

2015-2020年中国超市行业商业模式与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：超市行业发展背景综述

1.1 超市行业概述

- 1.1.1 超市行业界定
 - (1) 超市业态界定
 - (2) 超市业态分类
 - (3) 超市发展阶段
- 1.1.2 超市行业价值链分析
 - (1) 超市行业的价值链
 - (2) 与其他业态的区别
 - 1) 与百货业态对比分析
 - 2) 与家电连锁业态对比分析

1.2 超市行业发展环境分析

- 1.2.1 行业政策发展环境分析
 - (1) 行业主管部门
 - (2) 行业相关政策
 - (3) 行业相关规划
 - 1) 国内贸易发展规划
 - 2) 行业其他相关规划
- 1.2.2 行业经济发展环境分析
 - (1) 社会消费品零售总额
 - (2) 国内生产总值（GDP）
 - 1) GDP增长分析
 - 2) GDP对超市行业的影响
 - (3) 居民消费价格（CPI）
 - 1) CPI走势分析
 - 2) CPI对超市行业的影响
 - (4) 城乡居民可支配收入
 - 1) 城乡居民可支配收入分析
 - 2) 可支配收入对超市行业影响
- 1.2.3 行业社会发展环境分析
 - (1) 居民消费发展情况
 - (2) 城镇化进程分析
 - 1) 城镇化率
 - 2) 城镇化对超市行业的影响
 - (3) 居民产品品类消费方向
 - (4) 居民消费信心分析

第2章：超市行业发展状况分析

2.1 零售行业发展概况分析

- 2.1.1 零售业态变迁历程
- 2.1.2 零售行业发展特点
- 2.1.3 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

2.2 超市行业发展概况分析

- 2.2.1 超市行业发展历程
- 2.2.2 超市行业发展现状
- 2.2.3 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) 超市行业市场规模分析

- 2) 超市行业盈利水平分析
- 3) 超市行业成本费用分析

2.3 超市店铺经营情况分析

- 2.3.1 店铺经营效益分析
- 2.3.2 店铺经营成本分析

第3章：超市行业市场竞争分析

3.1 国际超市行业市场竞争分析

- 3.1.1 国际超市行业发展特征分析
- 3.1.2 国际超市行业整体竞争情况
- 3.1.3 全球超市行业发展趋势分析
- 3.1.4 典型国家超市行业经营情况

- (1) 日本超市行业经营情况
- (2) 经济现状分析
- (3) 消费者信心现状
- (4) 主要零售商排名
- (5) 欧洲超市行业经营状况
- (6) 经济现状分析
- (7) 消费者信心现状
- (8) 主要零售商排名
- (9) 美国超市行业经营情况
- (10) 经济现状分析
- (11) 消费者信心现状
- (12) 主要零售商排名

3.1.5 重点企业在华市场竞争情况

- (1) 沃尔玛
 - 1) 基本情况简介
 - 2) 经营情况分析
 - 3) 在华业务拓展
 - 4) 最新发展动向
- (2) 家乐福
 - 1) 基本情况简介
 - 2) 经营情况分析
 - 3) 在华业务拓展
 - 4) 最新发展动向
- (3) 麦德龙
 - 1) 基本情况简介
 - 2) 经营情况分析
 - 3) 在华业务拓展
 - 4) 最新发展动向

3.2 我国超市行业市场竞争分析

- 3.2.1 超市行业竞争格局分析
- 3.2.2 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

3.3 我国超市行业兼并重组分析

- 3.3.1 行业兼并重组环境分析
- 3.3.2 行业兼并重组驱动力分析
- 3.3.3 行业兼并重组特征分析
- 3.3.4 行业兼并重组案例分析
- 3.3.5 行业兼并重组趋势分析

