

2020年中国超市市场分析报告- 行业深度调研与未来规划分析

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《2020年中国超市市场分析报告-行业深度调研与未来规划分析》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/xiantiyongpin/461276461276.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，1978年引入中国。自我国2001年加入WTO之后，我国超市行业便进入平稳发展阶段。20世纪30年代，美国首先采用这种销售形式。第二次世界大战后，世界许多国家相继开办了这种商店。目前全球超市产业主要可以分成大型综合超市、超市市场、便利店、折扣店与仓储超市、综超几大类，前三类在我国各大城市普遍存在。

超市行业产业链

信息来源：观研天下整理

超市的分类情况

分类

面积

发展阶段

大型综合超市（大卖场）

6000平米以上

成为超市发展的主流

超级市场（标准超市）

2000-6000平米

超级市场是国内发展最为成熟的超市业态

便利店

100平米左右

便利店集中在发达城市

折扣店与仓储超市

-

目前不是国内超市发展助力

综超

-

是占领市场空白衍生出的形态信息来源：观研天下整理

超市行业盈利模型信息来源：观研天下整理

我国超市行业主要以两大核心要素，第一是天然流量导向型生意，而消费者需求始终变化；第二，供应链效率唯快不破，且需不断提升。随着我国经济快速发展及人均生活水平提升，我国零售业达到了飞速发展期。从2012年的36.7%上升至2017年的38%，假设超市渠道占比每年仍以0.3个百分点的速度提升，超市生鲜规模将每年提升51.4亿元。

2017年生鲜产品的销售渠道情况（单位：亿元）信息来源：观研天下整理

传统农贸模式与生鲜超市模式对比信息来源：观研天下整理

根据超市集中度来看，美国CR10自2013年开始出现明显的提升，2018年维持超过35%，中国与美国相比的差距还是有一定大，但国内整体集中度仍呈现出稳步增长态势。2018年我国CR5的集中度为8.3%，CR10的集中度为11.2%。

2011-2018年中国超市行业CR5与CR10情况（单位：%）数据来源：商务部

根据各超市情况来看，2018年，我国超市行业的毛利率普遍在20%以上。其中，永辉超市、友谊股份、大商股份营业收入最高，分别为585.96亿元、471.8亿元、267.4亿元；净利润最高的是永辉超市、鄂武商A、友谊股份，分别为16.85亿元、12.41亿元、8.58亿元。人人乐和新华都净利润出现亏损。

2018年部分超市的门店情况

公司名称

营业收入（亿元）

净利润（亿元）

毛利率（%）

总资产（亿元）

永辉超市

585.96

16.85

20.84

328.70

人人乐

88.55

-5.35

21.06

52.48

三江购物

37.70

1.09

23.66

27.65

友谊股份

471.80

8.58

21.24

446.70

中百集团

152.10

0.76

21.78

77.55

大商股份

267.40

8.50

22.61

176.40

华联综超

117.60

0.75

21.63

96.02

北京城乡

22.23

0.83

32.51

39.92

大连友谊

18.43

0.02

20.14

60.43

步步高

172.50

1.52

21.52

160.30

新华都

69.73

-0.69

21.32

35.19

鄂武商A

181.20

12.41

22.71

180.20信息来源：观研天下整理

随着本土超市的崛起，外资超市市场份额逐年下降，我国超市行业形成了外资、本土、电商三大阵营。根据数据显示，从2012年到2018年两大超市巨头沃尔玛在中国市场的份额由7%下滑5.1%、家乐福的市场份额由5%下滑为2.9%。继阿里巴巴推出盒马鲜生之后，许多零售企业推出了类似的新模式超市门店，加强餐饮业务，提供配送服务。

