

2021-2027年中国超市连锁 行业前景展望与发展前景预测报告

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

《2021-2027年中国超市连锁行业前景展望与发展前景预测报告》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/202012/195862.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

国内超市行业集中度较低，龙头企业市场份额仍有非常大的提升空间。国内前五大超市企业市场份额仅为27%，排名第一的高鑫零售（含大润发、欧尚两家卖场）拥有8.3%的市场份额。相比之下，美国前五大超市企业占据66.0%的市场份额，排名第一的沃尔玛拥有33.4%的市场份额，英国前五大超市企业占据76.8%的市场份额，排名第一的乐购拥有27.6%的市场份额。中国超市行业龙头企业市场份额占比较低美国超市行业龙头企业市场份额占比较高 中企顾问网发布的《2021-2027年中国超市连锁行业前景展望与发展前景预测报告》共五章。首先介绍了中国超市连锁行业市场发展环境、超市连锁整体运行态势等，接着分析了中国超市连锁行业市场运行的现状，然后介绍了超市连锁市场竞争格局。随后，报告对超市连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国超市连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对超市连锁产业有个系统的了解或者想投资中国超市连锁行业，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1章 超市连锁业研究综述

1.1超市连锁业研究特征界定

1.1.1行业界定

（1）超市连锁业态特征及其分类

（2）超市连锁的发展阶段

1.1.2行业本质

（1）超市连锁与百货业态对比分析

（2）超市连锁与家电连锁业态对比分析

1.1.3行业生命周期分析

（1）超市连锁业生命周期阶段

（2）超市连锁业业态生命周期轮换

1.2研究单位与研究方法

1.2.1研究单位介绍

1.2.2研究方法概述

第2章 超市连锁业发展现状分析

2.1超市连锁业运营现状分析

2.1.1超市连锁业收入与成本结构分析

(1) 收入结构

1) 收入来源分类

2) 商品销售结构

(2) 成本结构

2.1.2超市连锁业绩效分析

(1) 收入与规模

(2) 单位经营效益

2.1.3超市连锁业竞争格局分析

(1) 市场集中度

(2) 区域分布

2.1.4超市连锁业核心竞争力分析

(1) 供应链管理

(2) 以客户为中心

(3) 自有品牌发展分析

2.2样本企业运营情况分析

2.2.1代表性超市企业监控与分析

(1) 国内代表性超市企业监控与分析

(2) 外资代表性超市企业监控与分析

2.2.2样本企业经营情况

(1) 样本企业基本情况

超市行业基本面主要与社零中粮油饮料、日用品等增速相关，尤其永辉超市、家家悦同店增速主要与食品类CPI正相关，2019年预计必需消费品在量上将继续保持平稳，CPI尤其食品类CPI整体将维持较高水平。从门店扩张来看，永辉聚焦云超主业，低线城市绿标店扩张显著加快，保证收入增速的同时，随着管理提效、云创亏损出表，永辉报表净利润有望大幅反弹。并且，随着行业进入整合期，永辉生鲜供应链优势将愈发显现。超市2019年景气度有望维持

(2) 样本企业平均规模

(3) 样本企业经营效率

(4) 样本企业费用情况

(5) 样本企业盈利情况

2.2.3 样本门店经营情况

(1) 样本门店基本情况

(2) 样本门店平均规模

(3) 样本门店经营效率

(4) 样本门店费用情况

(5) 样本门店盈利情况

(6) 样本门店生鲜商品和自有品牌

2.3 超市连锁业商业模式分析

2.3.1 超市连锁业价值链分析

2.3.2 超市连锁业商业模式分析

(1) 通道收入模式

(2) 价值链盈利模式

(3) 非价值链盈利模式

2.4 超市连锁业发展趋势分析

2.4.1 超市连锁业态发展趋势

2.4.2 超市连锁业营业区域发展趋势

2.4.3 超市连锁业营业定位发展趋势

2.5 超市连锁业趋势预测分析

2.5.1 城镇化水平及居民收入增长“浮力效应”

2.5.2 消费、内需增长的推动作用

2.5.3 品牌龙头超市企业的“挤出效应”

2.5.4 细分超市连锁业子业态演化

2.5.5 地县城市经济发展的外延式增长

第3章 超市连锁业细分业态分析

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与品牌分析

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生鲜超市产品种类与品牌分析

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便利店业态分析

3.3.1便利店市场发展分析

3.3.2便利店分布区域分析

3.3.3便利店产品种类与品牌分析

3.3.4便利店开店速度分析

3.3.5便利店物流网络分析

3.3.6便利店代表企业分析

(1) 好德可的便利店

(2) 7-11便利店

第4章 超市连锁业消费环境与商业环境分析()

