

中国大型超市行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2026-2033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《中国大型超市行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2026-2033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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202605/797308.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

前言：

大型超市作为以生鲜、日杂为主，实行自助选购、统一结算的大型零售业态，正经历一场深刻的洗牌。传统大卖场在客流分流与成本压力下持续收缩，2025年上半年全国至少有720家超市门店关闭，外资品牌运营主导权相继让渡；而同一时间，以山姆、开市客为代表的会员仓储店实现逆势领跑，山姆中国2025年销售额突破1400亿元。此外，以奥乐齐、盒马超盒算NB为代表的硬折扣超市成为新增量赛道，门店社区化、小型化也成为明确趋势。在“关店潮”与“开店潮”并存的背后，行业的核心逻辑已从规模扩张转向商品力、运营效率与体验升级的价值重构。

1、大型超市概念

大型超市全称为超级市场，是一种大型、综合性的零售商店，具体指商品开放陈列、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。超市通过大量进货、低价销售的方式，为顾客提供丰富多样的商品选择和便捷的购物体验。

大型超市特点

资料来源：观研天下整理

2、我国大型超市行业结构性调整加速：会员仓储店逆势领跑，硬折扣超市成新增量赛道

目前，我国大型超市行业最显著的特征是业态间的加速分化，不同业态的增长动能差异显著，传统大卖场与新兴业态呈现“此消彼长”的态势。其中，传统大卖场是受冲击最严重的业态：2025年上半年全国至少有720家超市门店关闭，全年关店数量预计远超2024年，家乐福、欧尚等外资品牌已完成股权与经营权的全面转移，外资退出运营主导权成为行业常态，本土巨头永辉超市截至2025年三季度末累计关闭门店达325家。其困境的核心原因在于客流分流、成本压力与体验不足——消费者转向社区店、折扣店、即时零售等渠道，租金与人力成本持续上涨使大店模式难以为继，而传统卖场在商品差异化与服务体验方面也落后于新型业态。

我国传统大卖场困境的核心原因

资料来源：观研天下整理

与之形成鲜明对比的是会员仓储店的逆势领跑：山姆中国2025年新开10家门店创历史新高，截至2025年底全国门店达63家，全年销售额突破1400亿元、同比增长约40%，沃尔玛中国已定下2026年整体销售破2000亿的目标，山姆计划每年平均新开8-10家门店；开市客虽在中国内地仅开出7家门店，但全球维持每年约30家的开店节奏，将中国视为最重要的增量市场。会员店成功的关键在于高品质自有品牌商品、批量采购带来的价格优势以及稳定的会员费收入模式。

2025年山姆中国内地新开门店

城市

门店

开业时间

嘉兴

嘉兴店

3月20日

合肥

合肥店

4月15日

武汉

武汉江岸店

5月28日

中山

中山店

9月10日

苏州

张家港店

10月20日

深圳

深圳宝安店

10月31日

扬州

扬州店

11月12日

北京

北京昌平店

11月21日

上海

上海浦东东山店

12月16日

广州

广州荔湾店

12月22日

资料来源：观研天下整理

此外，硬折扣超市成为2025年大型超市行业为数不多的新增量赛道：奥乐齐2025年新开约30家门店并首次走出上海，2026年一季度门店数突破100家；盒马旗下超盒算NB门店数突破400家，2025年11月开放加盟并于2026年进军华南市场；京东折扣超市开设9家门店集中于华北区域，美团快乐猴已在多地开设8家门店并计划扩张至1000家。数据显示，折扣店渠道增速高达92%，远超其他线下业态，其核心竞争力在于极致的供应链效率、高比例的自有商品以及“精选SKU+极致低价”的运营策略。

我国部分企业硬折扣超市门店数量与建设目标

企业品牌

当前门店数量(截至2026年)

2026年建设/扩张目标

备注

奥乐齐(ALDI)

超100家(截至2026年3月)

新增超50家

2026年目标总数达150家；从上海走向长三角，已进入南京、苏州、无锡等城市

盒马超盒算NB

近500家(截至2026年5月)

新增超200家；覆盖300+县域，华南为核心区域（计划落地100家）

2026年目标突破600家；已进军华南（广东、深圳）及华北（北京6店同开）

京东折扣超市

约9家(截至2025年底)

未来半年在河北、山东、河南等省再开30-50家

走“大店型+全品类”路线，单店面积可达5000m²

美团快乐猴

至少16家(截至2026年3月)

初步目标1000家；2026年计划新增数十家

重点布局一线及新一线城市；已进入杭州、北京、宁波、绍兴等城市

七鲜

信息待核实

计划新增约100家中心店

京东旗下品牌，主打“大店体验+线上配送”，重点进入唐山、潍坊、赣州等新城市

资料来源：观研天下整理

与此同时，商超门店社区化、小型化也成为明确趋势：沃尔玛在深圳成功试水约500平米的社区店，主打“10分钟步行生活圈”概念，提供约2000款商品，2026年将进一步加码；盒马新开门店也多选址于社区聚集区。从行业调查看，33.3%的受访企业认为社区商业化将成为

