

2024-2030年中国超市市场深度调查与未来发展趋势报告

报告大纲

共研网

www.gonyn.com

一、报告简介

官网地址：<https://www.gonyn.com/report/1631958.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500元

订购电话: 010-69365838 / 400-700-9228

电子邮箱: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

二、报告目录及图表目录

共研网发布的《2024-2030年中国超市市场深度调查与未来发展趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章 超市行业发展综述	1
1.1 超市行业概述	1
1.1.1 超市行业界定	1
(1) 超市业态界定	1
(2) 超市业态分类	1
(3) 超市发展阶段	3
1.1.2 超市行业价值链分析	5
(1) 超市行业的价值链	5
(2) 与其他业态的区别	6
1) 与百货业态对比分析	6
2) 与家电连锁业态对比分析	7
1.2 超市行业发展环境分析	7
1.2.1 行业政策发展环境分析	7
(1) 零售行业政策分析	7
(2) 零售行业发展规划	12
(3) 国内贸易发展规划	16
1.2.2 行业经济发展环境分析	17
(1) 国内生产总值增长情况	17
(2) 社会消费品零售总额	19
(3) 居民消费价格指数分析	20
(4) 居民可支配收入分析	23
1.3 超市行业发展现状分析	25
1.3.1 商业零售行业销售经营分析	25
(1) 商业零售行业营业收入	25
(2) 商业零售行业利润分析	26
1.3.2 超市行业商品销售情况分析	29

(1) 超市行业商品零售收入	29
(2) 超市行业商品零售净利润	30
1.3.3 超市行业竞争格局分析	31
(1) 不同性质企业竞争分析	31
(2) 外资超市竞争布局分析	32
(3) 内资超市竞争布局分析	32
(4) 其他业态参与竞争情况	33
第2章 超市行业商业模式发展分析	34
2.1 超市行业扩张模式分析	34
2.1.1 超市连锁区域扩张模式	34
(1) 渗透式模式分析	34
1) 渗透式模式简介	34
2) 渗透式模式的优势	34
3) 渗透式模式的风险	34
(2) 跳跃式模式分析	35
1) 跳跃式模式简介	35
2) 跳跃式模式的优势	35
3) 跳跃式模式的风险	35
(3) 沃尔玛中国区域扩张模式	35
1) 渗透式扩张阶段	35
2) 跳跃式扩张阶段	36
3) 快速渗透扩张阶段	36
2.1.2 超市连锁渠道扩张模式	37
(1) 自建模式分析	37
(2) 并购模式分析	37
(3) 加盟模式分析	37
(4) 合作模式分析	38
(5) 不同模式比较分析	38
(6) 沃尔玛渠道扩张模式分析	38
1) 沃尔玛美洲渠道扩张模式	38
2) 沃尔玛亚洲渠道扩张模式	39
3) 沃尔玛欧洲渠道扩张模式	39
2.2 超市行业管理模式分析	40
2.2.1 供应商管理模式分析	40

- (1) 潜在供应商资质预审 40
- (2) 供应商的认证审核 41
- (3) 供应商绩效评估管理 43
- (4) 供应商关系类型分析 43
- (5) 供应商数据库的建立和维护 44
- (6) 沃尔玛供应商管理模式分析 44
- 1) 供应商的审核 44
- 2) 供应商绩效管理 44
- 3) 供应商关系类型分析 45
- 4) 数据库建立与维护 45
- 5) 供应商整合分析 45
- 6) 信息平台构建分析 47
- 2.2.2 物流管理模式分析 48
 - (1) 自营配送模式 48
 - (2) 第三方物流模式 48
 - (3) 共同化配送模式 48
 - (4) 供应商配送模式 49
 - (5) 物流管理模式案例分析 49
 - 1) 沃尔玛物流配送模式分析 49
 - 2) 家乐福物流配送模式分析 50
- 2.2.3 企业内部管理模式分析 52
 - (1) 经营业态管理 52
 - 1) 超市业态及特征 52
 - 2) 沃尔玛业态构成 53
 - (2) 组织架构管理 53
 - 1) 组织架构构建及职责分工 53
 - 2) 沃尔玛的组织架构分析 56
 - (3) 人力资源管理 57
 - 1) 超市人力资源管理特点 57
 - 2) 沃尔玛的人力资源管理 59
 - (4) 超市内控管理 61
 - 1) 超市内控的发展阶段 61
 - 2) 超市内控的特殊问题 61
- 2.2.4 客户管理模式分析 63
 - (1) 超市客户管理特点 63

