2026-2031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：超市行业综述及数据来源说明
- **1.1 超市行业界定**
  - 1.1.1 超市的界定
  - 1.1.2 超市相似概念辨析
  - 1.1.3 超市的分类
  - 1.1.4 《国民经济行业分类与代码》中超市行业归属
- **1.2 超市专业术语说明**
- **1.3 本报告研究范围界定说明**
- **1.4 本报告数据来源及统计标准说明**
  - 1.4.1 本报告权威数据来源
  - 1.4.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国超市行业宏观环境分析（PEST）
- **2.1 中国超市行业政策（Policy）环境分析**
  - 2.1.1 中国超市行业监管体系及机构介绍
    - （1）中国超市行业主管部门
    - （2）社会监管组织
    - （3）中国超市行业自律组织
  - 2.1.2 中国超市行业标准体系建设现状
    - （1）中国超市标准体系建设
    - （2）中国超市现行标准汇总
    - （3）中国超市即将实施标准
  - 2.1.3 国家层面超市行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
    - （1）国家层面超市行业政策汇总及解读
    - （2）国家层面超市行业规划汇总及解读
  - 2.1.4 31省市超市行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
    - （1）31省市超市行业政策规划汇总
    - （2）31省市超市行业发展目标解读
  - 2.1.5 国家重点规划/政策对超市行业发展的影响
    - （1）国家“十四五”规划对超市行业发展的影响
    - （2）促消费战略对超市行业发展的影响
  - 2.1.6 政策环境对超市行业发展的影响总结
- **2.2 中国超市行业经济（Economy）环境分析**
  - 2.2.1 中国宏观经济发展现状
    - （1）中国GDP及增长情况
    - （2）中国居民消费价格（CPI）
    - （3）中国社会消费品零售情况
  - 2.2.2 中国宏观经济发展展望
    - （1）国际机构对中国GDP增速预测
    - （2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测
  - 2.2.3 中国超市行业发展与宏观经济相关性分析
- **2.3 中国超市行业社会（Society）环境分析**
  - 2.3.1 中国超市行业社会环境分析
    - （1）中国人口规模及增速
    - （2）中国城镇化水平变化
    - （3）中国居民人均可支配收入
    - （4）中国居民人均消费支出及结构
    - （5）中国居民消费升级演进
  - 2.3.2 社会环境对超市行业发展的影响总结
- **2.4 中国超市行业技术（Technology）环境分析**
  - 2.4.1 中国超市行业业务流程
  - 2.4.2 中国超市行业关键技术

（1）物联网技术
（2）人工智能技术
（3）大数据技术
（4）生物识别技术
（5）超市行业内的技术融合
2.4.3 技术环境对超市行业发展的影响总结
第3章：全球超市行业发展现状调研及商业模式洞察
3.1 全球超市行业发展历程介绍
3.2 全球超市行业发展现状分析
3.2.1 全球零售行业发展现状分析
（1）市场规模
（2）竞争格局
3.2.2 全球超市行业发展现状
（1）全球超市销售规模
（2）全球超市竞争格局
（3）全球超市兼并重组
3.3 全球超市代表性区域发展分析
3.3.1 全球超市行业区域分布
3.3.2 美国的超市行业发展现状分析
（1）美国超市行业发展概况
（2）美国超市行业规模
（3）美国超市竞争格局分析
3.3.3 法国的超市行业发展现状分析
（1）法国超市行业发展概况
（2）法国超市行业规模分析
（3）法国超市行业竞争格局
3.4 全球代表性超市商业模式洞察分析
3.4.1 全球代表性超市商业模式对比分析
3.4.2 沃尔玛
（1）超市商业模式分析
（2）超市营业情况
（3）超市在华布局
3.4.3 Costco
（1）超市商业模式分析
（2）超市营业情况
（3）超市在华布局
3.4.4 家乐福
（1）超市商业模式分析
（2）超市营业情况
（3）超市在华布局
3.5 全球超市行业发展趋势预判及市场前景预测
3.5.1 新冠疫情对全球超市行业的影响分析
3.5.2 全球超市行业发展趋势预判
3.5.3 全球超市行业市场前景预测
3.6 全球超市行业发展经验借鉴
第4章：中国超市行业发展现状及痛点分析
4.1 中国超市行业发展历程
4.2 中国超市行业企业市场类型及入场方式
4.2.1 中国超市行业市场主体类型
4.2.2 中国超市行业企业入场方式
4.3 中国超市行业发展现状分析
4.3.1 中国超市行业发展特征
（1）季节性
（2）区域特征
（3）数字化程度提升，线上线下融合
（4）定位逐步细化
4.3.2 中国超市行业销售规模
（1）限额以上超市零售营收规模
（2）中国超市百强销售规模及门店数量

