

2020-2026年中国超市行业 前景展望与未来前景预测报告

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未来前景预测报告》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/202009/187834.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

18年上半年9家超市平均综合毛利率23.4%，同比提升1.0pp，延续上升态势。其中永辉超市的22.4%（+2.0pp）、人人乐的25.7%（+3.1pp）表现最为突出。从品类结构来看，各家商超均强化生鲜运营，生鲜品类毛利率显著提升，其中永辉、三江购物、家家悦生鲜毛利率分别提升1.66pp、0.96pp、0.17pp。从费用端看，9家商超平均期间费用率同比上升0.84pp至21.0%，其中销售费用率上升0.4pp，财务费用率同比上升0.1pp，管理费用率同比上升0.3pp。拆分来看，超市行业人工费用率与租金费用率均略有提升，其中人工费用率上升0.51pp至9.5%，租金费用率上升0.03pp至4.45%，主要系部分公司开店加速且新店处于培育期而费用端保持刚性致使费用率上升。龙头公司盈利能力持续提升。从净利率水平来看，超市行业扣非净利润率同比上升0.4pp至1.73%，经过过去两年低效门店关停止血，存量门店优化调整见效，行业整体已经由过去粗放开店扩张转向门店精细化运作。龙头公司强运营能力叠加收入回暖带动利润端弹性效应显著：扣非净利率口径下，利群股份同比提升1.26pp至5%，红旗连锁同比提升1.4pp至4.27%，家家悦同比提升0.46pp至3.02%。超市行业整体毛利率水平（%）2019年上半年6家A股珠宝公司等权平均毛利率为25.9%，同比下降0.2pp。毛利率波动受多重因素影响，除原材料价格波动影响外，处于扩张阶段的公司多从自营向加盟发展（加盟毛利率较低），而终端折扣调整亦对毛利率有所影响（莱绅通灵毛利率上升0.2pp至55.3%，和终端折扣取消有一定关系）；另外，品类结构向毛利率较高的非金品类优化也将带动整体毛利率上行。6家珠宝公司整体费用率略有上升。2019年上半年行业等权平均销售费用率为11.2%，同比上升0.6pp；管理费用率为2.6%，同比上升0.1pp，财务费用率1%，同比下降0.1pp。分经营模式来看，以直营模式为主的公司投入较大，期间费用率较高，如潮宏基和莱绅通灵直营门店占比高，对应2019年上半年年销售费用率分别为22.8%和24.7%，显著高于行业平均值。而老凤祥以批发经销为主，2019年上半年的销售费用率仅为1.7%。期间费用率上升带动行业净利率下降，18年上半年珠宝行业归母净利润率同比下降0.3pp至8.8%，扣非净利率同比下降0.7pp至7.9%6家珠宝公司等权平均毛利率（%）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国超市行业前景展望与未来前景预测报告》共六章。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 超市行业发展综述