未来3年的重要方向，社区商业凭借近距离、高黏性的优势，正成为大型超市企业挖掘增量的新战场。

此外，区域大型超市龙头积极调改。以河南胖东来为代表的区域企业，凭借极致的服务和商品力成为行业标杆，并带动了永辉、步步高等一批企业进行深度调改。

胖东来模式超市调改情况汇总

企业名称

调改模式

已完成调改门店数量

后续计划/目标

代表性门店（部分）

调改成效摘要（官方披露）

永辉超市

胖东来帮扶+自主调改

截至2025年6月30日，共124家

曾计划2025年9月30日前完成200家，2026年春节前达300家

郑州信万广场店（首店）、上海金山万达店、北京凯德MALL·大兴店

调改后销售额有数倍至十数倍的增长；部分稳定经营门店已实现盈利

步步高

胖东来帮扶

截至2025年7月，完成18家

2025年上半年基本完成门店调改

长沙梅溪湖店

16家调改门店春节期间销售额同比增长326%；梅溪湖店单日销售额曾突破520万元

中百集团

自主调改

截至2025年上半年，完成14家仓储业态、55家社区超市业态调改

调改工作还将持续进行

-

调改后门店来客数分别增长9%（仓储）、6%（社区）

物美集团

自主调改

截至2025年5月，完成1家示范店

计划2025年对全国30余家重点门店进行调改

北京学清路店

首家AI新智零售旗舰店，融合了科技感与烟火气

家家悦

自主调改

截至2025年5月，完成十几家

-

-

调改后门店客流和销售持续保持较好增长，盈利能力提升

麦德龙

自主调改

截至2025年8月，完成1家

-

北京四季青店

全国首家学习胖东来自主调改门店，重点增加了烘焙和熟食品类

汇嘉时代

胖东来帮扶

已有门店调改

有继续扩店计划

-

调改数据被指显著超预期

其他

自主调改

-

-

联华超市、银座超市、华润万家、大润发（高鑫零售）、新华百货等

均已宣布或已启动门店调改

资料来源：观研天下整理

3、大型超市行业转型将聚焦“商品力”与自有品牌，精细化管理与降本增效

因此，大型超市要想长久发展，需要企业围绕以下几个方向积极求变：首先，在商业模式上，它们正告别过去依赖品牌商进场费的“二房东”模式，转而深度聚焦“商品力”与自有品牌开发，通过定制商品来提升毛利率和差异化水平。例如，永辉超市计划在2026年开发200支“品质永辉”单品，而家家悦的自有品牌销售占比也已提升至15.59%。

其次，在运营管理上，行业正从粗放式扩张转向精细化运营，通过关闭低效门店、优化用工及费用结构来实现降本增效。这一转变的成效已初步显现，2026年一季度超市平均毛利率同比提升1.0个百分点至24.5%。

在渠道建设方面，线上线下融合的全渠道与即时零售已成为标配。企业普遍采用“门店+前置仓+自有小程序+第三方平台”的组合模式，以满足消费者“随时随地即时满足”的需求，从而

提升履约效率。

最后，在消费体验上，为了有效应对电商冲击，越来越多的超市开始在店内增设熟食、烘焙和餐饮区，用“烟火气”吸引消费者回流，提供线上无法替代的感官体验。（WYD）

注：上述信息仅作参考，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。

· 关于行业报告

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的必备工具，本报告是全面了解本行业、制定正确竞争战略和投资决策的重要依据。

· 报告内容涵盖

观研报告网发布的《中国大型超市行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，帮助业内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。

· 报告数据来源

报告数据来源包括：国家统计局、海关总署等国家统计局部门；行业协会、研究院所等业内权威机构；各方合作数据库以及观研天下自有的数据中心；以及对业内专家访谈调研的一手数据信息等。

