

2018-2023年中国超市连锁行业市场竞争现状分析 及未来前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国超市连锁行业市场竞争现状分析及未来前景趋势研究报告》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://baogao.chinabaogao.com/liansou/309048309048.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

观研天下发布的《2018-2023年中国超市连锁行业市场竞争现状分析及未来前景趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及有关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。本报告是为了了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章：超市连锁业研究综述

1.1 超市连锁业研究特征界定

1.1.1 行业界定

(1) 超市连锁业态特征及其分类

(2) 超市连锁的发展阶段

1.1.2 行业本质

(1) 超市连锁与百货业态对比分析

(2) 超市连锁与家电连锁业态对比分析

1.1.3 行业生命周期分析

(1) 超市连锁业生命周期阶段

(2) 超市连锁业业态生命周期轮换

1.2 研究单位与研究方法

1.2.1 研究单位介绍

1.2.2 研究方法概述

第二章：超市连锁业发展现状分析

2.1 超市连锁业运营现状分析

2.1.1 超市连锁业收入与成本结构分析

(1) 收入结构

1) 收入来源分类

2) 商品销售结构

(2) 成本结构

2.1.2 超市连锁业绩效分析

(1) 收入与规模

(2) 单位经营效益

2.1.3 超市连锁业竞争格局分析

(1) 市场集中度

(2) 区域分布

2.1.4 超市连锁业核心竞争力分析

(1) 供应链管理

(2) 以客户为中心

(3) 自有品牌发展分析

2.2 样板企业运营情况分析

2.2.1 代表性超市企业监控与分析

(1) 国内代表性超市企业监控与分析

(2) 外资代表性超市企业监控与分析

2.2.2 样板企业经营情况

(1) 样板企业基本情况

(2) 样板企业股权结构

(3) 样板企业发展文化

2.2.3 样板企业业务模式

(1) 样板企业产品结构

(2) 样板企业采购体系

(3) 样板企业盈利模式

2.2.4 样板企业核心竞争力

(1) 样板企业供应链

(2) 样板企业先发优势

(3) 样板企业品牌优势

2.3 超市连锁业商业模式分析

2.3.1 超市连锁业价值链分析

2.3.2 超市连锁业盈利模式分析

(1) 通道收入模式

(2) 价值链盈利模式

(3) 非价值链盈利模式

2.4 超市连锁业发展趋势分析

- 2.4.1 超市连锁业态发展趋势
- 2.4.2 超市连锁业营业区域发展趋势
- 2.4.3 超市连锁业营业定位发展趋势
- 2.5 超市连锁业发展前景预测
 - 2.5.1 城镇化水平及居民收入增长“浮力效应”
 - 2.5.2 消费、内需增长的推动作用
 - 2.5.3 品牌龙头超市企业的“挤出效应”
 - 2.5.4 细分超市连锁业子业态演化
 - 2.5.5 地县城市经济发展的外延式增长

第三章：超市连锁业细分业态分析

- 3.1 大型综合超市业态分析
 - 3.1.1 大型综合超市市场发展分析
 - 3.1.2 大型综合超市分布区域分析
 - 3.1.3 大型综合超市产品种类与品牌分析
 - 3.1.4 大型综合超市物流网络分析
 - 3.1.5 大型综合超市代表企业分析
 - (1) 家乐福
 - (2) 沃尔玛
- 3.2 生鲜超市业态分析
 - 3.2.1 生鲜超市市场发展分析
 - 3.2.2 生鲜超市产品种类分析
 - 3.2.3 生鲜超市开店速度分析
 - 3.2.4 生鲜超市物流网络分析
 - 3.2.5 生鲜超市代表企业分析
- 3.3 便利店业态分析
 - 3.3.1 便利店市场发展分析
 - 3.3.2 便利店分布区域分析
 - 3.3.3 便利店产品种类与品牌分析
 - 3.3.4 便利店开店速度分析
 - 3.3.5 便利店物流网络分析
 - 3.3.6 便利店代表企业分析
 - (1) 好德、可的便利店
 - (2) 7-11便利店

