

2021-2027年中国连锁超市 行业研究与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国连锁超市行业研究与市场需求预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0902/202105/07-404547.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、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，1978年引入中国。自我国2001年加入WTO之后，我国超市行业便进入平稳发展阶段。20世纪30年代，美国首先采用这种销售形式。第二次世界大战后，世界许多国家相继开办了这种商店。目前全球超市产业主要可以分成大型综合超市、超市市场、便利店、折扣店与仓储超市、综超几大类，前三类在我国各大城市普遍存在。超市的分类情况 行业经历四次变革，需求推动行业迈入转型。从计划经济时代的国营菜市和供销社、改革开放后的农贸市场和专营品类杂货店模式到90年代外资推动下的大卖场、超市业态发展，在各阶段超市行业作为必须生活品的最终销售渠道已经历三次变革。行业始终围绕消费者生活诉求进行渠道和业态的调整。当前处于向第四时期迈进的变革时期，行业纷纷构建无人店、O2O等新业态、新模式，以满足消费升级中的生活服务需求。行业正处于向第四阶段转型期

| 年 | 1978年以前 | 1978-1995年 | 1995-2017年 |
|----|-------------|--|--|
| | 2017-2030年 | 发展特点 | 计划经济 |
| | | 改革开放后，我国零售渠道向民营资本开放 | |
| | | 在生产效率和收入的提升下，丰富的产品供给推动消费者需求多样化，商品流通向自选方式转变。 | |
| | | 行业对外开放，管理模式先进、品种丰富的外资卖场和超市成为生活必需品的主流渠道，各品牌快速扩张门店，抢占优势商业区位。同时，内资主导的电商发展壮大，主导线上商品流通。 | |
| | | 消费者需求转变为质量型、享受型，购物的品质和体验成为重点。原卖场模式落后，行业以提升供应链为基础，打造产品服务矩阵和业态矩阵，构建生活服务中心航母。 | |
| | | 驱动因素 | 政策限制 |
| | | ，物资贫乏，供给决定流通 | 改革开放、生产效率提升产品供给丰富 |
| | 外资模式涌入，渠道扩张 | 业态重塑、渠道矩阵、供应链升级 | |
| | 行业模式 | 国营菜市、供销社 | 农贸市场、自选 |
| 商场 | 超市、大卖场 | 生活服务中心 | 连锁超市是 |
| | | | 指用连锁形式经营多家超市，实行统一进货、统一配送、统一管理，把超市和连锁经营的双重优势有机地结合起来，具有较强的竞争力，是超市普遍采取的形式。 连锁超市：是指经营同一类别的商品和售后服务的若干超市以一定的形式合并成统一的整体，通过企业外表形象的标准化、经营管理活动的专业化、组织人事规范化以及内部管理手段的现代化，做到使复杂的商业活动实现相对的简单化，从而达到规模效应。 连锁超市在价格体系上实行低价格、低利润、高周转经营；在销售方式上采取开架售货，顾客自选的方式，适应大量消费、大量销售、大量流通的新型零售流通手段。这正是促进零售商业和流通机构、现代化、体系 |

化的“流通革命”。 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国连锁超市行业研究与市场需求预测报告》共十三章。首先介绍了中国连锁超市行业市场发展环境、连锁超市整体运行态势等，接着分析了中国连锁超市行业市场运行的现状，然后介绍了连锁超市市场竞争格局。随后，报告对连锁超市做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国连锁超市行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁超市产业有个系统的了解或者想投资中国连锁超市行业，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 中国连锁超市行业综述第一节 中国连锁经营发展概况一、连锁经营定义二、连锁经营特点三、连锁经营分类四、连锁经营发展历程五、连锁经营条件分析第二节 超市的相关概念介绍一、超市的定义二、超市的特点三、超市发展历史四、连锁超市的定义五、连锁超市行业的特征 第二章 中国连锁超市发展环境分析第一节 中国连锁超市发展宏观环境一、2015-2019年中国GDP增长情况分析二、2015-2019年中国居民消费价格走势三、2015-2019年城乡居民收入与消费分析四、2015-2019年中国社会消费品零售总额五、2015-2019年全社会固定资产投资分析六、2015-2019年进出口总额及增长率分析七、宏观经济对商业零售影响第二节 政策环境一、超市行业主管部门及管理体制二、中国连锁超市行业相关政策三、连锁超市行业相关法律法规四、商务部研究出台新促进消费政策第三节 社会环境一、城市化进程加快进步拓宽农村市场二、消费习惯的改变进步加速“农改超”三、新农村建设孕育巨大消费潜力四、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长五、基础设施完善及信息物流技术提高助力超市运营第四节 消费环境一、2015-2019年城镇居民家庭消费性支出分析二、2015-2019年城镇居民家庭购买商品数量分析三、2015-2019年中国零售行业发展情况四、2015-2019年中国连锁经营产业发展情况 第三章 中国连锁超市所属行业发展总体分析第一节 国外连锁超市发展情况一、日本大型综合超市发展分析二、南非连锁超市发展分析三、法国超市网购业务分析四、越南连锁超市发展分析第二节 中国连锁超市行业发展综述一、中国连锁超市行业发展历程二、中国连锁超市行业发展特点三、中国连锁超市企业的经营模式四、中国连锁超市经营中存在的问题五、制约中国连锁超市产业发展的因素 第四章 中国连锁超市所属行业发展现状分析第一节 中国连锁超市所属行业发展现状分析2018年，我国超市行业的毛利率普遍在20%以上。其中，永辉超市、友谊股份、大商股份营业收入最高，分别为585.96亿元、471.8亿元、267.4亿元；净利润最高的是永辉超市、鄂武商A、友谊股份，分别为16.85亿元、12.41亿元、8.58亿元。人人乐和新华都净利润出现亏损。2018年部分超市的门店经营情况 一、中国连锁超市行业处于快速成长期二、中国连锁超市自有品牌发展现状分析三、中国连锁超市供应

