

2016-2022年中国超市市场发展现状及战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国超市市场发展现状及战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/189791.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着我国经济的快速发展，居民收入的逐渐增加以及消费观的日趋多样化，我国城市消费市场正在由同质消费向差异化消费转化。目前，我国很多城市中已出现了若干不同的消费层次和消费群体。市场需求的差异化，要求企业认真选好目标市场，准确定位，尽快开展差异化营销，以赢得竞争的主动权。

2014年超市行业继续了2013年增速放缓的趋势，不过与2013年以精细化运营求生相比，今年行业调整的力度更大，开始毫不犹豫地关掉盈利能力差的店面，将目光从超市业态转移到寻求新的增长点，比如便利店、商业地产或者强强联合等。

精品超市差异化的产品和服务已经在二线城市得到消费者的青睐，对于超市来说，实现差异化经营，将消费细分，挖掘不同的消费潜力。与大卖场靠大规模卖出商品不同，精品超市更多讲求“多单品，少货量”。不过，目前这些高端精品超市还没有一家实现规模化的扩张式发展。因为即使是同一个品牌，在不同城市和地区，根据地点和消费群体的差别，精品超市中的进口商品比例会有些不同。

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 超市行业发展综述

第一节 超市行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性

第二节 超市行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国超市行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 超市行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 超市行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 超市行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、超市产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、超市技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第三章 国际超市行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球超市市场总体情况分析

一、全球超市行业发展概况

二、全球超市市场结构

三、全球超市行业发展特征

四、全球超市行业竞争格局

五、全球超市市场区域分布

六、国际重点超市企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

1、欧洲超市行业发展概况

- 2、欧洲超市市场结构及运营分析
- 3、2016-2022年欧洲超市行业发展前景预测

二、北美

- 1、北美超市行业发展概况
- 2、北美超市市场结构及运营分析
- 3、2016-2022年北美超市行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本超市行业发展概况
- 2、日本超市市场结构及运营分析
- 3、2016-2022年日本超市行业发展前景预测

四、韩国

- 1、韩国超市行业发展概况
- 2、韩国超市市场结构及运营分析
- 3、2016-2022年韩国超市行业发展前景预测

五、其他国家地区

第二部分 行业深度分析

第四章 我国超市行业运行现状分析

第一节 超市行业扩张模式分析

一、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

二、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

第二节 超市行业管理模式分析

一、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

二、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

三、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

四、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

第三节 超市行业盈利模式分析

一、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

二、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

三、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

第三部分 市场全景调研

第五章 我国超市细分市场分析及预测

第一节 大型综合超市业态分析

一、大型综合超市市场发展分析

二、大型综合超市分布区域分析

三、大型综合超市产品种类分析

四、大型综合超市物流网络分析

五、大型综合超市业态发展预测

六、大型综合超市代表企业分析

第二节 生鲜超市业态分析

一、生鲜超市市场发展分析

二、生鲜超市产品种类分析

三、生鲜超市开店速度分析

四、生鲜超市物流网络分析

五、生鲜超市代表企业分析

第三节 折扣店业态分析

一、社区折扣店市场发展分析

二、社区折扣店分布区域分析

三、社区折扣店产品种类分析

四、社区折扣店业态发展预测

五、社区折扣店代表企业分析

第四节 便利店业态分析

一、便利超市市场发展分析

二、便利超市分布区域分析

三、便利超市产品种类分析

四、便利超市开店速度分析

五、便利超市业态发展预测

六、便利超市代表企业分析

第四部分 竞争格局分析

第六章 超市行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 超市区域市场分析

一、东北地区超市市场分析

1、黑龙江省超市市场分析

2、吉林省超市市场分析

3、辽宁省超市市场分析

二、华北地区超市市场分析

1、北京市超市市场分析

2、天津市超市市场分析

3、河北省超市市场分析

三、华东地区超市市场分析

1、山东省超市市场分析

2、上海市超市市场分析

3、江苏省超市市场分析

4、浙江省超市市场分析

5、福建省超市市场分析

6、安徽省超市市场分析

四、华南地区超市市场分析

1、广东省超市市场分析

2、广西省超市市场分析

3、海南省超市市场分析

五、华中地区超市市场分析

1、湖北省超市市场分析

2、湖南省超市市场分析

3、河南省超市市场分析

六、西南地区超市市场分析

1、四川省超市市场分析

2、云南省超市市场分析

3、贵州省超市市场分析

七、西北地区超市市场分析

1、甘肃省超市市场分析

2、新疆自治区超市市场分析

3、陕西省超市市场分析

第七章 2016-2022年超市行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、超市行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、超市行业企业间竞争格局分析