第四章：超市连锁业消费环境与商业环境分析

4.1 行业政策经济环境分析

4.1.1 行业相关影响政策分析

- (1) 国家区域振兴规划
- (2) 收入分配改革进程
- (3) 零售行业发展规划
- (4) 国内贸易发展规划

4.1.2 国际国内宏观经济环境分析

4.1.3 通胀与超市连锁业运营关系分析

4.1.4 假日经济与超市连锁业运营关系分析

4.2 行业消费环境分析

4.2.1 消费环境与超市连锁业运营关系分析

4.2.2 居民收入与超市连锁业发展关系分析

- (1) 一线城市居民收入水平与超市连锁业发展关系分析
- (2) 二、三线城市居民收入水平与超市连锁业发展关系分析

4.2.3 居民消费行为调研

(1) 食品消费调研

- 1) 城市居民食品购买比例
- 2) 不同人口特征城市居民的食品购买比例

(2) 饮料消费调研

- 1) 城市居民饮料购买比例
- 2) 不同人口特征城市居民的饮料购买比例

(3) 酒类产品消费调研

- 1) 城市居民酒类产品购买比例
- 2) 不同人口特征城市居民的饮料购买比例

4.3 区域商业环境分析

4.3.1 商业环境与超市连锁业运营关系分析

4.3.2 城市商业饱和度与超市连锁业发展关系分析

- (1) 一线城市商业饱和度和理论增长空间测算
- (2) 二、三线城市商业饱和度和理论增长空间测算

4.3.3 区域市场特征与超市连锁业适应性关系分析

(1) 不同超市连锁业态布局条件

- 1) 大型综合超市布局条件
- 2) 生鲜超市布局条件
- 3) 便利店布局条件

(2) 区域市场与不同超市业态适应性分析

- 1) 相同区域不同超市业态适应性分析
- 2) 不同区域相同超市业态适应性分析
- 3) 区域市场发展与超市业态适应性分析结论

4.3.4 不同样本城市商业环境分析

(1) 一线城市商业发展环境分析

- 1) 北京商业发展环境分析
- 2) 上海商业发展环境分析
- 3) 广州商业发展环境分析
- 4) 深圳商业发展环境分析

(2) 二、三线城市商业发展环境分析

- 1) 青岛商业发展环境分析
- 2) 武汉商业发展环境分析
- 3) 长沙商业发展环境分析

4.3.5 不同城市商业规划分析

(1) 一线城市商业规划分析

- 1) 北京商业规划分析
- 2) 上海商业规划分析
- 3) 广州商业规划分析
- 4) 深圳商业规划分析

(2) 二、三线城市商业规划分析

- 1) 青岛商业规划分析
- 2) 济南商业规划分析
- 3) 长沙商业规划分析
- 4) 成都商业规划分析

第五章：超市连锁业主要企业经营分析

5.1 超市业态领先企业经营分析

5.1.1 联华超市股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营指标情况
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

5.1.2 华润万家有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

5.1.3 人人乐连锁商业集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营指标分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

5.1.4 步步高商业连锁股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营指标分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

5.1.5 新一佳超市有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

5.1.6 北京物美商业集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营指标分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

5.1.7 四川省互惠商业（集团）公司经营情况分析

- (1) 公司发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 公司最新发展动向分析

5.1.8 美特好集团有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

5.1.9 河南大张实业有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

5.1.10 中百控股集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营指标分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

5.1.11 上海大润发有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业物流体系和信息管理
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

5.1.12 好又多管理咨询服务（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.1.13 湖南友谊阿波罗商业股份有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营指标分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 公司最新发展动向分析

