

中国超市行业发展趋势研究与未来投资预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国超市行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/714259.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

超市一般是指商品开放陈列、顾客自我选购、排队收银结算，以经营生鲜食品水果、日杂用品为主的商店。这种零售企业允许消费者自助选购商品，并通过统一收银进行结算。

超市产业链上游主要是食品、百货供应环节;中游环节可分为综合超市、生鲜超市等多种业态;下游环节为流通环节，分为线下和线上外两种渠道。

资料来源：公开资料、观研天下整理

我国超市行业主要经历了从传统标准化到非标供应链再到多渠道供应三个大阶段、四个小阶段。1995年以前，我国超市行业处于起步阶段；1995-2011年，是传统超市的黄金时期；2011-2016年，在电商的冲击下，以非标品(生鲜)供应链为优势、经营效率领先的民营龙头超市企业进入黄金发展时期；现今，随着电商的持续发展以及消费者需求结构的快速变化，消费者对产品和服务的差异化 and 便利性需求更强，购物+体验及线上和线下融合的立体化新零售时代来临。

资料来源：公开资料、观研天下整理

竞争梯队来看，我国超市行业主要可以分为三个梯队，处于第一梯队的是沃尔玛(中国)、高鑫零售、永辉超市等；处于第二梯队的是人人乐、欧亚集团等；处于第三梯队的是50强以后的中小型超市企业，包括美宜多、万客隆等。

资料来源：公开资料、观研天下整理

集中度来看，我国超市行业市场参与者众多，集中度较低，2022年超市行业CR2约为22%，CR5约为41.6%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

区域布局来看，超市行业上市企业以区域性企业为主，全国性连锁超市有数量相对有限，主要有高鑫零售、华润万家、联华超市、永辉超市。

我国超市企业区域布局

序号	企业名称	主力区域	序号	企业名称	主力区域
1	高鑫零售	全国性龙头	8	红旗连锁	四川
2	华润万家	全国性龙头	9	压庆百货	重庆
3	联华超市	全国性龙头	10	利群股份	山东
4	永辉超市	全国性龙头	11	欧亚集团	吉林
5	家家悦	山东	12	人人乐	华南
6	步步高	湖南	13	国光连锁	赣南
7	中百集团	湖北	///		

数据来源：公开资料、观研天下整理

企业营收来看，2023年高鑫零售业务营业收入为836.62亿元，同比下降5.1%；2023年联华超市业务营业收入为218.36亿元，同比下降11.5%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

数据来源：公开资料、观研天下整理

在政策方面，国家对于超市相关的政策主要集中于推动居民消费热情、推动无人及智慧超市发展和加快超市行业线上线下融合发展等方面。如2023年12月，国务院办公厅印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》，提出要组织开展外贸优品拓内销系列活动，加强市场对接和推广，鼓励开展集中采购，支持优质外贸产品进电商平台、进商场超市、进商圈步行街、进工厂折扣店、进商品交易市场。

我国超市行业相关政策	时间	发布部门	政策名称	相关内容
关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见	2022年4月	国务院	优化国有物业资源出租管理,适当延长租赁期限,更好满足超市、便利店等消费场所用地用房需求。	
关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见	2022年8月	科技部等六部门	消费领域积极探索无人货柜零售、无人超市、智慧导购等新兴场景。	2023年7月
商务部等十三部门全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023-2025)支持特色化、多元化的各类市场主体发展,推动品牌锁便利店(社区超市)进社区:搭载代扣代缴、代收代发、打印复印等便民服务,提高便利化程度。	2023年12月	国务院	组织开展外贸优品拓内销系列活动:加强市场对接和推广,鼓励开展集中采购,支持优质外卖产品进电商平台、进商场超市、进商圈步行街、进工厂折扣店、进商品交易市场。	
工业和信息化部等十一部门关于开展“信号升格”专项行动的通知持续推进商业街区、综合商业体、超市等移动网络信号覆盖,重点覆盖顾客休息区、餐饮区、商铺、收银区、地下停车场等关键点位,满足高峰期移动支付、直播、视频、通话等业务需求,支撑商贸数字化便民服务。	2023年12月	贵州省	关于实出贵州民族文化特色大力打造“贵系列”品牌的实施意见依托贵州企业在国内外设立的销售网点打造沉浸式、体验式、互动式营销场是,推动“贵系列”品牌精品整体进入各类知名商场、超市、便利店等,持续拓展线下营销渠道。	2024年1月
国务院			关于发展银发经济增进老年人福祉的意见 聚焦一刻钟社区生活圈,建设改造一批社区便民消费服务中心等设施,引导老年日用产品实体店合理布局,鼓励商场、超市等开设老年专区或便捷窗口。	

资料来源：公开资料、观研天下整理

超市行业壁垒

1、品牌壁垒

随着超市行业竞争的日益激烈，超市经营也日益品牌化。一个在市场有影响力的知名超市品牌的创立，需要经过长期的坚持，需要投入大量的人力、物力、财力，经过长时间在市场推广、售后服务等方面的不懈努力。对于新进入超市行业的企业来说，品牌在短期内是不可复制的。

2、资金壁垒

超市行业需要巨大的前期投入，门店的选址、场地租赁、市场推广都需要投入大量的资金，而且我国超市经营普遍采用直营方式，这又增加了超市企业对资金的需求。资金无疑成为新进入超市行业的企业做大做强的重要壁垒。

3、规模壁垒

规模化是超市企业实现效益的基本条件，而实现规模化必须具备强大的资金实力和管理能力。对新进入者来说，由于规模有限，其必然的结果是经营品种少，配套程度低，无法形成供应链优势，成本优势无从体现；同时由于超市企业的规模限制，可能导致物流配送发展滞后，配送体系效率低下，影响超市的正常经营。总之，对于不具规模优势的新入者来说，在激烈的竞争中很难占据有利地位。（xyl）

