

# 2023-2029年中国超市行业 分析与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2023-2029年中国超市行业分析与发展趋势研究报告》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/202306/371317.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国超市行业分析与发展趋势研究报告》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。

中国超市行业经历了多年发展，市场规模已经达到3.09万亿元。从行业发展周期看，传统的大型综合超市业态正步入衰退期；而新兴的社区折扣超市尚处于幼稚期，行业商业模式尚处于探索阶段。超市行业竞争已经入白热化阶段。从家乐福、麦德龙、沃尔玛等传统大型卖场的竞争，到京东、阿里、美团等互联网企业的同城零售业务，更有深入社区“毛细血管”的社区团购，还有每日优鲜、叮咚买菜、朴朴平台自营类生鲜电商平台涌入。“新零售”概念的崛起刷新了消费者从线上到线下的消费场景体验，对传统超市相对“陈旧”的经营模式带来冲击。

未来，超市行业将继续上演联合、兼并、重组，实现企业网络扩张和资本扩张，市场集中度进一步提升。预计到2027年，中国超市行业市场规模将以2%的年复合增长率稳步增长至3.48万亿元。

### 报告目录：

#### 第1章：超市行业综述及数据来源说明

##### 1.1 超市行业界定

###### 1.1.1 超市的界定

###### 1.1.2 超市相似概念辨析

###### 1.1.3 超市的分类

###### 1.1.4 《国民经济行业分类与代码》中超市行业归属

##### 1.2 超市专业术语说明

##### 1.3 本报告研究范围界定说明

##### 1.4 本报告数据来源及统计标准说明

###### 1.4.1 本报告权威数据来源

###### 1.4.2 本报告研究方法及统计标准说明

#### 第2章：中国超市行业宏观环境分析（PEST）

## 2.1 中国超市行业政策（Policy）环境分析

### 2.1.1 中国超市行业监管体系及机构介绍

- （1）中国超市行业主管部门
- （2）社会监管组织
- （3）中国超市行业自律组织

### 2.1.2 中国超市行业标准体系建设现状

- （1）中国超市标准体系建设
- （2）中国超市现行标准汇总
- （3）中国超市即将实施标准

### 2.1.3 国家层面超市行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

- （1）国家层面超市行业政策汇总及解读
- （2）国家层面超市行业规划汇总及解读

### 2.1.4 31省市超市行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

- （1）31省市超市行业政策规划汇总
- （2）31省市超市行业发展目标解读

### 2.1.5 国家重点规划/政策对超市行业发展的影响

- （1）国家“十四五”规划对超市行业发展的影响
- （2）促消费战略对超市行业发展的影响

### 2.1.6 政策环境对超市行业发展的影响总结

## 2.2 中国超市行业经济（Economy）环境分析

### 2.2.1 中国宏观经济发展现状

- （1）中国GDP及增长情况
- （2）中国居民消费价格（CPI）
- （3）中国社会消费品零售情况

### 2.2.2 中国宏观经济发展展望

- （1）国际机构对中国GDP增速预测
- （2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测

### 2.2.3 中国超市行业发展与宏观经济相关性分析

## 2.3 中国超市行业社会（Society）环境分析

### 2.3.1 中国超市行业社会环境分析

- （1）中国人口规模及增速
- （2）中国城镇化水平变化

- (3) 中国居民人均可支配收入
- (4) 中国居民人均消费支出及结构
- (5) 中国居民消费升级演进

#### 2.3.2 社会环境对超市行业发展的影响总结

### 2.4 中国超市行业技术（Technology）环境分析

#### 2.4.1 中国超市行业业务流程

#### 2.4.2 中国超市行业关键技术

- (1) 物联网技术
- (2) 人工智能技术
- (3) 大数据技术
- (4) 生物识别技术
- (5) 超市行业内的技术融合

#### 2.4.3 技术环境对超市行业发展的影响总结

## 第3章：全球超市行业发展现状调研及商业模式洞察

### 3.1 全球超市行业发展历程介绍

### 3.2 全球超市行业发展现状分析

#### 3.2.1 全球零售行业发展现状分析

- (1) 市场规模