5.1.14 北京华联综合超市股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业经营指标情况

(3) 企业物流体系和信息管理

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

5.1.15 特易购 (TESCO) 中国经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

5.1.16 欧尚 (中国) 投资有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

5.1.17 福建新华都购物广场股份有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营指标分析

(5) 企业经营优劣势分析

5.1.18 北京超市发连锁股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

5.1.19 北京京客隆商业集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业经营指标情况

(3) 企业物流体系和信息管理

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

5.1.20 永辉超市股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业经营指标情况

(3) 企业物流体系和信息管理

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

5.1.21 苏果超市有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业物流体系和信息管理

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

5.1.22 锦江麦德龙限购自运有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.1.23 文峰大世界连锁发展股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业经营指标情况

(3) 企业物流体系和信息管理

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

5.1.24 成都红旗连锁股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

5.1.25 沃尔玛（中国）投资有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

5.1.26 家乐福（中国）管理咨询服务有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

5.1.27 山东银座商城股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营指标分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

5.1.28 卜蜂莲花超市有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展规模分析
- (2) 企业经营指标情况
- (3) 企业物流体系和信息管理
- (4) 企业经营优劣势分析

5.1.29 江苏乐天玛特商业有限公司经营情况分析

- (1) 公司发展规模分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

5.1.30 安徽省台客隆超市公司经营情况分析

(1) 公司发展概况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 公司发展战略规划

(4) 公司门店分布情况

(5) 企业经营优劣势分析

5.1.31 济南华联超市有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

5.1.32 山东家家悦集团有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

5.1.33 武汉武商量贩连锁有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

5.1.34 新合作商贸连锁集团有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

5.1.35 安徽商之都股份有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- 5.1.36 北京华冠商贸有限公司经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 企业经营情况分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 5.1.37 三江购物俱乐部股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展规模分析
 - (2) 企业经营指标情况
 - (3) 企业物流体系
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 5.1.38 山东新星集团有限公司经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 公司门店分布情况
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 5.1.39 辽宁兴隆大家庭商业集团经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析
 - (2) 企业主营业态分析及门店分布情况
 - (3) 企业经营情况分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 5.1.40 永旺商业有限公司经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 公司门店分布情况
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 5.1.41 上海市易买得超市有限公司经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 公司门店分布情况
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 5.1.42 津工超市有限责任公司经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析

- (2) 公司门店分布情况
- (3) 企业经营优劣势分析
- 5.1.43 石家庄北国人百集团有限责任公司经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析
 - (2) 企业主营业态分析及门店分布情况
 - (3) 企业信息管理
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 5.1.44 成都伊藤洋华堂有限公司经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析
 - (2) 企业主营业态及门店分布情况
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 5.1.45 新疆好家乡超市有限公司经营情况分析
 - (1) 公司发展规模分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 公司门店分布情况
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 5.2 便利店业态领先企业经营分析
 - 5.2.1 农工商超市（集团）有限公司经营情况分析
 - (1) 公司发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 公司门店分布情况
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业经营优劣势分析
 - (6) 公司最新发展动向分析
 - 5.2.2 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司经营情况分析
 - (1) 公司发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 公司门店分布情况
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业经营优劣势分析
 - (6) 公司最新发展动向分析
 - 5.2.3 北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司经营情况分析
 - (1) 公司发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.2.4 上海福满家便利有限公司（全家）经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

5.2.5 柒 - 拾壹（北京）有限公司经营情况分析

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.2.6 山西省太原唐久超市有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.2.7 河北国大连锁商业有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.2.8 大连太阳系便利店连锁经营有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 公司门店分布情况

(3) 企业经营优劣势分析

5.2.9 山西金虎便利连锁股份有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.2.10 深圳市庄信实业有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.2.11 上海联华快客便利有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 公司门店分布情况

(3) 企业经营优劣势分析

5.2.12 上海良友金伴便利连锁有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 公司主营业态和门店分布情况

(3) 企业经营优劣势分析

5.2.13 上海华联罗森有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 公司门店分布情况

(3) 企业经营优劣势分析

5.2.14 东莞市星瀚商贸(上好便利店)有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营优劣势分析

