|  |
| --- |
| [2024年中国超市连锁市场现状调研与发展趋势预测分析报告](https://www.20087.com/M_JiaoTongYunShu/89/ChaoShiLianSuoFaZhanQuShiYuCeFenXi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024年中国超市连锁市场现状调研与发展趋势预测分析报告](https://www.20087.com/M_JiaoTongYunShu/89/ChaoShiLianSuoFaZhanQuShiYuCeFenXi.html) |
| 报告编号： | 1859889　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_JiaoTongYunShu/89/ChaoShiLianSuoFaZhanQuShiYuCeFenXi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　超市连锁行业在全球范围内经历了从实体扩张到线上线下融合的转变。随着电子商务的兴起，传统超市开始探索O2O模式，通过APP、网站等渠道提供线上购物、线下提货或配送服务，满足消费者即时购物需求。同时，大数据分析的应用帮助超市优化库存管理，提升供应链效率，实现精准营销。
　　未来，超市连锁行业将更加注重个性化服务与可持续发展。一方面，通过人工智能技术的融入，超市将提供更加个性化的购物体验，如智能推荐、自助结账等，减少排队时间，提升顾客满意度。另一方面，绿色超市的概念将得到推广，超市将更多地采用环保包装，减少食物浪费，支持本地农产品，响应消费者对健康、环保生活方式的追求。同时，超市还将加强与社区的联系，举办健康讲座、厨艺课程等活动，成为社区文化的中心。
　　《[2024年中国超市连锁市场现状调研与发展趋势预测分析报告](https://www.20087.com/M_JiaoTongYunShu/89/ChaoShiLianSuoFaZhanQuShiYuCeFenXi.html)》基于权威机构及超市连锁相关协会等渠道的资料数据，全方位分析了超市连锁行业的现状、市场需求及市场规模。超市连锁报告详细探讨了产业链结构、价格趋势，并对超市连锁各细分市场进行了研究。同时，预测了超市连锁市场前景与发展趋势，剖析了品牌竞争状态、市场集中度，以及超市连锁重点企业的表现。此外，超市连锁报告还揭示了行业发展的潜在风险与机遇，为超市连锁行业企业及相关投资者提供了科学、规范、客观的战略建议，是制定正确竞争和投资决策的重要依据。

第一章 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

第二章 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
　　　　（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