第4章：超市行业商业模式发展分析

4.1 超市行业扩张模式分析

- 4.1.1 超市连锁区域扩张模式
 - (1) 渗透式模式分析
 - 1) 渗透式模式简介

- 2) 渗透式模式的优势
- 3) 渗透式模式的风险
- (2) 跳跃式模式分析
 - 1) 跳跃式模式简介
 - 2) 跳跃式模式的优势
 - 3) 跳跃式模式的风险
- (3) 沃尔玛中国区域扩张模式
 - 1) 渗透式扩张阶段
 - 2) 跳跃式扩张阶段
 - 3) 快速渗透扩张阶段
- 4.1.2 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
 - 1) 沃尔玛美洲渠道扩张模式
 - 2) 沃尔玛亚洲渠道扩张模式
 - 3) 沃尔玛欧洲渠道扩张模式
- 4.2 超市行业管理模式分析**
 - 4.2.1 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
 - 1) 供应商的审核
 - 2) 供应商绩效管理
 - 3) 供应商关系类型分析
 - 4) 数据库建立与维护
 - 5) 供应商整合分析
 - 6) 信息平台构建分析
 - 4.2.2 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
 - 1) 沃尔玛物流配送模式分析
 - 2) 家乐福物流配送模式分析
 - 4.2.3 企业内部管理模式分析
 - (1) 经营业态管理
 - 1) 超市业态及特征
 - 2) 沃尔玛业态构成
 - (2) 组织架构管理
 - 1) 组织架构构建及职责分工
 - 2) 沃尔玛的组织架构分析
 - (3) 人力资源管理
 - 1) 超市人力资源管理特点
 - 2) 沃尔玛的人力资源管理
 - (4) 超市内控管理
 - 1) 超市内控的发展阶段
 - 2) 超市内控的特殊问题
 - 4.2.4 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
- 4.3 超市行业盈利模式分析**

- 4.3.1 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
- 4.3.2 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
- 4.3.3 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
- 4.4 互联网下超市行业商业模式变革
 - 4.4.1 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
 - 4.4.2 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) 互联网思维颠覆、重塑传统行业
 - 4.4.3 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
 - 1) 改变了消费者的消费习惯
 - 2) 打破了信息的不对称性格局
 - 3) 大数据推动资源利用最大化
 - (2) 互联网对超市行业带来的冲击
 - 1) 对线下分流，线下客流下滑
 - 2) 对实体店带来价格冲击
 - (3) 互联网对传统超市行业的颠覆与重构
 - 1) 原有定价体系崩塌，新体系需重建
 - 2) 零售行业供应链及价值链面临重构
 - 3) 互联网环境下我国零售企业价值链模型的建立
 - 4) 原有格局被打破，传统品牌需创新迎变
 - 5) 由传统产品驱动向用户驱动转变
 - 4.4.4 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
 - 1) 送货上门模式
 - 2) 整合配送服务模式
 - 3) 包裹代收模式
 - 4) 虚拟店铺模式
 - 5) 集中购物模式
 - 6) 生鲜业务模式
 - 7) 垂直人群模式
 - 8) 大单采购模式
 - 9) 大卖场单店网购模式
 - 10) 商品粉丝模式

第5章：连锁超市行业细分业态分析

- 5.1 大型综合超市业态分析
 - 5.1.1 大型综合超市市场发展分析
 - 5.1.2 大型综合超市分布区域分析
 - 5.1.3 大型综合超市产品种类分析
 - 5.1.4 大型综合超市物流网络分析
 - 5.1.5 大型综合超市业态发展预测
 - 5.1.6 大型综合超市重点企业分析
 - (1) 家乐福

(2) 沃尔玛

5.2 生鲜超市业态分析

- 5.2.1 生鲜超市市场发展分析
- 5.2.2 生鲜超市产品种类分析
- 5.2.3 生鲜超市开店速度分析
- 5.2.4 生鲜超市物流网络分析
- 5.2.5 生鲜超市重点企业分析

5.3 折扣店业态分析

- 5.3.1 社区折扣店市场发展分析
- 5.3.2 社区折扣店分布区域分析
- 5.3.3 社区折扣店产品种类分析
- 5.3.4 社区折扣店业态发展预测
- 5.3.5 社区折扣店重点企业分析
 - (1) 迪亚天天社区折扣店
 - (2) 惠选社区折扣店

5.4 便利店业态分析

- 5.4.1 便利超市市场发展分析
- 5.4.2 便利超市分布区域分析
- 5.4.3 便利超市产品种类分析
- 5.4.4 便利超市开店速度分析
- 5.4.5 便利超市业态发展预测
- 5.4.6 便利超市重点企业分析
 - (1) 好德、可的便利店
 - (2) 7-11便利店