5.2.15 上海喜士多便利连锁有限公司经营情况分析

(1) 公司发展规模分析

(2) 公司门店分布情况

(3) 企业经营优劣势分析

图表目录

图表1：我国超市连锁的发展阶段

图表2：超市行业理论发展空间(单位：亿元，万平米)

图表3：超市行业业态类型

图表4：超市在我国发展的初期

图表5：部分外资超市在中国市场的发展情况

图表6：超市与百货业态对比

图表7：超市行业与家电连锁业对比

图表8：超市行业生命周期

图表9：超市行业发展阶段

图表10：台湾地区零售业态轮换

图表11：超市行业收入来源构成(单位：%)

图表12：超市通道费用明细(单位：元/次，元/个，元)

图表13：超市商品销售结构

图表14：超市营运成本明细（单位：%，元/年/店，元/年/平方米）

图表15：规模以上超市、所有超市、规模以上零售商占社会零售总额比重（单位：%）

图表16：超市行业净利润总额及其增速（单位：百万元，%）

图表17：超市行业店面总面积及其增速（单位：万平米，%）

图表18：大中小超市平均店面面积（单位：平米）

图表19：大中小超市平均单店净利润（单位：百万元）

图表20：大中小超市平均净利率（单位：%）

图表21：2006年以来零售业百强企业占社销总额比重走势（单位：%）

图表22：不同层级城市超市所占比例（单位：%）

图表23：超市行业提高利润率逻辑树

图表24：超市行业供应链流程

图表25：超市采购模式

图表26：部分超市采购模式

图表27：超市的物流配送模式

图表28：部分超市物流配送模式

图表29：以客户为中心的管理模式

图表30：超市商品品类管理

图表31：以客户为中心的超市经营能力体系

图表32：内外资超市自有品牌比较

图表33：内资超市经营业态分析

图表34：各超市核心区及拓展空间

图表35：外资超市经营业态分析

图表36：外资超市分布区域分析

图表37：永辉超市产品结构图（单位：%）

图表38：2007年以来永辉超市营业收入增长图（单位：亿元）

图表39：永辉超市6大经济区域门店分布（单位：%、家）

图表40：2011年以来永辉超市股权结构状况（单位：万股，%）

图表41：永辉超市企业文化组图

图表42：2007年以来永辉超市产品结构变化图（单位：%）

图表43：2007年以来永辉超市生鲜产品消费占比（单位：%）

图表44：近年永辉超市生鲜产品损耗率同行比较（单位：%）

图表45：永辉超市各商品采购特点及方式

图表46：永辉超市与传统超市盈利模式对比（单位：%）

图表47：永辉超市供应链管理分析

图表48：超市零售业价值链

图表49：通道收入盈利模式示意

图表50：通道收入盈利模式上下游关系

图表51：通道收入盈利模式零供关系

图表52：价值链盈利模式示意

图表53：沃尔玛价值链盈利模式下的采购、配送与销售

图表54：中资超市经营模式（单位：%）

图表55：一、二、三线城市超市行业历史增速（单位：%）

图表56：超市子业态销售、利润占比（单位：%）

图表57：以来国家出台的区域振兴规划

图表58：2011年以来重大宏观政策总结

图表59：2007年以来美国经济成长态势分析（单位：%）

图表60：2007年以来美国就业市场分析（单位：%）

图表61：欧元区主要国家实际GDP年同比增速历史及预测值（单位：%）

图表62：美元走强伴随新兴市场货币贬值

图表63：2010年以来新兴国家财政盈余状况好于发达国家（单位：%）

图表64：2010年以来中国国内生产总值同比增长速度（单位：%）

图表65：2006年以来全部工业增加值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表66：2011年以来全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%）

图表67：2011年以来中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

图表68：2008年以来中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表69：2010年以来中国广义货币（M2）增长速度（单位：%）