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) 与百货业态对比分析

2) 与家电连锁业态对比分析

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）零售行业政策分析

（2）零售行业发展规划

（3）国内贸易发展规划

1.2.2 行业经济发展环境分析

（1）国内生产总值增长情况

（2）社会消费品零售总额

（3）居民消费价格指数分析

（4）居民可支配收入分析

1.3 超市所属行业发展现状分析

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

1.3.1 商业零售所属行业销售经营分析

（1）商业零售行业营业收入

（2）商业零售行业利润分析

1.3.2 超市所属行业商品销售情况分析

(1) 超市行业商品零售收入

(2) 超市行业商品零售净利润

1.3.3 超市所属行业竞争格局分析

(1) 不同性质企业竞争分析

(2) 外资超市竞争布局分析

(3) 内资超市竞争布局分析

(4) 其他业态参与竞争情况

第二章 超市行业商业模式发展分析

2.1 超市行业扩张模式分析

2.1.1 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

2.1.2 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

2.2 超市行业管理模式分析

2.2.1 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

2.2.2 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

2.2.3 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

2.2.4 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

2.3 超市行业盈利模式分析

2.3.1 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

2.3.2 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

2.3.3 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

第三章 连锁超市行业细分业态分析

3.1 大型综合超市业态分析

3.1.1 大型综合超市市场发展分析

3.1.2 大型综合超市分布区域分析

3.1.3 大型综合超市产品种类分析

3.1.4 大型综合超市物流网络分析

3.1.5 大型综合超市业态发展预测

3.1.6 大型综合超市代表企业分析

(1) 家乐福

(2) 沃尔玛

3.2 生鲜超市业态分析

3.2.1 生鲜超市市场发展分析

3.2.2 生鲜超市产品种类分析

3.2.3 生鲜超市开店速度分析

- 3.2.4 生鲜超市物流网络分析
- 3.2.5 生鲜超市代表企业分析
- 3.3 折扣店业态分析
 - 3.3.1 社区折扣店市场发展分析
 - 3.3.2 社区折扣店分布区域分析
 - 3.3.3 社区折扣店产品种类分析
 - 3.3.4 社区折扣店业态发展预测
 - 3.3.5 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
- 3.4 便利店业态分析
 - 3.4.1 便利超市市场发展分析
 - 3.4.2 便利超市分布区域分析
 - 3.4.3 便利超市产品种类分析
 - 3.4.4 便利超市开店速度分析
 - 3.4.5 便利超市业态发展预测
 - 3.4.6 便利超市代表企业分析
 - (1) 好德、可的便利店
 - (2) 7-11便利店

第四章 中国超市行业重点地区发展分析

- 4.1 东北地区超市行业发展分析
 - 4.1.1 黑龙江省超市行业发展分析
 - (1) 人口集中度及结构分析
 - (2) 人均收入与支出分析
 - (3) 社会消费品零售总额
 - (4) 大型超市公司布局分析
 - 4.1.2 吉林省超市行业发在分析
 - (1) 人口集中度及结构分析
 - (2) 人均收入与支出分析
 - (3) 社会消费品零售总额
 - (4) 大型超市公司布局分析

4.1.3 辽宁省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.2 华北地区超市行业发展分析

4.2.1 北京市超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.2.2 天津市超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.2.3 河北省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.3 华中地区超市行业发展分析

4.3.1 河南省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.3.2 湖北省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.3.3 湖南省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.4 华东地区超市行业发展分析

4.4.1 上海市超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.4.2 浙江省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.4.3 江苏省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.4.4 山东省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.4.5 安徽超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.4.6 江西省超市行业发展分析

(1) 人口集中度及结构分析

(2) 人均收入与支出分析

(3) 社会消费品零售总额

(4) 大型超市公司布局分析

4.4.7 福建省超市行业发展分析

(1) 人口集中度及结构分析

(2) 人均收入与支出分析

(3) 社会消费品零售总额

(4) 大型超市公司布局分析

4.5 华南地区超市行业发展分析

4.5.1 广东省超市行业发展分析

(1) 人口集中度及结构分析

(2) 人均收入与支出分析

(3) 社会消费品零售总额

(4) 大型超市公司布局分析

4.5.2 广西超市行业发展分析

(1) 人口集中度及结构分析

(2) 人均收入与支出分析

(3) 社会消费品零售总额

(4) 大型超市公司布局分析

4.6 西南地区超市行业发展分析

4.6.1 四川省超市行业发展分析

(1) 人口集中度及结构分析

(2) 人均收入与支出分析

(3) 社会消费品零售总额

(4) 大型超市公司布局分析

4.6.2 重庆市超市行业发展分析

(1) 人口集中度及结构分析

(2) 人均收入与支出分析

(3) 社会消费品零售总额

(4) 大型超市公司布局分析

4.7 西北地区超市行业发展分析

4.7.1 陕西省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.7.2 宁夏超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

4.7.3 甘肃省超市行业发展分析

- (1) 人口集中度及结构分析
- (2) 人均收入与支出分析
- (3) 社会消费品零售总额
- (4) 大型超市公司布局分析

第五章 连锁超市行业主要企业经营分析

5.1 华润万家有限公司经营情况分析

- 5.1.1 公司发展简况分析
- 5.1.2 企业主营业态分析
- 5.1.3 企业门店分布情况
- 5.1.4 企业经营情况分析
- 5.1.5 企业经营优劣势分析
- 5.1.6 企业最新发展动向分析