(2) 超市客户管理策略	63
2.3 超市行业盈利模式分析	65
2.3.1 通道收入模式分析	65
(1) 通道收入模式简析	65
(2) 家乐福通道收入模式	65
2.3.2 价值链盈利模式分析	66
(1) 价值链盈利模式简析	66
(2) 沃尔玛价值链盈利模式	67
2.3.3 非价值链盈利模式分析	68
(1) 非价值链盈利模式简析	68
(2) 中资超市的盈利模式	69
第3章 连锁超市行业细分业态分析	70
3.1 大型综合超市业态分析	70
3.1.1 大型综合超市市场发展分析	70
3.1.2 大型综合超市分布区域分析	72
3.1.3 大型综合超市产品种类分析	73
3.1.4 大型综合超市物流网络分析	73
3.1.5 大型综合超市业态发展预测	76
3.1.6 大型综合超市代表企业分析	78
(1) 家乐福	78
(2) 沃尔玛	79
3.2 生鲜超市业态分析	81
3.2.1 生鲜超市市场发展分析	81
3.2.2 生鲜超市产品种类分析	81
3.2.3 生鲜超市开店速度分析	81
3.2.4 生鲜超市物流网络分析	84
3.2.5 生鲜超市代表企业分析	86
3.3 折扣店业态分析	97
3.3.1 社区折扣店市场发展分析	97
3.3.2 社区折扣店分布区域分析	101
3.3.3 社区折扣店产品种类分析	101
3.3.4 社区折扣店业态发展预测	102
3.3.5 社区折扣店代表企业分析	103
(1) 迪亚天天社区折扣店	103

(2) 惠选社区折扣店	103
3.4 便利店业态分析	104
3.4.1 便利超市市场发展分析	104
3.4.2 便利超市分布区域分析	105
3.4.3 便利超市产品种类分析	106
3.4.4 便利超市开店速度分析	107
3.4.5 便利超市业态发展预测	108
3.4.6 便利超市代表企业分析	109
(1) 好德、可的便利店	109
(2) 7-11便利店	111
第4章 中国超市行业重点地区发展分析	112
4.1 东北地区超市行业发展分析	112
4.1.1 黑龙江省超市行业发展分析	112
(1) 人口集中度及结构分析	112
(2) 人均收入与支出分析	112
(3) 社会消费品零售总额	113
(4) 大型超市公司布局分析	113
4.1.2 吉林省超市行业发在分析	116
(1) 人口集中度及结构分析	116
(2) 人均收入与支出分析	117
(3) 社会消费品零售总额	118
(4) 大型超市公司布局分析	119
4.1.3 辽宁省超市行业发展分析	120
(1) 人口集中度及结构分析	120
(2) 人均收入与支出分析	120
(3) 社会消费品零售总额	121
(4) 大型超市公司布局分析	121
4.2 华北地区超市行业发展分析	122
4.2.1 北京市超市行业发展分析	122
(1) 人口集中度及结构分析	122
(2) 人均收入与支出分析	123
(3) 社会消费品零售总额	124
(4) 大型超市公司布局分析	126
4.2.2 天津市超市行业发展分析	126