第6章：中国超市行业重点地区发展分析

6.1 东北地区超市行业发展分析

- 6.1.1 黑龙江省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.1.2 吉林省超市行业发在分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.1.3 辽宁省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析

6.2 华北地区超市行业发展分析

- 6.2.1 北京市超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析

- 4) 社会消费品零售总额
- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析
- (4) 行业发展潜力分析
- 6.2.2 天津市超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.2.3 河北省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.3 华中地区超市行业发展分析**
 - 6.3.1 河南省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 河南省超市行业运行新模式分析
 - (3) 河南省各地大中型超市分布
 - (4) 行业发展潜力分析
 - 6.3.2 湖北省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
 - 6.3.3 湖南省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.4 华东地区超市行业发展分析**
 - 6.4.1 上海市超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析

- (4) 行业发展潜力分析
- 6.4.2 浙江省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.4.3 江苏省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.4.4 山东省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.4.5 安徽超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.4.6 江西省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.4.7 福建省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.5 华南地区超市行业发展分析
 - 6.5.1 广东省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平

- 2) 人口集中度及结构分析
- 3) 人均收入与支出分析
- 4) 社会消费品零售总额
- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析
- (4) 行业发展潜力分析
- 6.5.2 广西超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.6 西南地区超市行业发展分析**
 - 6.6.1 四川省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
 - 6.6.2 重庆市超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
- 6.7 西北地区超市行业发展分析**
 - 6.7.1 陕西省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
 - 6.7.2 宁夏超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额
 - (2) 行业运行状况分析
 - (3) 大型超市布局分析
 - (4) 行业发展潜力分析
 - 6.7.3 甘肃省超市行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - 1) 经济发展水平
 - 2) 人口集中度及结构分析
 - 3) 人均收入与支出分析
 - 4) 社会消费品零售总额

- (2) 行业运行状况分析
- (3) 大型超市布局分析
- (4) 行业发展潜力分析

第7章：连锁超市行业主要企业经营分析

7.1 华润万家有限公司经营情况分析

- 7.1.1 公司发展简况分析
- 7.1.2 企业主营业态分析
- 7.1.3 企业门店分布情况
- 7.1.4 企业经营情况分析
- 7.1.5 企业经营优劣势分析
- 7.1.6 公司发展战略分析

7.2 高鑫零售有限公司经营情况分析

- 7.2.1 企业发展简况分析
- 7.2.2 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.2.3 企业经营业务分析
- 7.2.4 企业经营优劣势分析
- 7.2.5 企业最新发展动向分析

7.3 联华超市股份有限公司经营情况分析

- 7.3.1 公司发展简况分析
- 7.3.2 企业主营业态分析
- 7.3.3 企业门店分布情况
- 7.3.4 企业经营情况分析
 - (1) 公司营收情况分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.3.5 企业经营优劣势分析

7.4 永辉超市股份有限公司经营情况分析

- 7.4.1 企业发展简况分析
- 7.4.2 企业主营业态分析
- 7.4.3 企业门店分布情况
- 7.4.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.4.5 企业经营优劣势分析
- 7.4.6 企业最新发展动向

7.5 北京物美商业集团股份有限公司经营情况分析

- 7.5.1 公司发展简况分析
- 7.5.2 企业主营业态分析
- 7.5.3 公司门店分布情况
- 7.5.4 企业经营情况分析
 - (1) 公司营收情况分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.5.5 企业经营优劣势分析