我们的数据已被官方媒体、证券机构、上市公司、高校部门等多方认可并广泛引用。（如需数据引用案例请联系观研天下客服索取）

报告主要图表介绍

图（部分）

表（部分）

2021-2025年行业市场规模

行业相关政策

2021-2025年行业产量

行业相关标准

2021-2025年行业销量

PEST模型分析结论

2025年行业成本结构情况

行业所属行业企业数量分析

2021-2025年行业平均价格走势

行业所属行业资产规模分析

2021-2025年行业毛利率走势

行业所属行业流动资产分析

2021-2025年行业细分市场1市场规模

行业所属行业销售规模分析

2026-2033年行业细分市场1市场规模及增速预测

行业所属行业负债规模分析

2021-2025年行业细分市场2市场规模

行业所属行业利润规模分析

2026-2033年行业细分市场2市场规模及增速预测

所属行业产值分析

2021-2025年全球行业市场规模

所属行业盈利能力分析

2025年全球行业区域市场规模分布

所属行业偿债能力分析

2021-2025年亚洲行业市场规模

所属行业营运能力分析

2026-2033年亚洲行业市场规模预测

所属行业发展能力分析

2021-2025年北美行业市场规模

企业1营业收入构成情况

2026-2033年北美行业市场规模预测

企业1主要经济指标分析

2021-2025年欧洲行业市场规模

企业1盈利能力分析

2026-2033年欧洲行业市场规模预测

企业1偿债能力分析

2026-2033年全球行业市场规模分布预测

企业1运营能力分析

2026-2033年全球行业市场规模预测

企业1成长能力分析

2025年行业区域市场规模占比
企业2营业收入构成情况
2021-2025年华东地区行业市场规模
企业2主要经济指标分析
2026-2033年华东地区行业市场规模预测
企业2盈利能力分析
2021-2025年华中地区行业市场规模
企业2偿债能力分析
2026-2033年华中地区行业市场规模预测
企业2运营能力分析
2021-2025年华南地区行业市场规模
企业2成长能力分析
2026-2033年华南地区行业市场规模预测
企业3营业收入构成情况
2021-2025年华北地区行业市场规模
企业3主要经济指标分析
2026-2033年华北地区行业市场规模预测
企业3盈利能力分析
2021-2025年东北地区行业市场规模
企业3偿债能力分析
2026-2033年东北地区行业市场规模预测
企业3运营能力分析
2021-2025年西南地区行业市场规模
企业3成长能力分析
2026-2033年西南地区行业市场规模预测
企业4营业收入构成情况
2021-2025年西北地区行业市场规模
企业4主要经济指标分析
2026-2033年西北地区行业市场规模预测
企业4盈利能力分析
2026-2033年行业市场分布预测
企业4偿债能力分析
2026-2033年行业投资增速预测
企业4运营能力分析
2026-2033年行业市场规模及增速预测

企业4成长能力分析
2026-2033年行业产值规模及增速预测
企业5营业收入构成情况
2026-2033年行业成本走势预测
企业5主要经济指标分析
2026-2033年行业平均价格走势预测
企业5盈利能力分析
2026-2033年行业毛利率走势
企业5偿债能力分析
行业所属生命周期
企业5运营能力分析
行业SWOT分析
企业5成长能力分析
行业产业链图
企业6营业收入构成情况

.....

.....

图表数量合计

130+

· 关于我们

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以及十四年的数据累积资源，研究领域覆盖到各大小细分行业，已经为上万家企业单位、政府部门、咨询机构、金融机构、行业协会、高等院校、行业投资者等提供了专业的报告及定制报告，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：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章 大型超市	行业基本情况介绍
第一节 大型超市	行业发展情况概述
一、大型超市	行业相关定义
二、大型超市	特点分析
三、大型超市	行业供需主体介绍

四、大型超市 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国大型超市 行业发展历程

第三节 中国大型超市行业经济地位分析

第二章 中国大型超市 行业监管分析

第一节 中国大型超市 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国大型超市 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对大型超市 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 中国大型超市 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国大型超市 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国大型超市 行业环境分析结论

第四章 全球大型超市 行业发展现状分析

第一节 全球大型超市 行业发展历程回顾

第二节 全球大型超市 行业规模分布

一、2021-2025年全球大型超市 行业规模

二、全球大型超市 行业市场区域分布

第三节 亚洲大型超市 行业地区市场分析

一、亚洲大型超市 行业市场现状分析

- 二、2021-2025年亚洲大型超市 行业市场规模与需求分析
- 三、亚洲大型超市 行业市场前景分析
- 第四节 北美大型超市 行业地区市场分析
- 一、北美大型超市 行业市场现状分析
- 二、2021-2025年北美大型超市 行业市场规模与需求分析
- 三、北美大型超市 行业市场前景分析
- 第五节 欧洲大型超市 行业地区市场分析
- 一、欧洲大型超市 行业市场现状分析
- 二、2021-2025年欧洲大型超市 行业市场规模与需求分析
- 三、欧洲大型超市 行业市场前景分析
- 第六节 2026-2033年全球大型超市 行业分布走势预测
- 第七节 2026-2033年全球大型超市 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