- (1) 人口集中度及结构分析 126
- (2) 人均收入与支出分析 127
- (3) 社会消费品零售总额 128
- (4) 大型超市公司布局分析 128
- 4.2.3 河北省超市行业发展分析 129
 - (1) 人口集中度及结构分析 129
 - (2) 人均收入与支出分析 129
 - (3) 社会消费品零售总额 129
 - (4) 大型超市公司布局分析 130
- 4.3 华中地区超市行业发展分析 130
 - 4.3.1 河南省超市行业发展分析 130
 - (1) 人口集中度及结构分析 130
 - (2) 人均收入与支出分析 131
 - (3) 社会消费品零售总额 131
 - (4) 大型超市公司布局分析 131
 - 4.3.2 湖北省超市行业发展分析 132
 - (1) 人口集中度及结构分析 132
 - (2) 人均收入与支出分析 132
 - (3) 社会消费品零售总额 132
 - (4) 大型超市公司布局分析 132
 - 4.3.3 湖南省超市行业发展分析 133
 - (1) 人口集中度及结构分析 133
 - (2) 人均收入与支出分析 133
 - (3) 社会消费品零售总额 134
 - (4) 大型超市公司布局分析 136
- 4.4 华东地区超市行业发展分析 136
 - 4.4.1 上海市超市行业发展分析 136
 - (1) 人口集中度及结构分析 136
 - (2) 人均收入与支出分析 136
 - (3) 社会消费品零售总额 137
 - (4) 大型超市公司布局分析 137
 - 4.4.2 浙江省超市行业发展分析 138
 - (1) 人口集中度及结构分析 138
 - (2) 人均收入与支出分析 138
 - (3) 社会消费品零售总额 139

- (4) 大型超市公司布局分析 140
- 4.4.3 江苏省超市行业发展分析 141
 - (1) 人口集中度及结构分析 141
 - (2) 人均收入与支出分析 141
 - (3) 社会消费品零售总额 141
 - (4) 大型超市公司布局分析 142
- 4.4.4 山东省超市行业发展分析 142
 - (1) 人口集中度及结构分析 142
 - (2) 人均收入与支出分析 142
 - (3) 社会消费品零售总额 144
 - (4) 大型超市公司布局分析 144
- 4.4.5 安徽超市行业发展分析 144
 - (1) 人口集中度及结构分析 144
 - (2) 人均收入与支出分析 145
 - (3) 社会消费品零售总额 145
 - (4) 大型超市公司布局分析 146
- 4.4.6 江西省超市行业发展分析 146
 - (1) 人口集中度及结构分析 146
 - (2) 人均收入与支出分析 147
 - (3) 社会消费品零售总额 147
 - (4) 大型超市公司布局分析 148
- 4.4.7 福建省超市行业发展分析 148
 - (1) 人口集中度及结构分析 148
 - (2) 人均收入与支出分析 149
 - (3) 社会消费品零售总额 149
 - (4) 大型超市公司布局分析 150
- 4.5 华南地区超市行业发展分析 150
 - 4.5.1 广东省超市行业发展分析 150
 - (1) 人口集中度及结构分析 150
 - (2) 人均收入与支出分析 151
 - (3) 社会消费品零售总额 151
 - (4) 大型超市公司布局分析 152
 - 4.5.2 广西超市行业发展分析 152
 - (1) 人口集中度及结构分析 152
 - (2) 人均收入与支出分析 153

(3) 社会消费品零售总额	154
(4) 大型超市公司布局分析	155
4.6 西南地区超市行业发展分析	156
4.6.1 四川省超市行业发展分析	156
(1) 人口集中度及结构分析	156
(2) 人均收入与支出分析	156
(3) 社会消费品零售总额	157
(4) 大型超市公司布局分析	157
4.6.2 重庆市超市行业发展分析	158
(1) 人口集中度及结构分析	158
(2) 人均收入与支出分析	158
(3) 社会消费品零售总额	159
(4) 大型超市公司布局分析	160
4.7 西北地区超市行业发展分析	160
4.7.1 陕西省超市行业发展分析	160
(1) 人口集中度及结构分析	160
(2) 人均收入与支出分析	161
(3) 社会消费品零售总额	161
(4) 大型超市公司布局分析	162
4.7.2 宁夏超市行业发展分析	162
(1) 人口集中度及结构分析	162
(2) 人均收入与支出分析	164
(3) 社会消费品零售总额	165
(4) 大型超市公司布局分析	165
4.7.3 甘肃省超市行业发展分析	165
(1) 人口集中度及结构分析	165
(2) 人均收入与支出分析	166
(3) 社会消费品零售总额	167
(4) 大型超市公司布局分析	167
第5章 连锁超市行业主要经营分析	168
5.1 华润万家有限公司经营情况分析	168
5.1.1 公司发展简况分析	168
5.1.2 企业主营业态分析	168
5.1.3 企业门店分布情况	168