7.6 中百控股集团股份有限公司经营情况分析

- 7.6.1 企业发展简况分析
- 7.6.2 企业主营业态分析

- 7.6.3 企业门店分布情况
- 7.6.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.6.5 企业经营优劣势分析
- 7.6.6 公司发展战略分析
- 7.7 人人乐连锁商业集团股份有限公司经营情况分析**
- 7.7.1 公司发展简况分析
- 7.7.2 企业主营业态分析
- 7.7.3 公司门店分布情况
- 7.7.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.7.5 公司电商布局分析
- 7.7.6 企业经营优劣势分析
- 7.7.7 公司发展战略分析
- 7.8 北京华联综合超市股份有限公司经营情况分析**
- 7.8.1 企业发展简况分析
- 7.8.2 企业主营业态分析
- 7.8.3 企业门店分布情况
- 7.8.4 企业经营指标情况
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.8.5 企业经营优劣势分析
- 7.9 北京王府井百货（集团）股份有限公司**
- 7.9.1 公司概况分析
- 7.9.2 企业主营业态分析
- 7.9.3 公司门店分布情况
- 7.9.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.9.5 公司电商布局分析
- 7.9.6 企业经营优劣势分析
- 7.9.7 公司发展战略分析
- 7.10 步步高商业连锁股份有限公司经营情况分析**
- 7.10.1 公司发展简况分析
- 7.10.2 企业主营业态分析
- 7.10.3 公司门店分布情况
- 7.10.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.10.5 公司电商布局分析
- 7.10.6 企业经营优劣势分析
- 7.11 福建新华都购物广场股份有限公司经营情况分析**

- 7.11.1 公司概况分析
- 7.11.2 企业主营业态分析
- 7.11.3 公司门店分布情况
- 7.11.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.11.5 企业经营优劣势分析
- 7.11.6 公司发展战略分析
- 7.12 三江购物俱乐部股份有限公司经营情况分析**
- 7.12.1 企业发展简况分析
- 7.12.2 企业主营业态分析
- 7.12.3 企业门店分布情况
- 7.12.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.12.5 企业经营优劣势分析
- 7.13 成都红旗连锁股份有限公司经营情况分析**
- 7.13.1 企业发展简况分析
- 7.13.2 企业主营业态分析
- 7.13.3 企业门店分布情况
- 7.13.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.13.5 企业经营优劣势分析
- 7.14 长春欧亚集团股份有限公司经营情况分析**
- 7.14.1 公司概况分析
- 7.14.2 企业主营业态分析
- 7.14.3 公司门店分布情况
- 7.14.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.14.5 公司电商布局分析
- 7.14.6 企业经营优劣势分析
- 7.14.7 公司发展战略分析
- 7.14.8 公司最新发展动向
- 7.15 沃尔玛（中国）投资有限公司经营情况分析**
- 7.15.1 公司发展简况分析
- 7.15.2 企业主营业态分析
- 7.15.3 公司门店分布情况
- 7.15.4 企业经营情况分析
- 7.15.5 公司电商布局分析
- 7.15.6 企业经营优劣势分析
- 7.15.7 公司竞争能力分析
- 7.16 家乐福（中国）管理咨询服务有限公司经营情况分析**
- 7.16.1 公司发展简况分析
- 7.16.2 企业主营业态分析
- 7.16.3 公司门店分布情况

- 7.16.4 企业经营情况分析
- 7.16.5 企业经营优劣势分析
- 7.17 北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司**
 - 7.17.1 公司发展简况分析
 - 7.17.2 企业主营业态分析
 - 7.17.3 公司门店分布情况
 - 7.17.4 企业经营优劣势分析
- 7.18 乐购 (TESCO) 中国经营情况分析**
 - 7.18.1 企业发展简况分析
 - 7.18.2 企业主营业态分析
 - 7.18.3 企业门店分布情况
 - 7.18.4 企业经营优劣势分析
- 7.19 全家便利商店股份有限公司**
 - 7.19.1 公司发展简况分析
 - 7.19.2 企业主营业态分析
 - 7.19.3 公司门店分布情况
 - 7.19.4 企业经营情况分析
 - 7.19.5 企业经营优劣势分析
- 7.20 乐天玛特超市经营情况分析**
 - 7.20.1 企业发展简况分析
 - 7.20.2 企业主营业态分析
 - 7.20.3 企业门店分布情况
 - 7.20.4 企业经营优劣势分析
- 7.21 新一佳超市有限公司经营情况分析**
 - 7.21.1 公司发展简况分析
 - 7.21.2 企业主营业态分析
 - 7.21.3 企业门店分布情况
 - 7.21.4 企业经营情况分析
 - 7.21.5 企业经营优劣势分析
- 7.22 苏果超市有限公司经营情况分析**
 - 7.22.1 企业发展简况分析
 - 7.22.2 企业主营业态分析
 - 7.22.3 企业门店分布情况
 - 7.22.4 企业经营情况分析
 - 7.22.5 企业经营优劣势分析
 - 7.22.6 企业最新发展动向分析
- 7.23 山东家家悦集团有限公司经营情况分析**
 - 7.23.1 公司发展简况分析
 - 7.23.2 企业主营业态分析
 - 7.23.3 企业门店分布情况
 - 7.23.4 企业经营情况分析
 - 7.23.5 企业经营优劣势分析
- 7.24 农工商超市 (集团) 有限公司经营情况分析**
 - 7.24.1 公司发展简况分析
 - 7.24.2 企业主营业态分析
 - 7.24.3 公司门店分布情况
 - 7.24.4 企业经营情况分析
 - 7.24.5 企业经营优劣势分析
- 7.25 庆客隆连锁商贸有限公司经营情况分析**
 - 7.25.1 公司发展简况分析
 - 7.25.2 企业主营业态分析
 - 7.25.3 企业门店分布情况
 - 7.25.4 企业经营情况分析
 - 7.25.5 企业经营优劣势分析
- 7.26 柴一拾壹 (北京) 有限公司**
 - 7.26.1 公司发展简况分析
 - 7.26.2 企业主营业态分析
 - 7.26.3 公司门店分布情况
 - 7.26.4 企业经营优劣势分析