（3）超市及大卖场行业规模
4.3.3 中国超市行业竞争格局
4.3.4 中国超市行业投资及兼并重组
（1）中国超市行业投融资现状
（2）中国超市行业兼并与重组现状
4.4 中国超市行业发展痛点分析
第5章：超市行业商业模式发展分析
5.1 超市扩张模式分析
5.1.1 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
（3）不同模式总结
5.1.2 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
5.2 超市管理模式分析
5.2.1 超市供应商管理模式
（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）沃尔玛供应商管理分析
5.2.2 超市物流管理模式
（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
5.2.3 超市企业内部管理模式
（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
5.2.4 超市客户管理模式
（1）超市客户管理特点
（2）加强建设客户关系管理方案
5.2.5 超市产品（SKU）管理模式
（1）商品的SKU分析
（2）提升SKU管理合理性的原则
5.3 超市盈利模式
5.3.1 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
5.3.2 供应链成本控制收入模式
（1）供应链链盈利模式简析
（2）沃尔玛供应链盈利模式
5.3.3 非价值盈利模式
（1）非价值链盈利模式简析
（2）中资超市的盈利模式
5.3.4 会员费模式
（1）会员制零售和传统零售的区别
（2）盈利模式
（3）Costco会员制盈利模式分析
5.3.5 不同盈利模式总结
5.4 超市行业营销模式分析

5.4.1 会员制促销模式
（1）会员制促销的特点
（2）会员制促销的优势
5.4.2 折扣促销模式
（1）数量折扣
（2）功能折扣
（3）季节折扣
（4）现付折扣
（5）交易式折让及促销性折让
（6）现金回扣
（7）差别调价
（8）特价吸引品
（9）特殊事件折价
（10）心理折价
（11）其它价格促销方式
5.4.3 广告促销模式
（1）通过广告媒介树立超市独特形象
（2）运用其它广告形式
5.4.4 节日促销模式
（1）节日促销概述
（2）节日促销策略
5.4.5 超市+餐饮模式
（1）超市+餐饮模式存在的原因
（2）超市+餐饮模式存在问题
5.4.6 直播营销模式
（1）建立社群
（2）确定直播对象
（3）直播场景转化
5.4.7 不同模式的比较
5.5 互联网下超市行业商业模式变革
5.5.1 互联网发展现状
（1）中国网民数量及互联网普及率
（2）中国网民各类网络应用的使用率
（3）网络购物市场发展情况分析
（4）移动互联网发展情况分析
5.5.2 互联网对零售的冲击与挑战
（1）实体零售业近年来整体发展缓慢
（2）实体零售商业模式跟不上发展需求
（3）实体零售成本收益难以匹配
5.5.3 互联网对超市商业模式的变革影响分析
（1）互联网促进线上线下相结合
（2）互联网改变支付方式
（3）互联网推动智慧超市等业态发展
第6章：中国超市行业细分业态发展分析
6.1 大型综合超市业态分析
6.1.1 中国大型综合超市发展现状分析
（1）中国大型综合超市发展规模
（2）中国大型综合超市竞争格局
6.1.2 中国大型综合超市区域分布
6.1.3 中国大型综合超市发展模式分析
（1）选址模式
（2）产品业态管理模式
（3）原材料采购模式
（4）物流运输模式
6.1.4 中国大型综合超市发展趋势及前景分析
6.2 生鲜超市业态分析
6.2.1 中国生鲜超市发展现状分析
（1）中国生鲜超市发展规模
（2）中国生鲜超市竞争格局