- 5.1.4 企业经营情况分析 170
- 5.1.5 企业经营优劣势分析 171
- 5.1.6 企业最新发展动向分析 172
- 5.2 高鑫零售有限公司经营情况分析 172
 - 5.2.1 企业发展简况分析 172
 - 5.2.2 企业经营情况分析 173
 - (1) 主要经济指标分析 173
 - (2) 企业盈利能力分析 173
 - (3) 企业运营能力分析 175
 - (4) 企业偿债能力分析 175
 - (5) 企业发展能力分析 177
 - 5.2.3 企业主营超市经营分析 177
 - (1) 主营超市发展分析 177
 - (2) 门店布局情况分析 177
 - 5.2.4 企业经营优劣势分析 178
 - 5.2.5 企业最新发展动向分析 179
- 5.3 联华超市股份有限公司经营情况分析 179
 - 5.3.1 公司发展简况分析 179
 - 5.3.2 企业主营业态分析 180
 - 5.3.3 企业门店分布情况 180
 - 5.3.4 企业经营情况分析 180
 - (1) 主要经济指标分析 180
 - (2) 企业盈利能力分析 181
 - (3) 企业运营能力分析 182
 - (4) 企业偿债能力分析 183
 - (5) 企业发展能力分析 184
 - 5.3.5 企业经营优劣势分析 184
 - 5.3.6 企业最新发展动向分析 185
- 5.4 永辉超市股份有限公司经营情况分析 185
 - 5.4.1 企业发展简况分析 185
 - 5.4.2 企业主营业态分析 185
 - 5.4.3 企业门店分布情况 186
 - 5.4.4 企业经营情况分析 187
 - (1) 主要经济指标分析 187
 - (2) 企业盈利能力分析 188

- (3) 企业运营能力分析 189
- (4) 企业偿债能力分析 190
- (5) 企业发展能力分析 191
- 5.4.5 企业经营优劣势分析 191
- 5.4.6 企业最新发展动向 191
- 5.5王府井集团股份有限公司经营情况分析 192
- 5.5.1 企业发展简况分析 192
- 5.5.2 企业主营业态分析 193
- 5.5.3 企业门店分布情况 193
- 5.5.4 企业经营指标分析 194
 - (1) 主要经济指标分析 194
 - (2) 企业盈利能力分析 194
 - (3) 企业运营能力分析 195
 - (4) 企业偿债能力分析 196
 - (5) 企业发展能力分析 197
- 5.5.5 企业经营优劣势分析 197
- 5.5.6 企业最新发展动向分析 199

第6章 中国超市行业发展趋势及趋势分析 201

- 6.1 超市行业生命周期分析 201
 - 6.1.1 超市行业生命周期分析 201
 - 6.1.2 超市业态生命周期轮换 202
- 6.2 超市行业发展趋势分析 203
 - 6.2.1 超市行业总体发展趋势分析 203
 - 6.2.2 超市行业经营规模发展趋势 204
 - 6.2.3 超市行业渠道发展趋势分析 205
 - 6.2.4 超市行业业态发展趋势分析 209
- 6.3 超市行业趋势预测分析 211
 - 6.3.1 超市行业饱和面积预测分析 211
 - 6.3.2 超市行业市场容量预测分析 211
 - (1) 宏观市场容量预测 211
 - (2) 微观市场容量预测 212

略•••完整报告请咨询客服