

2025-2030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2024年中国超市行业发展政策汇总
- 图表18：截至2024年中国超市行业发展规划汇总

- 图表19: 截至2024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: 2012-2024年中国GDP增长走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表25: 2020-2024年中国CPI变化情况 (单位: %)
- 图表26: 2012-2024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: 2024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: 2013-2024年中国人口规模及自然增长率 (单位: 万人, ‰)
- 图表31: 2013-2024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: 2012-2024年中国居民人均可支配收入 (单位: 元)
- 图表34: 2012-2024年中国居民人均消费支出 (单位: 元)
- 图表35: 2015-2024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: 2020-2024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: 2020-2024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2024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: 2024年全球零售前100强超市业态区域分布 (单位: 家)
- 图表49: 2020-2024年美国超市及其他杂货销售收入 (单位: 亿美元)
- 图表50: 2024年美国超市行业竞争格局 (单位: 亿美元)
- 图表51: 2020-2024年法国超市行业收入 (单位: 亿欧元)
- 图表52: 2024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: 2020-2024年财年沃尔玛总收入 (单位: 亿美元)
- 图表56: 2017-2024年沃尔玛全球超市门店数量 (单位: 家)
- 图表57: 2019-2024年沃尔玛中国门店数量 (单位: 家)
- 图表58: 2017-2024年财年开市客全球营业收入 (单位: 亿美元)
- 图表59: 2018-2024年家乐福全球净销售额 (单位: 亿欧元)
- 图表60: 截至2024年家乐福在华门店分布情况 (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: 2025-2030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: 2015-2024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: 2020-2024年中国超市行业百强规模 (单位: 亿元, %)
- 图表72: 2020-2024年中国超市行业百强门店数量情况 (单位: 家, %)
- 图表73: 2024年中国各类零售渠道结构占比 (单位: %)
- 图表74: 2011-2024年中国超市行业销售规模 (单位: 万亿元, %)
- 图表75: 2024年中国超市行业竞争格局 (单位: %)
- 图表76: 2018-2024年中国超市行业投融资数量及规模 (单位: 起, 亿元)
- 图表77: 2020-2024年中国超市行业融资事件汇总

- 图表78：2020-2024年中国超市行业投融资事件所处阶段占比情况（单位：%）
- 图表79：2020-2024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2024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90：2013-2024年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）
- 图表91：2024年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）
- 图表92：2014-2024年我国网络零售市场交易规模（单位：万亿元，%）
- 图表93：2017-2024年我国移动网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）
- 图表94：2019-2024年网络购物用户规模及使用率（单位：万人，%）
- 图表95：2012-2024年中国大型综合超市市场规模（单位：万亿元）
- 图表96：2024年中国零售商超市占率（单位：%）
- 图表97：2024年高鑫零售大型综合超市区域分布（单位：家，%）
- 图表98：2024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100：2018-2024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101：2025-2030年中国大型综合超市市场规模预测（单位：万亿元）
- 图表102：2016-2024年中国居民生鲜食品消费量（单位：万吨）
- 图表103：2020-2024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105：2020-2024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107：2024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108：2024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115：2025-2030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117：2018-2024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！