7.27 北京超市发连锁股份有限公司经营情况分析

- 7.27.1 公司发展简况分析
- 7.27.2 企业主营业态分析
- 7.27.3 企业门店分布情况
- 7.27.4 企业经营情况分析
- 7.27.5 企业经营优劣势分析
- 7.27.6 企业最新发展动向分析

7.28 大商集团经营情况分析

- 7.28.1 公司概况分析
- 7.28.2 企业主营业态分析
- 7.28.3 公司门店分布情况
- 7.28.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.28.5 公司电商布局分析
- 7.28.6 企业经营优劣势分析
- 7.28.7 公司发展战略分析

7.29 武汉武商量贩连锁有限公司经营情况分析

- 7.29.1 公司发展简况分析
- 7.29.2 企业主营业态分析
- 7.29.3 企业门店分布情况
- 7.29.4 企业经营情况分析
- 7.29.5 企业经营优劣势分析

7.30 武汉中商平价连锁有限公司经营情况分析

- 7.30.1 公司概况分析
- 7.30.2 企业主营业态分析
- 7.30.3 公司门店分布情况
- 7.30.4 企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 7.30.5 公司电商布局分析
- 7.30.6 企业经营优劣势分析
- 7.30.7 公司发展战略分析

第8章：中国超市行业发展趋势及前景预测**8.1 超市行业生命周期分析**

- 8.1.1 超市行业生命周期分析
- 8.1.2 超市业态生命周期轮换

8.2 超市行业发展趋势分析

- 8.2.1 超市行业总体发展趋势分析
- 8.2.2 超市行业经营规模发展趋势
- 8.2.3 超市行业渠道发展趋势分析
- 8.2.4 超市行业业态发展趋势分析

