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司分行业情况表	260
图表 136 2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司业务结构情况	260
图表 137 2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司分地区情况表	260
图表 138 2011-2014年文峰大世界连锁发展股份有限公司收入与利润统计	261
图表 139 2011-2014年文峰大世界连锁发展股份有限公司资产与负债统计	261
图表 140 2011-2014年文峰大世界连锁发展股份有限公司盈利能力情况	261
图表 141 2011-2014年文峰大世界连锁发展股份有限公司偿债能力情况	262

图表 142 2011-2014年文峰大世界连锁发展股份有限公司运营能力情况 262

图表 143 2011-2014年文峰大世界连锁发展股份有限公司成本费用统计 262

图表 144 2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司成本费用结构图 263

图表 145 2013年北京华联综合超市股份有限公司分行业情况表 264

图表 146 2013年北京华联综合超市股份有限公司业务结构情况 265

图表 147 2013年北京华联综合超市股份有限公司分地区情况表 265

图表 148 2011-2014年北京华联综合超市股份有限公司收入与利润统计 266

图表 149 2011-2014年北京华联综合超市股份有限公司资产与负债统计 266

图表 150 2011-2014年北京华联综合超市股份有限公司盈利能力情况 266

图表 151 2011-2014年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力情况 267

图表 152 2011-2014年北京华联综合超市股份有限公司运营能力情况 267

图表 153 2011-2014年北京华联综合超市股份有限公司成本费用统计 267

图表 154 2014年北京华联综合超市股份有限公司成本费用结构图 268

图表 155 2013年三江购物俱乐部股份有限公司分产品情况表 270

图表 156 2013年三江购物俱乐部股份有限公司业务结构情况 270

图表 157 2013年三江购物俱乐部股份有限公司分地区情况表 270

图表 158 2011-2014年三江购物俱乐部股份有限公司收入与利润统计 271

图表 159 2011-2014年三江购物俱乐部股份有限公司资产与负债统计 271

图表 160 2011-2014年三江购物俱乐部股份有限公司盈利能力情况 271

图表 161 2011-2014年三江购物俱乐部股份有限公司偿债能力情况 272

图表 162 2011-2014年三江购物俱乐部股份有限公司运营能力情况 272

图表 163 2011-2014年三江购物俱乐部股份有限公司成本费用统计 272

图表 164 2013年武汉中商集团股份有限公司分产品情况表 274

图表 165 2013年武汉中商集团股份有限公司业务结构情况 274

图表 166 2013年武汉中商集团股份有限公司分地区情况表 274

图表 167 2011-2014年武汉中商集团股份有限公司收入与利润统计 275

图表 168 2011-2014年武汉中商集团股份有限公司资产与负债统计 275

图表 169 2011-2014年武汉中商集团股份有限公司盈利能力情况 276

图表 170 2011-2014年武汉中商集团股份有限公司偿债能力情况 276

图表 171 2011-2014年武汉中商集团股份有限公司运营能力情况 276

图表 172 2011-2014年武汉中商集团股份有限公司成本费用统计 277

图表 173 2013年武汉中商集团股份有限公司成本费用结构图 277

图表 174 2013年中百控股集团股份有限公司分产品情况表 280

图表 175 2013年中百控股集团股份有限公司业务结构情况 280

图表 176 2013年中百控股集团股份有限公司分地区情况表 281

图表 177 2011-2014年中百控股集团股份有限公司收入与利润统计 281

图表 178 2011-2014年中百控股集团股份有限公司资产与负债统计 281

图表 179 2011-2014年中百控股集团股份有限公司盈利能力情况 282

图表 180 2011-2014年中百控股集团股份有限公司偿债能力情况 282

图表 181 2011-2014年中百控股集团股份有限公司运营能力情况 282

图表 182 2011-2014年中百控股集团股份有限公司成本费用统计 283

图表 183 2013年中百控股集团股份有限公司成本费用结构图 283

图表 184 2013年永辉超市股份有限公司分产品情况表 285

