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

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/202211/325599.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

超市一般是指商品开放陈列、顾客自我选购、排队收银结算,以经营生鲜食品水果、日杂用品为主的商店。一种消费者自助选购、统一收银结算的零售企业。在中国,超级市场被引入于1978年,当时称作自选商场。

超级市场一般经销食品和日用品为主,其特点主要是,薄利多销,基本上不设售货员经营中低档商品;商品采用小包装、标明分量、规格和价格;备有小车或货筐、顾客自选商品;出门一次结算付款。

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》共七章。首先介绍了超市行业市场发展环境、超市整体运行态势等,接着分析了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 超市所属行业发展状况分析

- 1.1 零售行业发展概况分析
- 1.1.1 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
- 1.1.2 零售行业发展特点
- 1.1.3 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
- 1.2 超市行业发展概况分析
- 1.2.1 超市行业发展历程

- 1.2.2 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
- 1.2.3 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
- 1.3 超市门店经营情况分析
- 1.3.1 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
- 1.3.2 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

第二章 超市所属行业市场竞争分析

- 2.1 国际超市行业市场竞争分析
- 2.1.1 国际超市行业发展特征分析
- 2.1.2 国际超市行业整体竞争情况
- 2.1.3 全球超市行业发展趋势分析
- 2.1.4 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
- 2.1.5 典型企业在华市场竞争情况

- (1) 沃尔玛
- (2) 家乐福
- (3) 麦德龙
- 2.2 我国超市行业市场竞争分析
- 2.2.1 超市行业竞争格局分析
- 2.2.2 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
- 2.3 我国超市行业兼并重组分析
- 2.3.1 行业兼并重组环境分析
- 2.3.2 行业兼并重组驱动力分析
- 2.3.3 行业兼并重组特征分析
- 2.3.4 行业兼并重组案例分析
- 2.3.5 行业兼并重组趋势分析

第三章 超市行业商业模式发展分析

- 3.1 超市行业扩张模式分析
- 3.1.1 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
- 3.1.2 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

- 3.2 超市行业管理模式分析
- 3.2.1 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
- 3.2.2 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
- 3.2.3 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
- 3.2.4 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
- 3.3 超市行业盈利模式分析
- 3.3.1 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
- 3.3.2 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
- 3.3.3 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

- 3.4 互联网下超市行业商业模式变革
- 3.4.1 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
- 3.4.2 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
- 3.4.3 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
- 3.4.4 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

第四章 连锁超市所属行业细分业态分析

- 4.1 大型综合超市业态分析
- 4.1.1 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
- 4.1.2 大型综合超市分布区域分析
- 4.1.3 大型综合超市产品种类分析
- 4.1.4 大型综合超市物流网络分析

- 4.1.5 大型综合超市业态发展预测
- 4.1.6 大型综合超市代表企业分析
- (1) 家乐福
- (2) 沃尔玛
- 4.2 生鲜超市业态分析
- 4.2.1 生鲜超市市场发展分析
- 4.2.2 生鲜超市产品种类分析
- 4.2.3 生鲜超市开店速度分析
- 4.2.4 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
- 4.2.5 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
- 4.3 折扣店业态分析
- 4.3.1 社区折扣店市场发展分析
- 4.3.2 社区折扣店分布区域分析
- 4.3.3 社区折扣店产品种类分析
- 4.3.4 社区折扣店业态发展预测
- 4.3.5 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
- 4.4 便利店业态分析
- 4.4.1 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
- 4.4.2 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

- 4.4.3 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
- 4.4.4 便利超市产品种类分析
- 4.4.5 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
- 4.4.6 便利超市业态发展预测
- 4.4.7 便利超市代表企业分析
- (1)好德、可的便利店
- (2)7-11便利店