链管理现状分析四、中国连锁超市行业市场区隔分析五、中国连锁超市行业渠道渗透分析六、中国连锁超市企业扩张模式分析七、中国连锁超市行业盈利情况分析第二节 中国连锁超市所属行业发展规模分析一、中国连锁零售业所属行业经营规模分析二、中国连锁超市规模化发展三、中国超市行业发展规模分析四、中国连锁超市行业并购频繁 第五章 中国连锁超市行业商业模式分析第一节 中国连锁超市行业价值链分析一、直接采购占比越来越大二、物流是限制超市发展的瓶颈之三、生鲜产品销售是超市经营的重点第二节 连锁超市通道费赢利模式分析一、超市通道费用赢利模式存在的市场基础二、通道费用赢利模式的弊端三、加强供应链管理转换超市赢利模式第三节 网上超市发展瓶颈分析一、网上超市缺货多配送难二、网上超市难敌实体超市三、网上超市发展四瓶颈 第六章 连锁超市物流分析第一节 我国连锁零售业物流配送的现状与对策分析一、连锁超市物流的内涵二、我国连锁超市物流管理现状三、沃尔玛物流配送中心的成功经验四、构筑连锁超市的物流核心竞争力第二节 连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析一、连锁超市物流配送存在的问题二、影响连锁超市物流配送因素第三节 连锁超市物流配送策略分析一、连锁超市物流配送新方法二、连锁超市物流系统竞争力分析三、大型连锁超市中物流配送策略四、连锁超市的逆向物流管理 第七章 2015-2019年中国连锁超市行业竞争格局分析第一节 2015-2019年中国连锁超市竞争现状一、连锁超市行业集中度提高增长放缓二、外资超市扩张加剧竞争三、连锁百强中外超市竞争情况四、内资及外资企业角逐社区超市第二节 2015-2019年二线城市连锁超市竞争日趋激烈一、二线市场与线市场相比较二、西南地区二线城市潜力巨大三、二线城市成连锁超市争夺要地第三节 2015-2019年内资与外资超市竞争状况分析一、连锁超市经营业态对比二、连锁超市分布区域对比三、连锁超市开店速度对比四、连锁超市物流网络对比五、连锁超市自有品牌对比第四节 2015-2019年连锁便利店的竞争威胁一、便利店及专业店的威胁综述二、国内主要便利店及其发展三、连锁便利店的特点和优势第五节 2015-2019年网络购物与电视购物的竞争威胁一、中国无店铺零售业态发展情况二、网络购物渠道销售市场威胁三、电视购物渠道销售市场威胁第六节 2015-2019年中国内资超市应对外来竞争策略分析一、内资连锁超市竞争优劣势分析二、内资超市实施价格领先策略三、内资超市差异化经营提高竞争力 第八章 2015-2019年中国连锁超市主要区域市场分析第一节 2015-2019年北京市连锁超市所属行业运行状况一、北京连锁超市行业经济环境分析二、北京连锁超市行业发展状况三、北京连锁超市行业发展特点四、北京连锁超市竞争格局分析第二节 2015-2019年上海市连锁超市所属行业运行状况一、上海连锁超市行业经济环境分析二、上海连锁超市发展的个阶段三、上海连锁超市兴起和发展的原因四、上海连锁超市竞争格局分析五、上海连锁超市发展趋势及对策第三节 2015-2019年深圳市连锁超市所属行业运行状况一、深圳连锁超市行业经济环境分析二、深圳连锁零售业发展迅猛三、深圳连锁零售业的发展优势四、深圳连锁超市竞争格局分析五、深圳超市业在