4、人才壁垒

人才是一个企业的根本，对于超市行业更是如此，正确的发展战略、较强的执行力和高效率的经营均需要一支优秀的管理团队。而随着超市行业对信息管理、物流管理等方面的人才需求的日益增加，对专业人才要求也在不断提高，导致新进入者难以在短期内获得或培养出适合超市行业发展所需要的综合管理团队。

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国超市行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国超市行业发展概述

第一节 超市行业发展情况概述

一、超市行业相关定义

二、超市特点分析

三、超市行业基本情况介绍

四、超市行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、超市行业需求主体分析

第二节 中国超市行业生命周期分析

一、超市行业生命周期理论概述

二、超市行业所属的生命周期分析

第三节 超市行业经济指标分析

一、超市行业的赢利性分析

二、超市行业的经济周期分析

三、超市行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球超市行业市场发展现状分析

第一节 全球超市行业发展历程回顾

第二节 全球超市行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲超市行业地区市场分析

一、亚洲超市行业市场现状分析

二、亚洲超市行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲超市行业市场前景分析

第四节 北美超市行业地区市场分析

一、北美超市行业市场现状分析

二、北美超市行业市场规模与市场需求分析

三、北美超市行业市场前景分析

第五节 欧洲超市行业地区市场分析

一、欧洲超市行业市场现状分析

二、欧洲超市行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲超市行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界超市行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球超市行业市场规模预测

第三章 中国超市行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对超市行业的影响分析

第三节 中国超市行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对超市行业的影响分析

第五节 中国超市行业产业社会环境分析

第四章 中国超市行业运行情况

第一节 中国超市行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国超市行业市场规模分析

一、影响中国超市行业市场规模的因素

二、中国超市行业市场规模

三、中国超市行业市场规模解析

第三节 中国超市行业供应情况分析

一、中国超市行业供应规模

二、中国超市行业供应特点

第四节 中国超市行业需求情况分析

一、中国超市行业需求规模

二、中国超市行业需求特点

第五节 中国超市行业供需平衡分析

第五章 中国超市行业产业链和细分市场分析

第一节 中国超市行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、超市行业产业链图解

第二节 中国超市行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对超市行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对超市行业的影响分析

第三节 我国超市行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国超市行业市场竞争分析

第一节 中国超市行业竞争现状分析

一、中国超市行业竞争格局分析

二、中国超市行业主要品牌分析

第二节 中国超市行业集中度分析

一、中国超市行业市场集中度影响因素分析

二、中国超市行业市场集中度分析

第三节 中国超市行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国超市行业模型分析

第一节 中国超市行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国超市行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国超市行业SWOT分析结论

第三节 中国超市行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国超市行业需求特点与动态分析

第一节 中国超市行业市场动态情况

第二节 中国超市行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 超市行业成本结构分析

第四节 超市行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国超市行业价格现状分析

第六节 中国超市行业平均价格走势预测

一、中国超市行业平均价格趋势分析

二、中国超市行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国超市行业所属行业运行数据监测

第一节 中国超市行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国超市行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国超市行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国超市行业区域市场现状分析

第一节 中国超市行业区域市场规模分析

一、影响超市行业区域市场分布的因素

二、中国超市行业区域市场分布

第二节 中国华东地区超市行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区超市行业市场分析

- (1) 华东地区超市行业市场规模
- (2) 华南地区超市行业市场现状
- (3) 华东地区超市行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区超市行业市场分析

- (1) 华中地区超市行业市场规模
- (2) 华中地区超市行业市场现状
- (3) 华中地区超市行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区超市行业市场分析

- (1) 华南地区超市行业市场规模
- (2) 华南地区超市行业市场现状
- (3) 华南地区超市行业市场规模预测

第五节 华北地区超市行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区超市行业市场分析

- (1) 华北地区超市行业市场规模
- (2) 华北地区超市行业市场现状
- (3) 华北地区超市行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区超市行业市场分析

- (1) 东北地区超市行业市场规模
- (2) 东北地区超市行业市场现状
- (3) 东北地区超市行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区超市行业市场分析

- (1) 西南地区超市行业市场规模
- (2) 西南地区超市行业市场现状
- (3) 西南地区超市行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区超市行业市场分析
 - (1) 西北地区超市行业市场规模
 - (2) 西北地区超市行业市场现状
 - (3) 西北地区超市行业市场规模预测

第十一章 超市行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国超市行业发展前景分析与预测

第一节 中国超市行业未来发展前景分析

一、超市行业国内投资环境分析

二、中国超市行业市场机会分析

三、中国超市行业投资增速预测

第二节 中国超市行业未来发展趋势预测

第三节 中国超市行业规模发展预测

一、中国超市行业市场规模预测

二、中国超市行业市场规模增速预测

三、中国超市行业产值规模预测

四、中国超市行业产值增速预测

五、中国超市行业供需情况预测

第四节 中国超市行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国超市行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国超市行业进入壁垒分析

一、超市行业资金壁垒分析

二、超市行业技术壁垒分析

三、超市行业人才壁垒分析

四、超市行业品牌壁垒分析

五、超市行业其他壁垒分析

第二节 超市行业风险分析

一、超市行业宏观环境风险

二、超市行业技术风险

三、超市行业竞争风险

四、超市行业其他风险

第三节 中国超市行业存在的问题

第四节 中国超市行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国超市行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国超市行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国超市行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 超市行业营销策略分析

一、超市行业产品策略

二、超市行业定价策略

三、超市行业渠道策略

四、超市行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/714259.html>