- 第五章 中国大型超市 行业运行情况
 - 第一节 中国大型超市 行业发展介绍
 - 一、大型超市行业发展特点分析
 - 二、大型超市行业技术现状与创新情况分析
 - 第二节 中国大型超市 行业市场规模分析
 - 一、影响中国大型超市 行业市场规模的因素
 - 二、2021-2025年中国大型超市 行业市场规模
 - 三、中国大型超市行业市场规模数据解读
 - 第三节 中国大型超市 行业供应情况分析
 - 一、2021-2025年中国大型超市 行业供应规模
 - 二、中国大型超市 行业供应特点
 - 第四节 中国大型超市 行业需求情况分析
 - 一、2021-2025年中国大型超市 行业需求规模
 - 二、中国大型超市 行业需求特点
 - 第五节 中国大型超市 行业供需平衡分析
-
- 第六章 中国大型超市 行业经济指标与需求特点分析
 - 第一节 中国大型超市 行业市场动态情况
 - 第二节 大型超市 行业成本与价格分析
 - 一、大型超市行业价格影响因素分析
 - 二、大型超市行业成本结构分析

三、2021-2025年中国大型超市 行业价格现状分析

第三节 大型超市 行业盈利能力分析

一、大型超市 行业的盈利性分析

二、大型超市 行业附加值的提升空间分析

第四节 中国大型超市 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

第五节 中国大型超市 行业的经济周期分析

第七章 中国大型超市 行业产业链及细分市场分析

第一节 中国大型超市 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、大型超市 行业产业链图解

第二节 中国大型超市 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对大型超市 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对大型超市 行业的影响分析

第三节 中国大型超市 行业细分市场分析

一、中国大型超市 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

(细分市场划分详情请咨询观研天下客服)

第八章 中国大型超市 行业市场竞争分析

第一节 中国大型超市 行业竞争现状分析

一、中国大型超市 行业竞争格局分析

二、中国大型超市 行业主要品牌分析

第二节 中国大型超市	行业集中度分析
一、中国大型超市	行业市场集中度影响因素分析
二、中国大型超市	行业市场集中度分析
第三节 中国大型超市	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	
第四节 中国大型超市	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	
第九章 中国大型超市	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国大型超市	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 中国大型超市	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 中国大型超市	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 中国大型超市	行业区域市场现状分析
第一节 中国大型超市	行业区域市场规模分析
一、影响大型超市	行业区域市场分布的因素

二、中国大型超市 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区大型超市 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、华东地区大型超市 行业市场分析

1、2021-2025年华东地区大型超市 行业市场规模

2、华东地区大型超市 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区大型超市 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、华中地区大型超市 行业市场分析

1、2021-2025年华中地区大型超市 行业市场规模

2、华中地区大型超市 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区大型超市 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、华南地区大型超市 行业市场分析

1、2021-2025年华南地区大型超市 行业市场规模

2、华南地区大型超市 行业市场现状

3、2026-2033年华南地区大型超市 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区大型超市 行业市场分析

1、2021-2025年华北地区大型超市 行业市场规模

2、华北地区大型超市 行业市场现状

3、2026-2033年华北地区大型超市 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、东北地区大型超市 行业市场分析

1、2021-2025年东北地区大型超市 行业市场规模

2、东北地区大型超市 行业市场现状

3、2026-2033年东北地区大型超市 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、西南地区大型超市 行业市场分析

1、2021-2025年西南地区大型超市 行业市场规模

2、西南地区大型超市 行业市场现状

3、2026-2033年西南地区大型超市 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、西北地区大型超市 行业市场分析

1、2021-2025年西北地区大型超市 行业市场规模

2、西北地区大型超市 行业市场现状

3、2026-2033年西北地区大型超市 行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国大型超市 行业市场规模区域分布预测

第十一章 大型超市 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

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2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国大型超市 行业发展前景分析与预测

第一节 中国大型超市 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国大型超市 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国大型超市 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国大型超市 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国大型超市 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国大型超市 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国大型超市 行业成本与价格预测

一、2026-2033年中国大型超市 行业成本走势预测

二、2026-2033年中国大型超市 行业价格走势预测

第五节 2026-2033年中国大型超市 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国大型超市 行业需求偏好预测

第十三章 中国大型超市 行业研究总结

第一节 观研天下中国大型超市 行业投资机会分析

一、未来大型超市 行业国内市场机会

二、未来大型超市行业海外市场机会

第二节 中国大型超市 行业生命周期分析

第三节 中国大型超市 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国大型超市 行业SWOT分析结论

第四节 中国大型超市 行业进入壁垒与应对策略

第五节 中国大型超市 行业存在的问题与解决策略

第六节 观研天下中国大型超市 行业投资价值结论

第十四章 中国大型超市 行业风险及投资策略建议

第一节 中国大型超市 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第二节 中国大型超市 行业风险分析

一、大型超市 行业宏观环境风险

二、大型超市 行业技术风险

三、大型超市 行业竞争风险

四、大型超市 行业其他风险

五、大型超市 行业风险应对策略

第三节 大型超市 行业品牌营销策略分析

一、大型超市 行业产品策略

二、大型超市 行业定价策略

三、大型超市 行业渠道策略

四、大型超市 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202605/797308.html>