三、超市行业集中度分析

四、超市行业SWOT分析

第二节 中国超市行业竞争格局综述

- 一、超市行业竞争概况
- 二、中国超市行业竞争力分析
- 三、超市行业主要企业竞争力分析
- 第三节 超市行业竞争格局分析
 - 一、国内外超市竞争分析
 - 二、我国超市市场竞争分析
 - 三、我国超市市场集中度分析
 - 四、国内主要超市企业动向
 - 五、国内超市企业拟在建项目分析
- 第四节 超市行业并购重组分析
 - 一、行业并购重组现状及其重要影响
 - 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
 - 三、本土企业投资兼并与重组分析
 - 四、企业升级途径及并购重组风险分析
 - 五、行业投资兼并与重组趋势分析
- 第八章 2016-2022年超市行业领先企业经营形势分析
 - 第一节 中国超市企业总体发展状况分析
 - 一、超市企业主要类型
 - 二、超市企业资本运作分析
 - 三、超市企业创新及品牌建设
 - 四、超市企业国际竞争力分析
 - 第二节 中国领先超市企业经营形势分析
 - 一、华润万家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、企业门店分布情况
 - 4、企业经营情况分析
 - 5、企业经营优劣势分析
 - 6、企业最新发展动向分析
 - 二、高鑫零售有限公司
 - 1、公司发展简况分析
 - 2、企业主营业态分析
 - 3、企业门店分布情况
 - 4、企业经营情况分析
 - 5、企业经营优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

三、联华超市股份有限公司

1、公司发展简况分析

2、企业主营业态分析

3、企业门店分布情况

4、企业经营情况分析

5、企业经营优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

四、永辉超市股份有限公司

1、公司发展简况分析

2、企业主营业态分析

3、企业门店分布情况

4、企业经营情况分析

5、企业经营优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

五、北京物美商业集团股份有限公司

1、公司发展简况分析

2、企业主营业态分析

3、企业门店分布情况

4、企业经营情况分析

5、企业经营优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

六、中百控股集团股份有限公司

1、公司发展简况分析

2、企业主营业态分析

3、企业门店分布情况

4、企业经营情况分析

5、企业经营优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

七、人人乐连锁商业集团股份有限公司

1、公司发展简况分析

2、企业主营业态分析

3、企业门店分布情况

4、企业经营情况分析

5、企业经营优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

八、北京华联综合超市股份有限公司

- 1、公司发展简况分析
- 2、企业主营业态分析
- 3、企业门店分布情况
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业经营优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

九、北京京客隆商业集团股份有限公司

- 1、公司发展简况分析
- 2、企业主营业态分析
- 3、企业门店分布情况
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业经营优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

十、步步高商业连锁股份有限公司

- 1、公司发展简况分析
- 2、企业主营业态分析
- 3、企业门店分布情况
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业经营优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第九章 2016-2022年超市行业前景及投资价值

第一节 超市行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十二五”期间超市行业运行情况
- 二、“十二五”期间超市行业发展成果
- 三、超市行业“十三五”发展方向预测

第二节 2016-2022年超市市场发展前景

- 一、2016-2022年超市市场发展潜力
- 二、2016-2022年超市市场发展前景展望
- 三、2016-2022年超市细分行业发展前景分析

第三节 2016-2022年超市市场发展趋势预测

- 一、2016-2022年超市行业发展趋势
- 二、2016-2022年超市市场规模预测

三、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第四节 2016-2022年中国超市行业供需预测

一、2016-2022年中国超市行业供给预测

二、2016-2022年中国超市行业需求预测

三、2016-2022年中国超市行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 超市行业投资特性分析

一、超市行业进入壁垒分析

二、超市行业盈利因素分析

三、超市行业盈利模式分析

第七节 2016-2022年超市行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第八节 2016-2022年超市行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十章 2016-2022年超市行业投资机会与风险防范

第一节 超市行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、超市行业投资现状分析

第二节 2016-2022年超市行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、超市行业投资机遇

第三节 2016-2022年超市行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国超市行业投资建议

一、超市行业未来发展方向

二、超市行业主要投资建议

三、中国超市企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十一章 超市行业发展战略研究

第一节 超市行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国超市品牌的战略思考

一、超市品牌的重要性

二、超市实施品牌战略的意义

三、超市企业品牌的现状分析

四、我国超市企业的品牌战略

五、超市品牌战略管理的策略

第三节 超市经营策略分析

一、超市市场细分策略

二、超市市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、超市新产品差异化战略

第四节 超市行业投资战略研究

一、2016-2022年超市行业投资战略

二、2016-2022年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及发展建议

第一节 超市行业研究结论及建议

第二节 超市关联行业研究结论及建议

第三节 超市行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录:

图表：超市行业生命周期

图表：超市行业产业链结构

图表：2014-2015年全球超市行业市场规模

图表：2014-2015年中国超市行业市场规模

图表：2014-2015年超市行业重要数据指标比较

图表：2014-2015年中国超市市场占全球份额比较

图表：2014-2015年我国国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2015年我国社会消费品零售总额同比增速

图表：2014-2015年国居民消费价格指数走势分析图

图表：2014-2015年中国城镇居民人均可支配收入走势分析图

图表：2014-2015年人均可支配收入与超市总面积关系

图表：2014-2015年人均可支配收入与每百万人均超市面积关系

图表：2014-2015年城镇居民人均可支配收入与恩格尔系数走势示意图

图表：2014-2015年城镇居民人均可支配收入增速与超市销售增速示意图

图表：2014-2015年商业零售行业营业收入及增长走势分析图

图表：2014-2015年商业零售行业净利润及增长走势分析图

图表：2014-2015年超市行业商品销售收入及增长走势分析图

图表：2014-2015年超市行业商品销售净利润及增长走势分析图

图表：2014-2015年连锁百强不同性质企业竞争情况分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/189791.html>