图表 185 2013年永辉超市股份有限公司业务结构情况 285

图表 186 2013年永辉超市股份有限公司开店及签约门店情况表 286

图表 187 2010-2013年永辉超市股份有限公司收入与利润统计 287

图表 188 2010-2013年永辉超市股份有限公司资产与负债统计 288

图表 189 2010-2013年永辉超市股份有限公司盈利能力情况 288

图表 190 2010-2013年永辉超市股份有限公司偿债能力情况 288

图表 191 2010-2013年永辉超市股份有限公司运营能力情况 289

图表 192 2010-2013年永辉超市股份有限公司成本费用统计 289

图表 193 2013年永辉超市股份有限公司成本费用结构图 289

图表 194 2013年上海联华超市股份有限公司分行业情况表 291

图表 195 2013年上海联华超市股份有限公司业务结构情况 292

图表 196 2013年上海联华超市股份有限公司门店分布情况 293

图表 197 2013年上海联华超市股份有限公司门店分类数量情况 293

图表 198 2010-2013年上海联华超市股份有限公司收入与利润统计 294

图表 199 2010-2013年上海联华超市股份有限公司资产与负债统计 294

图表 200 2010-2013年上海联华超市股份有限公司盈利能力情况 294

图表 201 2010-2013年上海联华超市股份有限公司偿债能力情况 295

图表 202 2010-2013年上海联华超市股份有限公司运营能力情况 295

图表 203 2010-2013年上海联华超市股份有限公司成本费用统计 295

图表 204 2013年北京京客隆商业集团股份有限公司分行业情况表 297

图表 205 2013年北京京客隆商业集团股份有限公司业务结构情况 298

图表 206 2013年北京京客隆商业集团股份有限公司门店分布数 298

图表 207 2010-2013年北京京客隆商业集团股份有限公司收入与利润统计 299

图表 208 2010-2013年北京京客隆商业集团股份有限公司资产与负债统计 299

图表 209 2010-2013年北京京客隆商业集团股份有限公司盈利能力情况 299

图表 210 2010-2013年北京京客隆商业集团股份有限公司偿债能力情况 300

图表 211 2010-2013年北京京客隆商业集团股份有限公司运营能力情况 300

图表 212 2010-2013年北京京客隆商业集团股份有限公司成本费用统计 300

图表 213 2013年北京京客隆商业集团股份有限公司成本费用结构图 301

图表 214 2013年成都红旗连锁股份有限公司分产品情况表 303

图表 215 2013年成都红旗连锁股份有限公司业务结构情况 303

图表 216 2013年成都红旗连锁股份有限公司分地区情况表 303

图表 217 2011-2014年成都红旗连锁股份有限公司收入与利润统计 304

图表 218 2011-2014年成都红旗连锁股份有限公司资产与负债统计 304

图表 219 2011-2014年成都红旗连锁股份有限公司盈利能力情况 304

图表 220 2011-2014年成都红旗连锁股份有限公司偿债能力情况 305

图表 221 2011-2014年成都红旗连锁股份有限公司运营能力情况 305

图表 222 2011-2014年成都红旗连锁股份有限公司成本费用统计 305

图表 223 2013年成都红旗连锁股份有限公司成本费用结构图 306

图表 224 2010-2013年北京物美商业集团股份有限公司收入与利润统计 308

图表 225 2010-2013年北京物美商业集团股份有限公司资产与负债统计 308

图表 226 2010-2013年北京物美商业集团股份有限公司盈利能力情况 309

图表 227 2010-2013年北京物美商业集团股份有限公司偿债能力情况 309

图表 228 2010-2013年北京物美商业集团股份有限公司运营能力情况 309

图表 229 2010-2013年北京物美商业集团股份有限公司成本费用统计 310

图表 230 2013年北京物美商业集团股份有限公司成本费用结构图 310

图表 231 华润万家有限公司经营情况统计表 311

图表 232 华润万家有限公司门店分布图 312

图表 233 苏果超市有限公司经营情况统计表 314

图表 234 农工商超市(集团)有限公司网点分布统计 317

图表 235 江苏时代超市有限公司网点分布统计 323

图表 236 山东家家悦集团有限公司自主品牌一览表 325

图表 237 2015-2020年中国限额以上超市营业总额增长趋势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248620.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。