图表70：2011年以来中国制造业PMI指数（单位：%）

图表71：城镇居民人均可支配收入与恩格尔系数走势示意图

图表72：城镇居民人均可支配收入增速与超市销售增速示意图（单位：%）

图表73：一线城市人均可支配收入与超市总面积关系

图表74：一线城市人均可支配收入与每百万人均超市面积关系

图表75：二线城市人均可支配收入与超市总面积关系

图表76：二线城市人均可支配收入与每百万人均超市面积关系

图表77：城市居民食品类产品购买比例（单位：%）

图表78：不同性别居民的食品购买比例（单位：人）

图表79：不同年龄居民的食品购买比例（单位：人）

图表80：不同学历居民的食品购买比例（单位：人）

图表81：城市居民各种饮料购买比例（单位：%）

图表82：不同性别居民的饮料购买比例（单位：人）

图表83：不同年龄居民的饮料购买比例（单位：人）

图表84：不同学历居民的饮料购买比例（单位：人）

图表85：不同个人月收入居民的饮料购买比例（单位：元，%）

图表86：城市居民酒类产品购买比例（单位：%）

图表87：不同性别居民的酒类产品购买比例（单位：人）

图表88：不同年龄居民的酒类产品购买比例（单位：人）

图表89：不同学历居民的酒类产品购买比例（单位：人）

图表90：不同个人月收入居民的酒类产品购买比例（单位：人）

图表91：超市行业理论市场空间（单位：万平米，百万元）

图表92：一线城市超市行业理论市场空间（单位：万平米）

图表93：二、三、四线城市超市行业理论市场空间（单位：万平米，%）

图表94：不同面积超市基本情况（单位：个，万元，平米，人）

图表95：不同面积超市销售额增幅（单位：平米，%）

图表96：不同面积超市费用率（单位：平米，%）

图表97：不同面积超市来客数和客单价（单位：元，人）

图表98：不同面积超市人效和坪效（单位：万元/人年，万元/平米年）

图表99：不同面积超市毛利率（单位：%）

图表100：不同城市样本门店经营情况（单位：万元/人年，万元/平米年，次，元）

图表101：广州城市空间结构图

图表102：“十二五”规划末期国际商贸中心建设的主要预期指标

图表103：2011年以来联华超市股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表104：2011年以来联华超市股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表105：2011年以来联华超市股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表106：2011年以来联华超市股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表107：2011年以来联华超市股份有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表108：2011年以来联华超市股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表109：联华超市股份有限公司优劣势分析

图表110：华润万家有限公司优劣势分析

图表111：2011年以来人人乐连锁商业集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表112：2011年以来人人乐连锁商业集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表113：2011年以来人人乐连锁商业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表114：2011年以来人人乐连锁商业集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表115：2011年以来人人乐连锁商业集团股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表116：2011年以来人人乐连锁商业集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表117：人人乐连锁商业集团股份有限公司优劣势分析

图表118：2011年以来步步高商业连锁股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表119：2011年以来步步高商业连锁股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表120：2011年以来步步高商业连锁股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表121：2011年以来步步高商业连锁股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表122：2011年以来步步高商业连锁股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表123：2011年以来步步高商业连锁股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表124：步步高商业连锁股份有限公司优劣势分析

图表125：新一佳超市有限公司优劣势分析

图表126：2011年以来北京物美商业集团股份有限公司不同类型店面数（单位：家）

图表127：2011年以来北京物美商业集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表128：2011年以来北京物美商业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表129：2011年以来北京物美商业集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表130：2011年以来北京物美商业集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表131：2011年以来北京物美商业集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表132：北京物美商业集团股份有限公司优劣势分析

图表133：四川省互惠商业（集团）公司主要门店分布情况图

图表134：四川互惠商业（集团）公司优劣势分析

图表135：美特好集团有限公司主要门店分布情况图

图表136：美特好集团有限公司优劣势分析

图表137：河南大张实业有限公司优劣势分析

图表138：2011年以来中百控股集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表139：2011年以来武汉中百集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表140：2011年以来武汉中百集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表141：2011年以来武汉中百集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表142：2011年以来武汉中百集团股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表143：2011年以来武汉中百集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表144：武汉中百集团股份有限公司优劣势分析