- (2) 竞争格局

#### 3.2.2 全球超市行业发展现状

- (1) 全球超市销售规模
- (2) 全球超市竞争格局
- (3) 全球超市兼并重组

### 3.3 全球超市代表性区域发展分析

#### 3.3.1 全球超市行业区域分布

#### 3.3.2 美国的超市行业发展现状分析

- (1) 美国超市行业发展概况
- (2) 美国超市行业规模
- (3) 美国超市竞争格局分析

#### 3.3.3 法国的超市行业发展现状分析

- (1) 法国超市行业发展概况

- (2) 法国超市行业规模分析
- (3) 法国超市行业竞争格局
- 3.4 全球代表性超市商业模式洞察分析
  - 3.4.1 全球代表性超市商业模式对比分析
  - 3.4.2 沃尔玛
    - (1) 超市商业模式分析
    - (2) 超市营业情况
    - (3) 超市在华布局
  - 3.4.3 Costco
    - (1) 超市商业模式分析
    - (2) 超市营业情况
    - (3) 超市在华布局
  - 3.4.4 家乐福
    - (1) 超市商业模式分析
    - (2) 超市营业情况
    - (3) 超市在华布局
- 3.5 全球超市行业发展趋势预判及市场前景预测
  - 3.5.1 新冠疫情对全球超市行业的影响分析
  - 3.5.2 全球超市行业发展趋势预判
  - 3.5.3 全球超市行业市场前景预测
- 3.6 全球超市行业发展经验借鉴

## 第4章：中国超市行业发展现状及痛点分析

- 4.1 中国超市行业发展历程
- 4.2 中国超市行业企业市场类型及入场方式
  - 4.2.1 中国超市行业市场主体类型
  - 4.2.2 中国超市行业企业入场方式
- 4.3 中国超市行业发展现状分析
  - 4.3.1 中国超市行业发展特征
    - (1) 季节性
    - (2) 区域特征
    - (3) 数字化程度提升，线上线下融合

- (4) 定位逐步细化

- 4.3.2 中国超市行业销售规模

- (1) 限额以上超市零售营收规模
- (2) 中国超市百强销售规模及门店数量
- (3) 超市及大卖场行业规模

- 4.3.3 中国超市行业竞争格局

- 4.3.4 中国超市行业投资及兼并重组

- (1) 中国超市行业投融资现状
- (2) 中国超市行业兼并与重组现状

- 4.4 中国超市行业发展痛点分析

## 第5章：超市行业商业模式发展分析

- 5.1 超市扩张模式分析

- 5.1.1 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) 不同模式总结

- 5.1.2 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

- 5.2 超市管理模式分析

- 5.2.1 超市供应商管理模式

- (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) 沃尔玛供应商管理分析

- 5.2.2 超市物流管理模式

- (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

#### 5.2.3 超市企业内部管理模式

- (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

#### 5.2.4 超市客户管理模式

- (1) 超市客户管理特点
- (2) 加强建设客户关系管理方案

#### 5.2.5 超市产品（SKU）管理模式

- (1) 商品的SKU分析
- (2) 提升SKU管理合理性的原则

### 5.3 超市盈利模式

#### 5.3.1 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

#### 5.3.2 供应链成本控制收入模式

- (1) 供应链链盈利模式简析
- (2) 沃尔玛供应链盈利模式

#### 5.3.3 非价值盈利模式

- (1) 非价值链盈利模式简析
- (2) 中资超市的盈利模式

#### 5.3.4 会员费模式

- (1) 会员制零售和传统零售的区别
- (2) 盈利模式
- (3) Costco会员制盈利模式分析

#### 5.3.5 不同盈利模式总结

### 5.4 超市行业营销模式分析



#### 5.4.1 会员制促销模式

- (1) 会员制促销的特点
- (2) 会员制促销的优势

#### 5.4.2 折扣促销模式

- (1) 数量折扣
- (2) 功能折扣
- (3) 季节折扣
- (4) 现付折扣
- (5) 交易式折让及促销性折让
- (6) 现金回扣
- (7) 差别调价
- (8) 特价吸引品
- (9) 特殊事件折价
- (10) 心理折价
- (11) 其它价格促销方式