5.2 高鑫零售有限公司经营情况分析

- 5.2.1 企业发展简况分析
- 5.2.2 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析

5.2.3 企业主营超市经营分析

(1) 主营超市发展分析

(2) 门店布局情况分析

5.2.4 企业经营优劣势分析

5.2.5 企业最新发展动向分析

5.3 联华超市股份有限公司经营情况分析

5.3.1 公司发展简况分析

5.3.2 企业主营业态分析

5.3.3 企业门店分布情况

5.3.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

5.3.5 企业经营优劣势分析

5.3.6 企业最新发展动向分析

5.4 永辉超市股份有限公司经营情况分析

5.4.1 企业发展简况分析

5.4.2 企业主营业态分析

5.4.3 企业门店分布情况

5.4.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

5.4.5 企业经营优劣势分析

5.4.6 企业最新发展动向

5.5 北京物美商业集团股份有限公司经营情况分析

5.5.1 企业发展简况分析

5.5.2 企业主营业态分析

5.5.3 企业门店分布情况

5.5.4 企业经营指标分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

5.5.5 企业经营优劣势分析

5.5.6 企业最新发展动向分析

第六章中国超市行业发展趋势及趋势分析

6.1 超市行业生命周期分析

6.1.1 超市行业生命周期分析

6.1.2 超市业态生命周期轮换

6.2 超市行业发展趋势分析

6.2.1 超市行业总体发展趋势分析

6.2.2 超市行业经营规模发展趋势

6.2.3 超市行业渠道发展趋势分析

6.2.4 超市行业业态发展趋势分析

6.3 超市行业趋势预测分析

6.3.1 超市行业饱和面积预测分析

6.3.2 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：我国超市快速发展阶段主要事件及其意义

图表 2：部分外资超市在中国市场的发展情况

图表 3：超市行业价值链的构成环节

图表 4：超市品类角色和品类管理

图表 5：超市与百货业态对比

图表 6：超市与家电连锁业态对比

图表 7：2013-2019 年我国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表 8：2013-2019 年我国社会消费品零售总额同比增速（单位：亿元，%）

图表 9：2013-2019 年我国居民消费价格指数走势分析图（单位：%）

图表 10：2013-2019 年中国城镇居民人均可支配收入走势分析图（单位：元，%）

图表 11：一线城市人均可支配收入与超市总面积关系（单位：万平方米，元）

图表 12：一线城市人均可支配收入与每百万人均超市面积关系（平方米/百万人，元）

图表 13：二线城市人均可支配收入与超市总面积关系（单位：万平方米，元）

图表 14：二线城市人均可支配收入与每百万人均超市面积关系（平方米/百万人，元）

图表 15：2013-2019 年城镇居民人均可支配收入与恩格尔系数走势示意图（单位：元，%）

图表 16：城镇居民人均可支配收入增速与超市销售增速示意图（单位：%）

图表 17：2013-2019 年商业零售行业营业收入及增长走势分析图（单位：亿元，%）

图表 18：2013-2019 年商业零售行业净利润及增长走势分析图（单位：亿元，%）

图表 19：2019 年超市行业商品销售收入及增长走势分析图（单位：亿元，%）

图表 20：2019 年超市行业商品销售净利润及增长走势分析图（单位：亿元，%）

图表 21：2019 年连锁百强不同性质企业竞争情况分析（单位：家，万元，%）

图表 22：实体超市业态与电商的经营比较

图表 23：超市连锁企业渠道扩张的四种模式比较

图表 24：沃尔玛信息平台 RETAIL LINK 的功能构成分析图

图表 25：家乐福中国的物流配送分析图

图表 26：我国超市业态和采取开架销售经营必须消费品的零售业态对比

图表 27：2013-2019 年沃尔玛各主要业态门店数量变化图（单位：家）

图表 28：沃尔玛在不同的顾客需求下的业态变化分析图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/187834.html>