6.2.2 中国生鲜超市区域分布
6.2.3 中国生鲜超市发展模式分析
（1）线下到线上生鲜超市发展模式
（2）线上到线下生鲜超市发展模式
6.2.4 中国生鲜超市发展趋势及前景分析
6.3 社区折扣超市业态分析
6.3.1 中国社区折扣超市发展现状分析
6.3.2 中国社区折扣超市区域分布
6.3.3 中国社区折扣超市发展模式分析
6.3.4 中国社区折扣超市发展趋势及前景分析
6.4 精品超市业态分析
6.4.1 中国精品超市发展现状分析
（1）中国精品超市发展规模
（2）中国精品超市竞争格局
6.4.2 中国精品超市区域分布
6.4.3 中国精品超市发展模式分析
6.4.4 中国精品超市发展趋势及前景分析
（1）发展趋势
（2）发展前景
第7章：中国超市行业代表性企业布局案例研究
7.1 中国超市代表性企业布局梳理及对比
7.2 中国超市代表性企业布局案例分析
7.2.1 华润万家有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业超市业务布局及发展状况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.2 高鑫零售有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业超市业务布局及发展状况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.3 联华超市股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.4 永辉超市股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业超市业务布局及发展状况
（4）企业超市业务最新发展动向追踪
（5）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.5 人人乐连锁商业集团股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业超市业务架构及经营情况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.6 家家悦集团股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业超市业务布局及发展状况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.7 沃尔玛（中国）投资有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业超市业务布局及发展状况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.8 成都红旗连锁股份有限公司

（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业超市业务布局及发展状况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.9 北京物美商业集团股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业超市业务布局及发展状况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
7.2.10 中百控股集团股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业超市业务布局及发展状况
（3）企业超市业务最新发展动向追踪
（4）企业超市业务发展优劣势分析
第8章：中国超市行业市场前景预测及发展趋势预判
8.1 中国超市行业SWOT分析
8.2 中国超市行业发展潜力评估
8.2.1 中国超市行业生命发展周期
8.2.2 中国超市行业发展潜力评估
8.3 中国超市行业发展前景预测
8.4 中国超市行业发展趋势预判
8.4.1 聚焦目标群体形成不同定位
8.4.2 全渠道融合成为竞争的关键
8.4.3 为消费者创造价值
8.4.4 数字化成发展利器
8.4.5 以生鲜为核心，小型化、密集化成主流趋势
第9章：中国超市行业投资战略规划策略及建议
9.1 中国超市行业进入与退出壁垒
9.1.1 超市行业进入壁垒分析
9.1.2 超市行业退出壁垒分析
9.2 中国超市行业投资风险预警
9.3 中国超市行业投资价值评估
9.4 中国超市行业投资机会分析
9.5 中国超市行业投资策略与建议
9.6 中国超市行业可持续发展建议

图表目录

图表1：商务部——零售业态分类标准
图表2：超市相关概念辨析
图表3：超市的分类
图表4：超市的分类
图表5：《国民经济行业分类与代码》中超市行业归属
图表6：超市专业术语说明
图表7：本报告研究范围界定
图表8：本报告权威数据资料来源汇总
图表9：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表10：中国超市行业监管体系
图表11：中国超市行业主管部门
图表12：中国超市行业社会监管组织
图表13：中国超市行业自律组织
图表14：中国超市标准体系建设（单位：项）
图表15：中国超市现行标准汇总
图表16：中国超市即将实施标准
图表17：截至2025年中国超市行业发展政策汇总
图表18：截至2025年中国超市行业发展规划汇总