#### 5.4.3 广告促销模式

- (1) 通过广告媒介树立超市独特形象
- (2) 运用其它广告形式

#### 5.4.4 节日促销模式

- (1) 节日促销概述
- (2) 节日促销策略

#### 5.4.5 超市+餐饮模式

- (1) 超市+餐饮模式存在的原因
- (2) 超市+餐饮模式存在问题

#### 5.4.6 直播营销模式

- (1) 建立社群
- (2) 确定直播对象
- (3) 直播场景转化

#### 5.4.7 不同模式的比较

### 5.5 互联网下超市行业商业模式变革

#### 5.5.1 互联网发展现状

- (1) 中国网民数量及互联网普及率

(2) 中国网民各类网络应用的使用率

(3) 网络购物市场发展情况分析

(4) 移动互联网发展情况分析

#### 5.5.2 互联网对零售的冲击与挑战

(1) 实体零售业近年来整体发展缓慢

(2) 实体零售商业模式跟不上发展需求

(3) 实体零售成本收益难以匹配

#### 5.5.3 互联网对超市商业模式的变革影响分析

(1) 互联网促进线上线下相结合

(2) 互联网改变支付方式

(3) 互联网推动智慧超市等业态发展

### 第6章：中国超市行业细分业态发展分析

#### 6.1 大型综合超市业态分析

##### 6.1.1 中国大型综合超市发展现状分析

(1) 中国大型综合超市发展规模

(2) 中国大型综合超市竞争格局

##### 6.1.2 中国大型综合超市区域分布

##### 6.1.3 中国大型综合超市发展模式分析

(1) 选址模式

(2) 产品业态管理模式

(3) 原材料采购模式

(4) 物流运输模式

##### 6.1.4 中国大型综合超市发展趋势及前景分析

#### 6.2 生鲜超市业态分析

##### 6.2.1 中国生鲜超市发展现状分析

(1) 中国生鲜超市发展规模

(2) 中国生鲜超市竞争格局

##### 6.2.2 中国生鲜超市区域分布

##### 6.2.3 中国生鲜超市发展模式分析

(1) 线下到线上生鲜超市发展模式

(2) 线上到线下生鲜超市发展模式

#### 6.2.4 中国生鲜超市发展趋势及前景分析

### 6.3 社区折扣超市业态分析

#### 6.3.1 中国社区折扣超市发展现状分析

#### 6.3.2 中国社区折扣超市区域分布

#### 6.3.3 中国社区折扣超市发展模式分析

#### 6.3.4 中国社区折扣超市发展趋势及前景分析

### 6.4 精品超市业态分析

#### 6.4.1 中国精品超市发展现状分析

##### (1) 中国精品超市发展规模

##### (2) 中国精品超市竞争格局

#### 6.4.2 中国精品超市区域分布

#### 6.4.3 中国精品超市发展模式分析

#### 6.4.4 中国精品超市发展趋势及前景分析

##### (1) 发展趋势

##### (2) 发展前景

## 第7章：中国超市行业代表性企业布局案例研究

### 7.1 中国超市代表性企业布局梳理及对比

### 7.2 中国超市代表性企业布局案例分析

#### 7.2.1 华润万家有限公司

##### (1) 企业发展历程及基本信息

##### (2) 企业超市业务布局及发展状况

##### (3) 企业超市业务最新发展动向追踪

##### (4) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.2 高鑫零售有限公司

##### (1) 企业发展历程及基本信息

##### (2) 企业超市业务布局及发展状况

##### (3) 企业超市业务最新发展动向追踪

##### (4) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.3 联华超市股份有限公司

##### (1) 企业发展历程及基本信息

##### (2) 企业业务架构及经营情况

(3) 企业超市业务最新发展动向追踪

(4) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.4 永辉超市股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业业务架构及经营情况