8.3 超市行业发展前景预测

- 8.3.1 超市行业饱和面积预测分析
- 8.3.2 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: 超市行业业态分类
- 图表2: 1990年以来我国超市快速发展阶段主要事件及其意义
- 图表3: 1990年以来部分外资超市在中国市场的发展情况
- 图表4: 超市行业价值链的构成环节
- 图表5: 超市品类角色和品类管理
- 图表6: 超市与百货业态对比
- 图表7: 超市与家电连锁业态对比
- 图表8: 超市行业相关政策
- 图表9: 2010-2014年我国社会消费品零售总额增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表10: 2007-2015年我国GDP增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表11: 2008-2015年我国GDP增速与社会消费品零售总额增速的变化趋势图 (单位: %)
- 图表12: 2014-2015年全国居民消费价格走势 (单位: %)
- 图表13: 2010-2014年中国城镇和农村居民收入变动情况 (单位: 元, %)
- 图表14: 2010-2014年城镇居民收入增速和零售业增速对比 (单位: %)
- 图表15: 建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况
- 图表16: 2001-2014年中国城镇化率情况 (单位: %)
- 图表17: 中国城乡消费结构对比 (单位: %)
- 图表18: 各国中产阶级消费者升级消费最多的四大类产品品类 (单位: %)
- 图表19: 2012-2014年我国消费者信心指数变化趋势
- 图表20: 2008-2015年中国社会消费品零售总额 (单位: 亿元)
- 图表21: 2014年中国社会消费品零售总额分地域情况 (单位: %)
- 图表22: 2014年限额以上企业商品零售额增速 (单位: %)
- 图表23: 超市发展历程
- 图表24: 超市行业百强规模 (单位: 亿元, 个)
- 图表25: 2012-2014年主要超市企业门店开、关情况
- 图表26: 样本超市及大型超市样本企业毛利额增幅分布 (单位: %)
- 图表27: 超市及大型超市样本企业费用结构 (单位: %)
- 图表28: 超市及大型超市样本企业费用 (单位: 万元, %)
- 图表29: 大型超市样本店铺的平均规模 (单位: 亿元, 百人, 万平方米, 万个, %)
- 图表30: 大型超市三组样本门店的平均规模 (单位: 亿元, 百人, 万平方米, 万个, %)
- 图表31: 大型超市样本店铺经营效率 (单位: 万元/平方米/年, 万元/人/年, 万元)
- 图表32: 大型超市三组样本门店经营效率 (单位: 万元/平方米/年, 万元/人/年, 万元)
- 图表33: 大型超市样本店铺日均客单价增幅 (单位: %)
- 图表34: 大型超市样本店铺的毛利率分布 (单位: %)
- 图表35: 大型超市样本店铺的三项费用 (单位: 万元, %)
- 图表36: 大型超市样本店铺的三项费用结构 (单位: %)
- 图表37: 现代国际超市发展特征
- 图表38: 全球前20强零售商排行榜 (单位: 百万美元, 个, %)
- 图表39: 全球超市行业发展趋势简析
- 图表40: 2009-2014年日本GDP现价变化趋势 (单位: %)
- 图表41: 2009-2015年日本消费者信心指数 (单位: %)
- 图表42: 日本零售商排名一览表
- 图表43: 日本零售商TOP4销售额 (按零售收益) (单位: 百万美元)
- 图表44: 欧盟经济的特点
- 图表45: 2009-2014年欧盟28国GDP增速变化趋势 (单位: %)
- 图表46: 2009-2015年欧盟28国消费者信心指数变化趋势 (单位: %)
- 图表47: 欧洲地区零售商排名一览表
- 图表48: 欧洲零售商TOP5销售额 (按零售收益) (单位: 百万美元)
- 图表49: 2009-2014年美国GDP现价同比增长趋势 (单位: %)
- 图表50: 2009-2015年美国密歇根大学消费者信心指数 (单位: %)
- 图表51: 美国零售商排名一览表
- 图表52: 美国零售商TOP6销售额 (按零售收益) (单位: 百万美元)
- 图表53: 2012-2015年沃尔玛主要经营数据 (单位: 亿美元)
- 图表54: 2010-2014年家乐福全球净销售额情况 (单位: 亿欧元)
- 图表55: 2013-2014年麦德龙主要经营数据 (单位: 亿欧元)
- 图表56: 主要超市商业龙头的区域分布图 (单位: 家)
- 图表57: 超市行业五力模型总结
- 图表58: 国家鼓励支持企业兼并重组政策列举
- 图表59: 我国超市行业兼并重组驱动力简析