转型中繁荣发展第四节 2015-2019年重庆市连锁超市所属行业运行状况一、重庆连锁超市行业经济环境分析二、重庆连锁超市行业发展特点三、重庆连锁超市竞争格局分析第五节 2015-2019年成都市连锁超市所属行业运行状况一、成都连锁超市行业经济环境分析二、成都大型综合超市竞争格局分析三、成都地区社区超市竞争格局分析四、成都市连锁超市行业发展动态第六节 2015-2019年武汉市连锁超市所属行业运行状况一、武汉连锁超市行业经济环境分析二、武汉市连锁超市发展规模分析三、武汉连锁超市竞争格局分析第七节 2015-2019年天津市连锁超市所属行业运行状况一、天津连锁超市行业经济环境分析二、天津市连锁超市行业存在的问题三、天津连锁超市竞争格局分析第八节 2015-2019年其他城市连锁超市竞争情况一、西安市连锁超市竞争情况二、长沙市连锁超市竞争情况三、南宁市连锁超市竞争情况 第九章 连锁超市优势企业分析第一节 沃尔玛（中国）投资有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第二节 家乐福集团一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第三节 麦德龙股份公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第四节 卜蜂莲花有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第五节 华润万家有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第六节 北京华联综合超市股份有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第七节 苏果超市有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第八节 步步高商业连锁股份有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第九节 永辉超市股份有限公司一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略第十节 英国TESCO集团一、公司简介二、公司经营之道三、企业经营情况分析四、企业财务数据分析五、公司发展展望及策略 第十章 2021-2027年连锁超市经营策略分析第一节 国内外大型超市经营模式对比及启示一、国内外大型超市发展现状二、国内外大型超市经营模式对比三、本土大型超市发展的经营启示第二节 2021-2027年连锁超市市场营销策略分析一、连锁超市赢利模式分析二、连锁超市价格策略分析三、连锁超市商品策略分析四、连锁超市促销策略分析五、连锁超市管理的策略分析六、建设乡镇连锁超市策略分析第三节 2021-2027年中国连锁超市品牌的战略思考一、连锁超市实施品牌战略的意义二、连锁超市企业品牌的现状分析三、连锁超市品牌战略管理的策略第四节 2021-2027年中国连锁超市成本领先战略一、连锁超市与成本领先战略的关系二、连锁超市实施成本领先战略三、连锁超市实施成本领先战略的好处第五节 中国连锁超市企业供应链管理对策一、连锁超市企业

供应链管理存在问题二、连锁超市企业供应链管理对策第六节 客户关系管理在零售超市服务中应用研究一、客户关系管理的内涵二、超市实施客户关系管理的必要性三、超市成功实施客户关系管理的策略 第十一章 连锁超市企业提升竞争力策略研究第一节 提升中国零售企业核心竞争力的策略选择一、中国零售企业所面临的环境二、国际竞争中我国零售企业的优劣势三、零售业核心竞争力的分析四、提升中国零售业核心竞争力的发展策略第二节 2021-2027年中国连锁超市企业竞争力提升策略一、影响连锁超市企业核心竞争力的因素二、连锁超市企业提升竞争力的主要方向三、提高中国连锁超市核心竞争力的对策 第十二章 2021-2027年连锁超市发展趋势分析第一节 全球化条件下我国超市发展趋势一、经营理念的发展趋势二、超市定位的发展趋势三、经营方式的发展趋势四、超市价格的竞争趋势第二节 后WTO时代超市发展趋势分析一、市场定位差别化二、经营规模化三、自有品牌化四、生鲜食品主导化五、物流配送快速化第三节 2021-2027年中国连锁超市行业发展趋势一、连锁超市规模化二、连锁超市精细化三、连锁超市自有品牌化四、连锁超市产业链竞争激烈化五、连锁超市自主经营化六、连锁超市渠道下沉七、连锁超市以消费者为主导 第十三章 2021-2027年中国连锁超市投资策略分析第一节 2021-2027年连锁超市发展前景及投资机遇分析一、“十三五”期间中国经济总体发展状况分析（ ）二、“十三五”规划扩大内需促进消费三、“城镇化”蕴藏强大消费潜力四、快速消费品市场仍有很大发展空间五、中小城市居民消费能力被低估六、中国连锁超市行业前景预测第二节 2021-2027年中国连锁超市投资风险分析一、经济风险二、政策风险三、经营风险四、行业竞争风险五、商品质量安全风险六、其他风险第三节 2021-2027年连锁超市经营选址策略分析一、连锁超市选址的重要性二、连锁超市网点分布商圈分析三、连锁超市选址评价参数四、超市网点布局决策思路第四节 2021-2027年中国连锁超市投资策略分析一、生鲜超市有条件取代农贸市场二、进军二线城市自下而上突围（ ）三、把握机遇大力发展农村社区超市 图表目录：图表：2015-2019年中国国内生产总值及增长速度图表：2015-2019年中国居民消费价格指数变化趋势图图表：2015-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图图表：2015-2019年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度图表：2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图图表：2015-2019年限额以上零售业总额占社会消费品零售总额比例趋势图图表：2015-2019年主要外资超市新开门店情况统计更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0902/202105/07-404547.html>