(3) 企业超市业务布局及发展状况

(4) 企业超市业务最新发展动向追踪

(5) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.5 人人乐连锁商业集团股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业超市业务架构及经营情况

(3) 企业超市业务最新发展动向追踪

(4) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.6 家家悦集团股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业超市业务布局及发展状况

(3) 企业超市业务最新发展动向追踪

(4) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.7 沃尔玛(中国)投资有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业超市业务布局及发展状况

(3) 企业超市业务最新发展动向追踪

(4) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.8 成都红旗连锁股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业超市业务布局及发展状况

(3) 企业超市业务最新发展动向追踪

(4) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.9 北京物美商业集团股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业超市业务布局及发展状况

(3) 企业超市业务最新发展动向追踪

#### (4) 企业超市业务发展优劣势分析

#### 7.2.10 中百控股集团股份有限公司

##### (1) 企业发展历程及基本信息

##### (2) 企业超市业务布局及发展状况

##### (3) 企业超市业务最新发展动向追踪

##### (4) 企业超市业务发展优劣势分析

### 第8章：中国超市行业市场前景预测及发展趋势预判

#### 8.1 中国超市行业SWOT分析

#### 8.2 中国超市行业发展潜力评估

##### 8.2.1 中国超市行业生命发展周期

##### 8.2.2 中国超市行业发展潜力评估

#### 8.3 中国超市行业发展前景预测

#### 8.4 中国超市行业发展趋势预判

##### 8.4.1 聚焦目标群体形成不同定位

##### 8.4.2 全渠道融合成为竞争的关键

##### 8.4.3 为消费者创造价值

##### 8.4.4 数字化成发展利器

##### 8.4.5 以生鲜为核心，小型化、密集化成主流趋势

### 第9章：中国超市行业投资战略规划策略及建议

#### 9.1 中国超市行业进入与退出壁垒

##### 9.1.1 超市行业进入壁垒分析

##### 9.1.2 超市行业退出壁垒分析

#### 9.2 中国超市行业投资风险预警

#### 9.3 中国超市行业投资价值评估

#### 9.4 中国超市行业投资机会分析

#### 9.5 中国超市行业投资策略与建议

#### 9.6 中国超市行业可持续发展建议

#### 图表目录

##### 图表1：商务部——零售业态分类标准

##### 图表2：超市相关概念辨析

图表3：超市的分类

图表4：超市的分类

图表5：《国民经济行业分类与代码》中超市行业归属

图表6：超市专业术语说明

图表7：本报告研究范围界定

图表8：本报告权威数据资料来源汇总

图表9：本报告的主要研究方法 & 统计标准说明

图表10：中国超市行业监管体系

图表11：中国超市行业主管部门

图表12：中国超市行业社会监管组织

图表13：中国超市行业自律组织

图表14：中国超市标准体系建设（单位：项）

图表15：中国超市现行标准汇总

图表16：中国超市即将实施标准

图表17：截至2022年中国超市行业发展政策汇总

图表18：截至2022年中国超市行业发展规划汇总

图表19：截至2022年中国超市行业发展规划汇总

图表20：31省市超市行业发展目标解读

图表21：国家“十四五”规划对超市行业的影响分析

图表22：促消费战略对超市行业发展的影响分析

图表23：政策环境对超市行业发展的影响总结

图表24：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表25：2019-2022年中国CPI变化情况（单位：%）

图表26：2010-2022年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表27：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表28：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表29：中国超市行业发展与宏观经济相关性分析

图表30：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/371317.html>