第三章 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

第四章 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

第五章 中^智^林^：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

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：中国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
　　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 26：2024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
　　图表 30：超市采购模式
　　图表 31：部分超市采购模式
　　图表 32：超市的物流配送模式
　　图表 33：部分超市物流配送模式
　　图表 34：以客户为中心的管理模式
　　图表 35：超市商品品类管理
　　图表 36：以客户为中心的超市经营能力体系
　　图表 37：内外资超市自有品牌比较
　　图表 38：内资超市经营业态分析
　　图表 39：内资超市分布区域分析
　　图表 40：2024-2030年内资超市开店速度分析（单位：家）
　　图表 41：外资超市经营业态分析
　　图表 42：外资超市分布区域分析
　　图表 43：2024-2030年外资超市开店速度分析（单位：家）
　　图表 44：样本企业销售情况（单位：%）
　　图表 45：样本企业平均规模（单位：万元，万平米，个，人）
　　图表 46：样本企业人效和坪效（单位：万元/人·年，万元/平米·年）
　　图表 47：样本企业各项费用构成（单位：%）
　　图表 48：样本“大型超市”平均规模（单位：万元，平米，人，个）
　　图表 49：样本“标准超市”平均规模（单位：万元，平米，人，个）
　　图表 50：样本“大型超市”门店销售额增长情况（单位：%）
　　图表 51：样本“标准超市”门店销售额增长情况（单位：%）
　　图表 52：样本“大型超市”门店经营效率（单位：万元/人·年，万元/平米·年，万元）
　　图表 53：样本“标准超市”门店经营效率（单位：万元/人·年，万元/平米·年，万元）
　　图表 54：样本“大型超市”门店平均日交易次数和客单价（单位：次，元）
　　图表 55：样本“标准超市”门店平均日交易次数和客单价（单位：次，元）
　　图表 56：样本“大型超市”门店费用结构分布（单位：%）
　　图表 57：样本“标准超市”门店费用结构分布（单位：%）
　　图表 58：超市行业价值链
　　图表 59：通道收入盈利模式示意
　　图表 60：通道收入盈利模式上下游关系
　　图表 61：通道收入盈利模式零供关系
　　图表 62：价值链盈利模式示意
　　图表 63：沃尔玛价值链盈利模式下的采购、配送与销售
　　图表 64：中资超市经营模式
　　图表 65：一、二、三线城市超市行业历史增速（单位：%）
　　图表 66：超市子业态销售、利润占比（单位：%）
　　图表 67：2024-2030年永辉超市经营产品毛利润及占比（单位：万元，%）
　　图表 68：2024-2030年生鲜超市与其他超市企业毛利率对比（单位：%）
　　图表 69：2024-2030年永辉超市经营产品收入及占比（单位：万元，%）
　　图表 70：2024-2030年永辉超市门店数及经营面积发展分析（单位：平方米，家）
　　图表 71：2024年以来国家出台的区域振兴规划
　　图表 72：国务院发布的2024年促进国内消费的有关政策
　　图表 73：2024-2030年美国国债收益率、通胀预期（单位：%）
　　图表 74：2024-2030年欧元区CPI走势（单位：%）
　　图表 75：2024-2030年欧元区经济信心指数
　　图表 76：2024-2030年我国工业增加值运行情况（单位：%）
　　图表 77：2024-2030年出口订单运行情况（单位：%）
　　图表 78：2024-2030年工业增加值同比增速实际值、预测值及预测偏差（单位：%）
　　图表 79：2024-2030年固定资产投资同比增速实际值、预测值及预测偏差（单位：%）
　　图表 80：2024-2030年社零总额增速、预测值及偏差（单位：%）
　　图表 81：城镇居民人均可支配收入与恩格尔系数走势示意图
　　图表 82：城镇居民人均可支配收入增速与超市销售增速示意图（单位：%）
　　图表 83：2024-2030年CPI食品指数与物美同店增速变动趋势（单位：%）
　　图表 84：一线城市人均可支配收入与超市总面积关系
　　图表 85：一线城市人均可支配收入与每百万人均超市面积关系
　　图表 86：二线城市人均可支配收入与超市总面积关系
　　图表 87：二线城市人均可支配收入与每百万人均超市面积关系
　　图表 88：城市居民食品类产品购买比例（单位：%）
　　图表 89：不同性别居民的食品购买比例（单位：人）
　　图表 90：不同年龄居民的食品购买比例（单位：人）
　　图表 91：不同学历居民的食品购买比例（单位：人）
　　图表 92：不同个人月收入居民的食品购买比例
　　图表 93：城市居民各种饮料购买比例（单位：%）
　　图表 94：不同性别居民的饮料购买比例（单位：人）
　　图表 95：不同年龄居民的饮料购买比例（单位：人）
　　图表 96：不同学历居民的饮料购买比例（单位：人）
　　图表 97：不同个人月收入居民的饮料购买比例
　　图表 98：城市居民酒类产品购买比例（单位：%）
　　图表 99：不同性别居民的酒类产品购买比例（单位：人）
　　图表 100：不同年龄居民的酒类产品购买比例（单位：人）
　　图表 101：不同学历居民的酒类产品购买比例（单位：人）
　　图表 102：不同个人月收入居民的酒类产品购买比例（单位：人）
　　图表 103：超市行业理论市场空间（单位：万平米，百万元）
　　图表 104：一线城市超市行业理论市场空间（单位：万平米）
　　图表 105：二、三、四线城市超市行业理论市场空间（单位：万平米）
　　图表 106：不同面积超市基本情况（单位：个，万元，平米，人）
　　图表 107：不同面积超市销售额增幅（单位：%）
　　图表 108：不同面积超市费用率（单位：%）
　　图表 109：不同面积超市来客数和客单价（单位：元，人）
　　图表 110：不同面积超市人效和坪效（单位：万元/人·年，万元/平米·年）
　　图表 111：不同面积超市毛利率（单位：%）
　　图表 112：不同城市样本门店经营情况（单位：万元/人·年，万元/平米·年，次，元）
　　图表 113：2024-2030年上海大型综合超市选址情况
　　图表 114：联华超市股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
　　图表 115：2024年联华超市股份有限公司不同类型店面数量（单位：家）
　　图表 116：2024-2030年联华超市股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 117：2024-2030年联华超市股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 118：2024-2030年联华超市股份有限公司运营能力分析（单位：次）
　　图表 119：2024-2030年联华超市股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
　　图表 120：2024-2030年联华超市股份有限公司发展能力分析（单位：%）
　　图表 121：联华超市股份有限公司优劣势分析
　　图表 122：华润万家有限公司在建工程项目表
　　图表 123：2024年华润万家有限公司门店分布图
　　图表 124：华润万家有限公司优劣势分析
　　图表 125：人人乐连锁商业集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
　　图表 126：2024-2030年人人乐连锁商业集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 127：2024年人人乐连锁商业集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
　　图表 128：2024-2030年人人乐连锁商业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 129：2024年人人乐连锁商业集团股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
　　图表 130：2024-2030年人人乐连锁商业集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
　　图表 131：2024-2030年人人乐连锁商业集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
　　图表 132：2024-2030年人人乐连锁商业集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
　　图表 133：人人乐连锁商业集团股份有限公司优劣势分析
　　图表 134：步步高商业连锁股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
　　图表 135：2024-2030年步步高商业连锁股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 136：2024年步步高商业连锁股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
　　图表 137：2024年步步高商业连锁股份有限公司的主营业务地区分布（单位：%）
　　图表 138：2024-2030年步步高商业连锁股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 139：2024年步步高商业连锁股份有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）
　　图表 140：2024-2030年步步高商业连锁股份有限公司运营能力分析（单位：次）
　　图表 141：2024-2030年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
　　图表 142：2024-2030年步步高商业连锁股份有限公司发展能力分析（单位：%）
　　图表 143：步步高商业连锁股份有限公司优劣势分析
　　图表 144：新一佳超市有限公司优劣势分析
　　图表 145：2024年物美控股集团有限公司不同类型店面数（单位：家）
　　图表 146：2024-2030年物美控股集团有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
　　图表 147：2024-2030年物美控股集团有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 148：2024-2030年物美控股集团有限公司运营能力分析（单位：次）
　　图表 149：2024-2030年物美控股集团有限公司偿债能力分析（单位：%）
　　图表 150：2024-2030年物美控股集团有限公司发展能力分析（单位：%）
略……

了解《[2024年中国超市连锁市场现状调研与发展趋势预测分析报告](https://www.20087.com/M_JiaoTongYunShu/89/ChaoShiLianSuoFaZhanQuShiYuCeFenXi.html)》，报告编号：1859889，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_JiaoTongYunShu/89/ChaoShiLianSuoFaZhanQuShiYuCeFenXi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！