2012-2018年外资和本土超市市场份额情况（单位：%）

数据来源：商务部

超市行业的新模式门店

公司

控股方

面世时间

面积（平方米）

APP

配送

盒马生鲜

阿里巴巴

2016年1月

3000-10000

盒马

3公里内30分钟送达

超级物种

永辉超市

2017年1月

500.00

永辉生活

3公里内30分钟送达

天虹超市

天虹股份

2017年1月

2000-3000

苏鲜生

3公里内60分钟送达

鲜食演义

步步高

2017年6月

1000

云猴精选

3公里内90分钟送达

RISO

百联

2017年6月

3000

RISO

3公里内60分钟送达

7FRESH

京东

2018年1月

3000-4000

京东7FRESH

3公里内30分钟送达

信息来源：观研天下整理

消费者选择超市的条件

数据来源：商务部

2017年我国大型超市店均面积在5751.11平米，相比2011年有所下降，超市店均面积为707.1平米，相比2011年有所提升。2017年我国大型超市门店数量为6155个，相比2012年有所下降，超市门店数量为29881个，相比2011年有所下降。

2011-2017年全国大型超市与超市店均面积统计情况

数据来源：商务部

2011-2017年全国大型超市与超市坪效统计情况

数据来源：商务部

2011-2017年全国大型超市与超市门店数量统计情况

数据来源：商务部

近些年，我国超市销售额呈逐年递增的趋势。2015年，我国超市的销售额为20884亿元，2017年上升到24164亿元，2018仍在持续上升，销售额约22611亿元，同比增长3.16%。预测，2021年我国超市销售收入将达到24950亿元。

2015-2021年我国超市销售收入情况（单位：亿元）

数据来源：商务部（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国超市市场分析报告-行业深度调研与未来规划分析》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。

它是业内企业、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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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、超市行业基本情况介绍
- 三、超市行业发展特点分析

第二节 中国超市行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、超市行业产业链条分析
- 三、中国超市行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2020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 欧盟超市行业地区市场分析

一、欧盟超市行业市场现状分析

二、欧盟超市行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟超市行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界超市行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球超市行业市场规模预测

第三章 中国超市产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品超市总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 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

第三节 中国超市产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

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

第三节 中国超市行业供应情况分析

第四节 中国超市行业需求情况分析

第五节 中国超市行业供需平衡分析

第六节 中国超市行业发展趋势分析

第五章 中国超市所属行业运行数据监测

第一节 中国超市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

第六章 2017-2020年中国超市市场格局分析

第一节 中国超市行业竞争现状分析

一、中国超市行业竞争情况分析

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分析

二、中国超市行业企业集中度分析

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

第五节 中国超市行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国超市行业需求特点与动态分析

第一节 中国超市行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国超市行业价格影响因素

二、中国超市行业平均价格走势预测

三、中国超市行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区超市市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区超市市场规模分析

四、华东地区超市市场规模预测

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、华中地区超市市场规模分析

四、华中地区超市市场规模预测

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、华南地区超市市场规模分析

四、华南地区超市市场规模预测

第九章 2017-2020年中国超市行业竞争情况

第一节 中国超市行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国超市行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国超市行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国超市行业市场发展预测

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

一、中国超市行业毛利润同比增速预测

二、中国超市行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国超市行业投资风险与营销分析

第一节 超市行业投资风险分析

一、超市行业政策风险分析

二、超市行业技术风险分析

三、超市行业竞争风险

四、超市行业其他风险分析

第二节 超市行业企业经营发展分析及建议

一、超市行业经营模式

二、超市行业销售模式

三、超市行业创新方向

第三节 超市行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国超市行业发展战略及规划建议

第一节 中国超市行业品牌战略分析

一、超市企业品牌的重要性

二、超市企业实施品牌战略的意义

三、超市企业品牌的现状分析

四、超市企业的品牌战略

五、超市品牌战略管理的策略

第二节 中国超市行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国超市行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国超市行业发展策略及投资建议

第一节 中国超市行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国超市行业定价策略分析

第三节 中国超市行业营销渠道策略

一、超市行业渠道选择策略

二、超市行业营销策略

第四节 中国超市行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国超市行业重点投资区域分析

二、中国超市行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/461276461276.html>