

中国超市盈利模式市场竞争调研与投资方向研究报告(2013-2017)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国超市盈利模式市场竞争调研与投资方向研究报告(2013-2017)》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://baogao.chinabaogao.com/baihuo/169603169603.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

2002年以来，我国超市行业的门店总数、总面积、员工人数、销售总额、利润总额等都表现出了稳步上升的态势。近几年来超市行业销售净利率为2.35%，平均销售净利率为2.6%。从中国连锁企业百强排名来看，零售行业的集中度正在提升，超市行业也表现出相同的趋势。前10强占社销总额和连锁超市零售百强的比重在2009年分别达到2.7%和52.8%。超市10强门店数与其占超市连锁百强门店总数的比重在2009年也达到了34.1%。

中国报告网分析认为，零售业态的构成与人均GDP水平关系密切。人均GDP在1000-3000美元之间时，连锁超市和大卖场开始盛行并且依据它们强势的扩张性质成为第一主力业态。我国的人均GDP2003年超过了1000美元，2008年超过3000美元，正处于连锁超市和大卖场高速发展阶段，而标准超市已经处于衰退阶段。

据预测，到2018年中国分别可以容纳4801个超市卖场，超市卖场面积分别为4801万平方米。

以上海为例，上海地区各种零售业态完整，国内外零售巨头之间竞争激烈，上海本土超市类企业虽然数目较多但是规模普遍比较小。一直以来，华联、联华等超市品牌在中小型市场上牢牢占据上海市场。国际大型超市品牌的入侵使其调整战略，一方面巩固其中小型市场，另一方面加紧其世纪联华、华联吉买盛等大型卖场布点。但是具体到知名度以及整体卖场的货物摆放、促销和购物环境等而言，还是外资与台资卖场更为成熟。市场上家乐福、乐购、易初莲花等品牌已经深入人心。

超市行业是一个发挥规模优势的行业，规模优势的支撑点在于物流网络的广泛铺开。规模优势通过良好的物流管理能力转化为采购成本优势和质量控制优势，而质量控制优势加上成本优势就易于形成良好的信誉和品牌形象优势。为了应对外资巨头的竞争，上海市政府正在积极推动联华超市与华联超市两大巨头的合并。

上海本土超市发展趋势：（1）规模化；（2）精细化；（3）自有品牌化。规模化方面，超市企业更倾向于建立以物流网络为支撑的门店网络，一二线成熟区域网点加密的同时，开店策略转向渠道下沉，占领周边城市甚至农村市场，收购重组将成为超市企业快速规模化的捷径。精细化方面，重点在于经营业态和模式创新、物流供应链管理效率的提升和网络超市建设。自有品牌商品比重提升是供应链管理效率提升的终极目的。

中国报告网发布的《中国超市盈利模式市场竞争调研与投资方向研究报告(2013-2017)》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、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研究分析。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。

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 超市行业发展综述

1.1 超市行业概述

1.1.1 超市行业界定

（1）超市业态界定

（2）超市业态分类

（3）超市发展阶段

1.1.2 超市行业价值链分析

（1）超市行业的价值链

（2）与其他业态的区别

1）与百货业态对比分析

2）与家电连锁业态对比分析

1.2 超市行业发展环境分析

1.2.1 行业政策发展环境分析

（1）零售行业政策分析

（2）零售行业发展规划

（3）国内贸易发展规划

1.2.2 行业经济发展环境分析

（1）国内生产总值增长情况

（2）社会消费品零售总额

（3）居民消费价格指数分析

（4）居民可支配收入分析

1.3 超市行业发展现状分析

1.3.1 商业零售行业销售经营分析

（1）商业零售行业营业收入

（2）商业零售行业利润分析

1.3.2 超市行业商品销售情况分析

（1）超市行业商品零售收入

（2）超市行业商品零售净利润

1.3.3 超市行业竞争格局分析

（1）不同性质企业竞争分析

（2）外资超市竞争布局分析

(3) 内资超市竞争布局分析

(4) 其他业态参与竞争情况

第二章 超市行业商业模式发展分析

2.1 超市行业扩张模式分析

2.1.1 超市连锁区域扩张模式

(1) 渗透式模式分析

1) 渗透式模式简介

2) 渗透式模式的优势

3) 渗透式模式的风险

(2) 跳跃式模式分析

1) 跳跃式模式简介

2) 跳跃式模式的优势

3) 跳跃式模式的风险

(3) 沃尔玛中国区域扩张模式

1) 渗透式扩张阶段

2) 跳跃式扩张阶段

3) 快速渗透扩张阶段

2.1.2 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

(6) 沃尔玛渠道扩张模式分析

1) 沃尔玛美洲渠道扩张模式

2) 沃尔玛亚洲渠道扩张模式

3) 沃尔玛欧洲渠道扩张模式

2.2 超市行业管理模式分析

2.2.1 供应商管理模式分析

(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) 沃尔玛供应商管理模式分析

- 1) 供应商的审核
- 2) 供应商绩效管理
- 3) 供应商关系类型分析
- 4) 数据库建立与维护
- 5) 供应商整合分析
- 6) 信息平台构建分析

2.2.2 物流管理模式分析

- (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

- 1) 沃尔玛物流配送模式分析
- 2) 家乐福物流配送模式分析

2.2.3 企业内部管理模式分析

- (1) 经营业态管理
- 1) 超市业态及特征
- 2) 沃尔玛业态构成

- (2) 组织架构管理
- 1) 组织架构构建及职责分工
- 2) 沃尔玛的组织架构分析

- (3) 人力资源管理
- 1) 超市人力资源管理特点
- 2) 沃尔玛的人力资源管理

- (4) 超市内控管理
- 1) 超市内控的发展阶段
- 2) 超市内控的特殊问题

2.2.4 客户管理模式分析

- (1) 超市客户管理特点
- (2) 超市客户管理策略

2.3 超市行业盈利模式分析

2.3.1 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

2.3.2 价值链盈利模式分析

(1) 价值链盈利模式简析

(2) 沃尔玛价值链盈利模式

2.3.3 非价值链盈利模式分析

(1) 非价值链盈利模式简析

(2) 中资超市的盈利模式

第三章 中国超市行业发展趋势及前景预测

3.1 超市行业生命周期分析

3.1.1 超市行业生命周期分析

3.1.2 超市业态生命周期轮换

3.2 超市行业发展趋势分析

3.2.1 超市行业总体发展趋势分析

3.2.2 超市行业经营规模发展趋势

3.2.3 超市行业渠道发展趋势分析

3.2.4 超市行业业态发展趋势分析

3.3 超市行业发展前景预测

3.3.1 超市行业饱和面积预测分析

3.3.2 超市行业市场容量预测分析

(1) 宏观市场容量预测

(2) 微观市场容量预测

报告图表摘要

图表1 我国超市快速发展阶段主要事件及其意义

图表2 部分外资超市在中国市场的发展情况

图表3 超市行业价值链的构成环节

图表4 超市品类角色和品类管理

图表5 超市与百货业态对比

图表6 超市与家电连锁业态对比

图表7 2001-2012年我国国内生产总值及其增长速度(单位:亿元,%)

图表8 2006-2012年我国社会消费品零售总额同比增速(单位:亿元,%)

图表9 2009.06-2012年我国居民消费价格指数走势分析图(单位:%)

图表10 2008-2012年中国城镇居民人均可支配收入走势分析图(单位:元,%)

图表11 一线城市人均可支配收入与超市总面积关系(单位:万平方米,元)

图表12 一线城市人均可支配收入与每百万人均超市

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/169603169603.html>