



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国超市市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国超市市场需求及投资前景分析报告》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/282176.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

超市即超级市场,一般是指商品开架陈列,顾客自我服务,货款一次结算,以经营生鲜食品、日杂用品为主的商店。

从超市行业的情况看,据统计2015年国内超市零售额达3.4万亿元,同比+5.6%,但近年来增速也呈下滑的态势。按具体业态看,标超/大卖场/便利店/折扣店2015年同比分别+5.0%/+6.7%/+11.6%/+3.6%,其中便利店收入增速保持双位数增长,表现抢眼。考虑整体消费疲软的大环境,我们预计国内超市行业未来几年增速将进一步放缓,预计2016~2018年收入增速在2~3%左右。 2005-2018年中国超市行业零售额

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 超市行业发展环境分析

1.2.1 行业政策发展环境分析

(1) 行业主管部门

(2) 行业相关政策

(3) 行业相关规划

1.2.2 行业经济发展环境分析

- (1) 社会消费品零售总额
- (2) 国内生产总值 (GDP)
- (3) 居民消费价格 (CPI)
- (4) 城乡居民可支配收入

1.2.3 行业社会发展环境分析

- (1) 居民消费发展情况
- (2) 城镇化进程分析
- (3) 居民产品品类消费方向
- (4) 居民消费信心分析

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

- (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

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

- (1) 1980-1990年
- (2) 1990-2001年
- (3) 2001年至今

2.2.2 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

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 2005-2018年中国超市各业态增速

行业竞争依然激烈，本土、外资、电商三足鼎力。国内超市行业发展30余年，目前行业格局基本形成，我们将其划分为三大阵营：包括以永辉、大润发、华润、联华、物美等为首的本土超市，以家乐福、沃尔玛等为代表的外资超市，以及以1号店、天猫超市、苏宁易购等为代表的网上超市。

2.3 超市门店经营情况分析

2.3.1 大型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

(4) 门店费用情况

(5) 门店毛利率

2.3.2 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) 欧洲超市行业经营状况

(3) 美国超市行业经营情况

3.1.5 典型企业在华市场竞争情况

(1) 沃尔玛

(2) 家乐福

(3) 麦德龙

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

3.3.1 行业兼并重组环境分析

3.3.2 行业兼并重组驱动力分析

3.3.3 行业兼并重组特征分析

3.3.4 行业兼并重组案例分析

3.3.5 行业兼并重组趋势分析

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

(2) 跳跃式模式分析

(3) 沃尔玛中国区域扩张模式

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

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

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

4.2.3 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

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) 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

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

(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

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

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

(1) 大型综合超市的目标顾客

(2) 大型综合超市的商品价格

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

(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

5.2.5 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

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

(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

5.4.2 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

5.4.3 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

5.4.4 便利超市产品种类分析

5.4.5 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

5.4.6 便利超市业态发展预测

5.4.7 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

6.1.1 黑龙江省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.1.2 吉林省超市行业发在分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.1.3 辽宁省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.2 华北地区超市行业发展分析

6.2.1 北京市超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.2.2 天津市超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.2.3 河北省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.3 华中地区超市行业发展分析

6.3.1 河南省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 河南省超市行业运行新模式分析

(3) 河南省各地大中型超市分布

(4) 行业发展潜力分析

6.3.2 湖北省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.3.3 湖南省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.4 华东地区超市行业发展分析

6.4.1 上海市超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.4.2 浙江省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.4.3 江苏省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.4.4 山东省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.4.5 安徽超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.4.6 江西省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.4.7 福建省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.5 华南地区超市行业发展分析

6.5.1 广东省超市行业发展分析

- (1) 行业发展环境分析
- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析
- (4) 行业发展潜力分析

6.5.2 广西超市行业发展分析

- (1) 行业发展环境分析
- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析
- (4) 行业发展潜力分析

6.6 西南地区超市行业发展分析

6.6.1 四川省超市行业发展分析

- (1) 行业发展环境分析
- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析
- (4) 行业发展潜力分析

6.6.2 重庆市超市行业发展分析

- (1) 行业发展环境分析
- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析
- (4) 行业发展潜力分析

6.7 西北地区超市行业发展分析

6.7.1 陕西省超市行业发展分析

- (1) 行业发展环境分析
- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析
- (4) 行业发展潜力分析

6.7.2 宁夏超市行业发展分析

- (1) 行业发展环境分析
- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

6.7.3 甘肃省超市行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业运行状况分析

(3) 大型超市布局分析

(4) 行业发展潜力分析

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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(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

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (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

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (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

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (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

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.11 福建新华都购物广场股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.12 三江购物俱乐部股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.13 成都红旗连锁股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.14 长春欧亚集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.15 沃尔玛（中国）投资有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（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(AK WZY)

8.1 超市行业生命周期分析

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

（1）宏观市场容量预测

（2）微观市场容量预测

部分图表目录：

图表1：超市行业业态分类

图表2：1990年以来我国超市快速发展阶段主要事件及其意义

图表3：1990年以来部分外资超市在中国市场的发展情况

图表4：2009-2016年我国网络零售额（单位：万亿元，%）

图表5：超市品类角色和品类管理

图表6：超市与百货业态对比

图表7：超市与家电连锁业态对比

图表8：超市行业相关政策

图表9：2010-2016年我国社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元，%）

图表10：2007-2016年我国GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表11：2008-2016年我国GDP增速与社会消费品零售总额增速的变化趋势图（单位：%）

图表12：2015-2016年全国居民消费价格走势（单位：%）

图表13：2013-2016年中国城镇和农村居民收入变动情况（单位：元，%）

图表14：2013-2016年城镇居民收入增速和零售业增速对比（单位：%）

图表15：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表16：2001-2016年中国城镇化率情况（单位：%）

图表17：2016年中国城乡消费结构对比（单位：%）

图表18：各国中产阶级消费者消费最多的产品品类（单位：%）

图表19：国内生产总值增长率和消费者信心指数

图表20：中国消费者信心指数构成要素

图表21：2010-2016年中国社会消费品零售总额（单位：亿元）

图表22：2016年中国社会消费品零售总额分地域情况（单位：%）

图表23：2016年中国社会消费品零售总额分消费类型情况（单位：%）

图表24：2016年中国社会消费品零售总额线上线下情况（单位：%）

图表25：超市发展历程

图表26：各业态样本店铺2014、2015两年平均销售额增幅对比

图表27：超市企业三费及增长率

图表28：连锁百强企业平均门店就业人数增幅

图表29：2009-2016年超市行业百强规模（单位：亿元，%）

图表30：2009-2016年超市行业百强门店数量情况（单位：家，%）

图表31：样本超市及大型超市样本企业毛利额增幅分布（单位：%）

图表32：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33：超市及大型超市样本企业费用结构（单位：%）

图表34：超市及大型超市样本企业费用（单位：万元，%）

图表35：大型超市门店平均规模（单位：亿元、万个、万平米、百人）

图表36：大型超市门店平效、人效和单品销售额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282176.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。