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 柒一拾壹（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！