图表19：截至2025年中国超市行业发展规划汇总
图表20：31省市超市行业发展目标解读
图表21：国家“十四五”规划对超市行业的影响分析
图表22：促消费战略对超市行业发展的影响分析
图表23：政策环境对超市行业发展的影响总结
图表24：2013-2025年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表25：2021-2025年中国CPI变化情况（单位：%）
图表26：2013-2025年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）
图表27：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表28：2025年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）
图表29：中国超市行业发展与宏观经济相关性分析
图表30：2014-2025年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）
图表31：2014-2025年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）
图表32：中国城市化进程发展阶段
图表33：2013-2025年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表34：2013-2025年中国居民人均消费支出（单位：元）
图表35：2016-2025年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表36：中国消费升级演进趋势
图表37：中国消费变革八大趋势分析
图表38：社会环境对超市行业发展的影响总结
图表39：中国超市行业业务流程
图表40：物联网核心技术
图表41：技术环境对超市行业发展的影响总结
图表42：全球超市行业发展历程
图表43：2021-2025年全球零售业市场规模（单位：万亿美元）
图表44：2022全球零售业十强2021年零售收入（单位：亿美元）
图表45：2021-2025年全球超市行业收入（单位：万亿美元）
图表46：全球超市龙头2021财年收入（单位：亿美元）
图表47：截至2025年全球超市行业兼并重组事件汇总（单位：亿英镑，亿元，亿欧元，亿美元）
图表48：2025年全球零售前100强超市业态区域分布（单位：家）
图表49：2021-2025年美国超市及其他杂货销售收入（单位：亿美元）
图表50：2025年美国超市行业竞争格局（单位：亿美元）
图表51：2021-2025年法国超市行业收入（单位：亿欧元）
图表52：2025年法国超市行业竞争格局（单位：亿美元）
图表53：全球代表性超市商业模式对比
图表54：沃尔玛选择商品供应商的基本准则
图表55：2021-2025年财年沃尔玛总收入（单位：亿美元）
图表56：2018-2025年沃尔玛全球超市门店数量（单位：家）
图表57：2020-2025年沃尔玛中国门店数量（单位：家）
图表58：2018-2025年财年开市客全球营业收入（单位：亿美元）
图表59：2019-2025年家乐福全球净销售额（单位：亿欧元）
图表60：截至2025年家乐福在华门店分布情况情况（单位：家，%）
图表61：新冠疫情对全球超市行业的影响分析
图表62：全球超市行业发展趋势预判
图表63：2026-2031年全球超市行业收入预测（单位：万亿美元）
图表64：全球超市行业发展经验借鉴
图表65：中国超市行业发展历程
图表66：中国超市行业市场主体类型
图表67：中国超市行业市场主体类型
图表68：超市行业龙头企业区域发展情况
图表69：各省份拥有的超市百强数量
图表70：2016-2025年中国限额以上超级市场零售营业收入规模（单位：亿元，%）
图表71：2021-2025年中国超市行业百强规模（单位：亿元，%）
图表72：2021-2025年中国超市行业百强门店数量情况（单位：家，%）
图表73：2025年中国各类零售渠道结构占比（单位：%）
图表74：2012-2025年中国超市行业销售规模（单位：万亿元，%）
图表75：2025年中国超市行业竞争格局（单位：%）
图表76：2019-2025年中国超市行业投融资数量及规模（单位：起，亿元）
图表77：2021-2025年中国超市行业融资事件汇总

图表78：2021-2025年中国超市行业投融资事件所处阶段占比情况（单位：%）
图表79：2021-2025年中国超市行业投融资事件所处领域分布（单位：%）
图表80：截至2025年中国便利店行业并购事件
图表81：中国超市行业发展痛点分析
图表82：超市连锁企业区域扩张的两种模式比较
图表83：超市连锁企业渠道扩张的四种模式比较
图表84：不同动销率的含义、原因及解决方案（单位：%）
图表85：通道收入盈利模式零售供货关系
图表86：价值链盈利模式示意图
图表87：国内超市主要经营模式（单位：%）
图表88：超市不同盈利模式比较
图表89：超市不同营销模式优劣势比较
图表90：2014-2025年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）
图表91：2025年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）
图表92：2015-2025年我国网络零售市场交易规模（单位：万亿元，%）
图表93：2018-2025年我国移动网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）
图表94：2020-2025年网络购物用户规模及使用率（单位：万人，%）
图表95：2013-2025年中国大型综合超市市场规模（单位：万亿元）
图表96：2025年中国零售商超市占率（单位：%）
图表97：2025年高鑫零售大型综合超市区域分布（单位：家，%）
图表98：2025年联华大型综合超市区域分布情况（单位：家）
图表99：中国大型综合超市主要特征
图表100：2019-2025年联华大型综合超市业态毛利率及集团整体毛利率对比（单位：%）
图表101：2026-2031年中国大型综合超市市场规模预测（单位：万亿元）
图表102：2017-2025年中国居民生鲜食品消费量（单位：万亿吨）
图表103：2021-2025年中国生鲜零售市场规模（单位：万亿元）
图表104：中国生鲜零售渠道分布（单位：%）
图表105：2021-2025年中国生鲜超市市场规模（单位：万亿元）
图表106：生鲜零售业态对比
图表107：2025年中国主要A股上市超市生鲜零售额及占比对比（单位：亿元，%）
图表108：2025年中国生鲜超市区域分布（单位：家）
图表109：中国传统农贸和超市生鲜模式对比
图表110：生鲜超市与社区团购供应模式对比
图表111：永辉超市生鲜运营模式
图表112：永辉超市业务版图
图表113：盒马鲜生配送路径优化
图表114：盒马鲜生供应链模式
图表115：2026-2031年中国生鲜超市市场规模预测（单位：万亿元）
图表116：中国精品超市和综合超市、大卖场的区别
图表117：2019-2025年中国精品超市市场规模（单位：亿元）
图表118：中国精品超市竞争梯队
图表119：中国精品超市区域分布
图表120：中国精品超市发展模式分析
略·····完整目录请咨询客服

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！