第五章 中国超市行业重点地区发展分析

- 5.1 黑龙江省超市行业发展分析
- 5.1.1 行业发展环境分析
- 5.1.2 行业运行状况分析
- 5.1.3 大型超市布局分析
- 5.1.4 行业发展潜力分析
- 5.2 北京市超市行业发展分析
- 5.2.1 行业发展环境分析
- 5.2.2 行业运行状况分析
- 5.2.3 大型超市布局分析
- 5.2.4 行业发展潜力分析
- 5.3 上海市超市行业发展分析
- 5.3.1 行业发展环境分析
- 5.3.2 行业运行状况分析
- 5.3.3 大型超市布局分析
- 5.3.4 行业发展潜力分析
- 5.4 浙江省超市行业发展分析
- 5.4.1 行业发展环境分析
- 5.4.2 行业运行状况分析

- 5.4.3 大型超市布局分析
- 5.4.4 行业发展潜力分析
- 5.5 湖北省超市行业发展分析
- 5.5.1 行业发展环境分析
- 5.5.2 行业运行状况分析
- 5.5.3 大型超市布局分析
- 5.5.4 行业发展潜力分析
- 5.6 广东省超市行业发展分析
- 5.6.1 行业发展环境分析
- 5.6.2 行业运行状况分析
- 5.6.3 大型超市布局分析
- 5.6.4 行业发展潜力分析

第六章 连锁超市行业主要企业经营分析

- 6.1 华润万家有限公司经营情况分析
- 6.1.1 公司发展简况分析
- 6.1.2企业经营情况分析
- 6.1.3企业经营业务分析
- 6.1.4企业经营优劣势分析
- 6.2 高鑫零售有限公司经营情况分析
- 6.2.1公司发展简况分析
- 6.2.2 企业经营情况分析
- 6.2.3 企业经营业务分析
- 6.2.4 企业经营优劣势分析
- 6.3 联华超市股份有限公司经营情况分析
- 6.3.1 公司发展简况分析
- 6.3.2企业经营情况分析
- 6.3.3企业经营业务分析
- 6.3.4企业经营优劣势分析
- 6.4 永辉超市股份有限公司经营情况分析
- 6.4.1公司发展简况分析
- 6.4.2企业经营情况分析

- 6.4.3企业经营业务分析
- 6.4.4企业经营优劣势分析
- 6.5 乐购(TESCO)中国经营情况分析
- 6.5.1公司发展简况分析
- 6.5.2企业经营情况分析
- 6.5.3企业经营业务分析
- 6.5.4企业经营优劣势分析
- 6.6 中百控股集团股份有限公司经营情况分析
- 6.6.1公司发展简况分析
- 6.6.2企业经营情况分析
- 6.6.3 企业门店分布情况
- 6.6.4企业经营业务分析

第七章中国超市行业发展趋势及前景预测

- 7.1 超市行业生命周期分析
- 7.1.1 超市行业生命周期分析
- 7.1.2 超市业态生命周期轮换
- 7.2 超市行业发展趋势分析
- 7.2.1 超市行业总体发展趋势分析
- 7.2.2 超市行业经营规模发展趋势
- 7.2.3 超市行业渠道发展趋势分析
- 7.2.4 超市行业业态发展趋势分析
- 7.3 超市行业发展前景预测
- 7.3.1 超市行业饱和面积预测分析
- 7.3.2 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 1:2017-2022年中国社会消费品零售总额(单位:亿元)

图表 2:2022年中国社会消费品零售总额分地域情况(单位:%)

图表 3:2022年中国社会消费品零售总额分消费类型情况(单位:%)

图表 4:2022年中国社会消费品零售总额线上线下情况(单位:%)

图表5:超市发展历程

图表 6: 各业态样本店铺平均销售额增幅对比

图表7:2017-2022市企业三费及增长率

图表8:连锁百强企业平均门店就业人数增幅

图表 9:2017-2022年超市行业百强规模(单位:亿元,%)

图表 10:2017-2022年超市行业百强门店数量情况(单位:家,%)

更多图表见正文.....

详细请访问:http://www.cction.com/report/202211/325599.html