图表145：上海大润发有限公司内地物流系统

图表146：上海大润发有限公司优劣势分析

图表147：好又多管理咨询服务（上海）有限公司优劣势分析

图表148：湖南友谊阿波罗商业股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表149：2011年以来湖南友谊阿波罗商业股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

- 图表150：2011年以来湖南友谊阿波罗商业股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表151：2011年以来湖南友谊阿波罗商业股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表152：2011年以来湖南友谊阿波罗商业股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表153：2011年以来湖南友谊阿波罗商业股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表154：湖南友谊阿波罗商业股份有限公司优劣势分析
- 图表155：北京华联综合超市股份有限公司的产品结构（单位：%）
- 图表156：北京华联综合超市股份有限公司的主营业务地区分布（单位：%）
- 图表157：北京华联综合超市股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
- 图表158：2008年以来北京华联综合超市股份有限公司主要经济指标（单位：万元）
- 图表159：2008年以来北京华联综合超市股份有限公司盈利能力指标（单位：%）
- 图表160：2008年以来北京华联综合超市股份有限公司运营能力指标（单位：次）
- 图表161：2008年以来2008年以来北京华联综合超市股份有限公司偿债能力指标分析（单位：%）
- 图表162：2008年以来北京华联综合超市股份有限公司发展能力指标（单位：%）
- 图表163：北京华联综合超市股份有限公司优劣势分析
- 图表164：特易购（TESCO）中国优劣势分析
- 图表165：欧尚（中国）投资有限公司优劣势分析
- 图表166：2011年以来福建新华都购物广场股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
- 图表167：2011年以来福建新华都购物广场股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表168：2011年以来福建新华都购物广场股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表169：2011年以来上福建新华都购物广场股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表170：2011年以来福建新华都购物广场股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表171：2011年以来福建新华都购物广场股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表172：福建新华都购物广场股份有限公司优劣势分析
- 图表173：北京超市发连锁股份有限公司优劣势分析
- 图表174：2011年以来北京京客隆商业集团股份有限公司主要经济指标（单位：万元）
- 图表175：2011年以来北京京客隆商业集团股份有限公司盈利能力指标（单位：%）
- 图表176：2011年以来北京京客隆商业集团股份有限公司运营能力指标（单位：次）
- 图表177：2011年以来北京京客隆商业集团股份有限公司偿债能力指标分析（单位：%）
- 图表178：2011年以来北京京客隆商业集团股份有限公司发展能力指标（单位：%）
- 图表179：北京京客隆商业集团股份有限公司优劣势分析
- 图表180：永辉超市股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
- 图表181：2011年以来永辉超市股份有限公司主要经济指标（单位：万元）
- 图表182：2011年以来永辉超市股份有限公司盈利能力指标（单位：%）