- 图表60: 2014年中国超市行业主要兼并重组事件
- 图表61: 超市连锁企业渠道扩张的四种模式比较
- 图表62: 沃尔玛信息平台RETAIL LINK的功能构成分析图
- 图表63: 家乐福中国的物流配送分析图
- 图表64: 我国超市业态和采取开架销售经营必须消费品的零售业态对比
- 图表65: 沃尔玛在不同的顾客需求下的业态变化分析图
- 图表66: 沃尔玛总部组织结构图
- 图表67: 沃尔玛商店组织结构图
- 图表68: 通道收入盈利模式示意图
- 图表69: 通道收入盈利模式上下游关系
- 图表70: 通道收入盈利模式零售供货关系
- 图表71: 价值链盈利模式示意图
- 图表72: 沃尔玛价值链盈利模式下的采购、配送与销售环节
- 图表73: 国内超市主要经营模式(单位: %)
- 图表74: 2005-2014年中国网民规模与普及率(单位: 万人, %)
- 图表75: 2013-2014年中国网民各类网络应用的使用率(单位: 万, %)
- 图表76: 2013-2014年中国网民各类手机网络应用的使用率(单位: 万, %)
- 图表77: 2009-2014年我国网络零售市场交易规模(单位: 亿元, %)
- 图表78: 2009-2014年网络零售占社会消费品零售总额的比重(单位: %)
- 图表79: 2007-2014年我国移动网民规模及占网民比例(单位: 万人, %)
- 图表80: 2011-2014年中国移动购物市场规模变动(单位: 亿元)
- 图表81: 2011-2020年中国网购交易额PC端和移动端占比(单位: %)
- 图表82: 互联网企业跨界融合机会简析
- 图表83: 互联网催生信息消费新业态简析
- 图表84: 2012-2014年中国网络购物网民数及使用率(单位: 万人, %)
- 图表85: 零售行业典型供应链组成
- 图表86: 全渠道模式下供应链管理
- 图表87: 2014年底沃尔玛大型综合超市在中国的分布图(单位: 家)
- 图表88: 2008-2014年黑龙江省GDP变化趋势(单位: 亿元, %)
- 图表89: 2010-2014年黑龙江省城镇居民人均可支配收入走势图(单位: 元, %)
- 图表90: 2010-2014年黑龙江省城镇居民人均消费支出走势图(单位: 元, %)
- 图表91: 2010-2014年黑龙江省社会消费品零售总额变化分析图(单位: 亿元, %)
- 图表92: 2014年黑龙江省各市县大型超市公司门店布局情况汇总表(单位: 家)
- 图表93: 2010-2014年吉林省生产总值变化情况(单位: 亿元)
- 图表94: 2014年吉林省的人口结构(单位: 万人, %)
- 图表95: 2007-2014年吉林省居民人均可支配收入走势图(单位: 元)
- 图表96: 2005-2014年吉林省城镇居民人均消费支出走势图(单位: 元, %)
- 图表97: 2007-2014年吉林省社会消费品零售总额变化分析图(单位: 亿元, %)
- 图表98: 2014年吉林省社会消费品零售总额结构(单位: 亿元, %)
- 图表99: 2014年吉林省各市县大型超市公司门店布局情况汇总表(单位: 家)
- 图表100: 2009-2014年辽宁省生产总值及其增长速度(单位: 亿元, %)
- 图表101: 2014年辽宁省市区人口数量的地区分布(单位: %)
- 图表102: 2010-2014年辽宁省城镇居民人均收入情况(单位: 元, %)
- 图表103: 2010-2014年辽宁省城镇居民人均消费支出走势图(单位: 元, %)
- 图表104: 2005-2014年辽宁省社会消费品零售总额变化分析图(单位: 亿元, %)
- 图表105: 2014年辽宁省各市县大型超市公司门店布局情况汇总表(单位: 家)
- 图表106: 2009-2014年北京市生产总值变化情况(单位: 亿元, %)
- 图表107: 2009-2014年北京市人均GDP情况(单位: 元)
- 图表108: 2010-2014年北京市城镇居民人均可支配收入走势图(单位: 元, %)
- 图表109: 2010-2014年北京市农村居民人均可支配收入走势图(单位: 元, %)
- 图表110: 2010-2014年北京市城镇居民人均消费支出走势图(单位: 元, %)
- 图表111: 2014年北京市社会消费品零售总额具体情况(单位: 亿元, %)
- 图表112: 2014年北京市各市县大型超市公司门店布局情况汇总表(单位: 家)
- 图表113: 2009-2014年天津市生产总值变化情况(单位: 亿元, %)
- 图表114: 2010-2014年天津市城镇居民人均可支配收入走势图(单位: 元, %)
- 图表115: 2001-2014年天津市城镇居民人均消费支出走势图(单位: 元, %)
- 图表116: 2001-2014年天津市社会消费品零售总额变化分析图(单位: 亿元, %)
- 图表117: 2014年天津市各市县大型超市公司门店布局情况汇总表(单位: 家)
- 图表118: 2009-2014年河北省生产总值变化情况(单位: 亿元, %)

图表119: 2014年河北省市区人口数量的地区分布 (单位: %)

图表120: 2014年河北省市区人口的年龄结构 (单位: %)

……略

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!