4.1行业政策经济环境分析

4.1.1行业相关影响政策分析

(1) 国家区域振兴规划

(2) 收入分配改革进程

(3) 系列促进消费政策

(4) 国内贸易发展规划

4.1.2国际国内宏观经济环境分析

4.1.3通胀与超市连锁业运营关系分析

4.1.4假日经济与超市连锁业运营关系分析

4.2行业消费环境分析

4.2.1消费环境与超市连锁业运营关系分析

4.2.2居民收入与超市连锁业发展关系分析

(1) 一线城市居民收入水平与超市连锁业发展关系分析

(2) 二、三线城市居民收入水平与超市连锁业发展关系分析

4.2.3居民消费行为调研

(1) 食品消费调研

1) 城市居民食品购买比例

2) 不同人口特征城市居民的食品购买比例

(2) 饮料消费调研

1) 城市居民饮料购买比例

2) 不同人口特征城市居民的饮料购买比例

(3) 酒类产品消费调研

1) 城市居民酒类产品购买比例

2) 不同人口特征城市居民的饮料购买比例

4.3区域商业环境分析

4.3.1商业环境与超市连锁业运营关系分析

4.3.2城市商业饱和度与超市连锁业发展关系分析

(1) 一线城市商业饱和度和理论增长空间测算

(2) 二、三线城市商业饱和度和理论增长空间测算

4.3.3区域市场特征与超市连锁业适应性关系分析

(1) 不同超市连锁业态布局条件

1) 大型综合超市布局条件

2) 生鲜超市布局条件

3) 便利店布局条件

(2) 区域市场与不同超市业态适应性分析

1) 相同区域不同超市业态适应性分析

2) 不同区域相同超市业态适应性分析

3) 区域市场发展与超市业态适应性分析结论

4.3.4不同样本城市商业环境分析

(1) 一线城市商业发展环境分析

1) 北京商业发展环境分析

2) 上海商业发展环境分析

3) 广州商业发展环境分析

4) 深圳商业发展环境分析

(2) 二、三线城市商业发展环境分析

1) 青岛商业发展环境分析

2) 武汉商业发展环境分析

3) 长沙商业发展环境分析

4.3.5 不同城市商业规划分析

(1) 一线城市商业规划分析

1) 北京商业规划分析

2) 上海商业规划分析

3) 广州商业规划分析

4) 深圳商业规划分析

(2) 二、三线城市商业规划分析

1) 青岛商业规划分析

2) 济南商业规划分析

3) 长沙商业规划分析

4) 成都商业规划分析

第5章 超市连锁业主要企业经营分析

5.1 超市业态领先企业经营分析

5.1.1 联华超市股份有限公司经营情况分析

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营指标情况

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 公司最新发展动向分析

5.2 便利店业态领先企业经营分析

5.2.1 农工商超市(集团)有限公司经营情况分析

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况()

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 公司最新发展动向分析

部分图表目录：

图表1：我国超市连锁的发展阶段

图表2：超市行业理论发展空间（单位：亿元，万平米）

图表3：超市行业业态类型

图表4：超市在我国发展的初期

图表5：城镇化及居民收入增长对超市业发展的作用（单位：元，%）

图表6：部分外资超市在中国市场的发展情况

图表7：超市与百货业态对比

图表8：超市行业与家电连锁业对比

图表9：超市行业生命周期

图表10：超市行业发展阶段

图表11：台湾地区零售业态轮换

图表12：超市行业收入来源构成（单位：%）

图表13：主要内资超市其他利润和税前利润对比²

图表14：超市通道费用明细

图表15：新华都销售收入和毛利润的商品品类结构（单位：%）

图表16：人人乐销售收入的商品品类结构（单位：%）

图表17：人人乐销售收入的商品品类结构（单位：%）

图表18：超市营运成本明细

图表19：历年来规模以上超市、所有超市、规模以上零售商占社会零售总额比重（单位：%）

图表20：历年来超市行业净利润总额及其增速（单位：百万元，%）

图表21：历年来超市行业店面总面积及其增速（单位：万平米，%）

图表22：历年来大中小超市平均店面面积（单位：平米）

图表23：历年来大中小超市平均单店净利润（单位：百万元）

图表24：历年来大中小超市平均净利率（单位：%）

图表25：历年来超市10强销售额与其占社销总额比重走势（单位：%）

图表26：2017年连锁百强中主要超市企业发展情况

图表27：历年来不同层级城市平均单店面积（单位：平米）

图表28：超市行业提高利润率逻辑树

图表29：超市行业供应链流程

更多图表见正文……

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195862.html>