- 图表183：2011年以来永辉超市股份有限公司运营能力指标（单位：次）
- 图表184：2011年以来永辉超市股份有限公司偿债能力指标分析（单位：%）
- 图表185：2011年以来永辉超市股份有限公司发展能力指标（单位：%）
- 图表186：永辉超市股份有限公司优劣势分析
- 图表187：苏果超市有限公司优劣势分析
- 图表188：锦江麦德龙现购自运有限公司优劣势分析
- 图表189：2011年以来文峰大世界连锁发展股份有限公司主要经济指标（单位：万元）
- 图表190：2011年以来文峰大世界连锁发展股份有限公司盈利能力指标（单位：%）
- 图表191：2011年以来文峰大世界连锁发展股份有限公司运营能力指标（单位：次）
- 图表192：2011年以来文峰大世界连锁发展股份有限公司偿债能力指标分析（单位：%）
- 图表193：2011年以来文峰大世界连锁发展股份有限公司发展能力指标（单位：%）
- 图表194：文峰大世界连锁发展股份有限公司优劣势分析
- 图表195：成都红旗连锁股份有限公司优劣势分析
- 图表196：沃尔玛（中国）投资有限公司优劣势分析
- 图表197：家乐福（中国）管理咨询服务有限公司优劣势分析
- 图表198：山东银座商城股份有限公司组织架构图
- 图表199：山东银座商城股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表200：山东银座商城股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表201：山东银座商城股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表202：山东银座商城股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表203：山东银座商城股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表204：山东银座商城股份有限公司优劣势分析
- 图表205：2011年以来卜蜂莲花超市有限公司主要经济指标（单位：万元）
- 图表206：2011年以来卜蜂莲花超市有限公司盈利能力指标（单位：%）
- 图表207：2011年以来卜蜂莲花超市有限公司运营能力指标（单位：次）
- 图表208：2011年以来卜蜂莲花超市有限公司偿债能力指标分析（单位：%）
- 图表209：2011年以来卜蜂莲花超市有限公司发展能力指标（单位：%）
- 图表210：卜蜂莲花超市有限公司优劣势分析
- 图表211：江苏乐天玛特商业有限公司优劣势分析
- 图表212：台客隆连锁超市（浙江）公司优劣势分析
- 图表213：济南华联超市有限公司优劣势分析
- 图表214：山东家家悦集团有限公司优劣势分析
- 图表215：武汉武商量贩连锁有限公司优劣势分析
- 图表216：新合作商贸连锁集团有限公司优劣势分析
- 图表217：安徽商之都股份有限公司优劣势分析

图表218：北京华冠商贸有限公司优劣势分析

图表219：三江购物俱乐部股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表220：2011年以来三江购物俱乐部股份有限公司主要经济指标（单位：万元）

图表221：2011年以来三江购物俱乐部股份有限公司盈利能力指标（单位：%）

图表222：2011年以来三江购物俱乐部股份有限公司运营能力指标（单位：次）

图表223：2011年以来三江购物俱乐部股份有限公司偿债能力指标分析（单位：%）

图表224：2011年以来三江购物俱乐部股份有限公司发展能力指标（单位：%）

图表225：三江购物俱乐部股份有限公司优劣势分析

图表226：山东新星集团有限公司优劣势分析

图表227：辽宁兴隆大家庭商业集团优劣势分析

图表228：永旺商业有限公司优劣势分析

图表229：上海市易买得超市有限公司优劣势分析

图表230：津工超市有限责任公司优劣势分析

图表231：石家庄北国人百集团有限责任公司优劣势分析

图表232：成都伊藤洋华堂有限公司优劣势分析

图表233：新疆好家乡超市有限公司优劣势分析

图表234：农工商超市（集团）有限公司优劣势分析

图表235：东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司业务图

图表236：东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司优劣势分析

图表237：北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司优劣势分析

图表238：全家便利商店股份有限公司门店分布情况图

图表239：上海福满家便利有限公司优劣势分析

图表240：柒 - 拾壹（北京）有限公司控股结构图

图表241：柒 - 拾壹（北京）有限公司优劣势分析

图表242：山西省太原唐久超市有限公司优劣势分析

图表243：河北国大连锁商业有限公司优劣势分析

图表244：大连太阳系便利店连锁经营有限公司优劣势分析

图表245：山西金虎便利连锁股份有限公司优劣势分析

图表246：深圳市庄信实业有限公司优劣势分析

图表247：上海联华快客便利有限公司优劣势分析

图表248：上海良友金伴便利连锁有限公司优劣势分析

图表249：上海华联罗森有限公司优劣势分析

图表250：东莞市星瀚商贸（上好便利店）有限公司优劣势分析

图表251：上海喜士多便利连锁有限公司优劣势分析

图片详见报告正文（GY LX）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/309048309048.html>