

中国超市连锁市场调研与行业前景预 测报告（2024年版）

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称：	中国超市连锁市场调研与行业前景预测报告（2024年版）		
报告编号：	1A0013A ← 咨询订购时，请说明该编号		
报告价格：	电子版：10000 元	纸质+电子版：10200 元	
优惠价格：	电子版：8900 元	纸质+电子版：9200 元	可提供增值税专用发票
咨询热线：	400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099		
电子邮箱：	kf@Cir.cn		
详细内容：	https://www.cir.cn/A/13/ChaoShiLianSuoShiChangDiaoChaBaoGao.html		
提示信息：	如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。		

二、内容介绍

连锁超市：是指经营同一类别的商品和售后服务的若干超市以一定的形式合并成统一的整体，通过企业外表形象的标准化、经营管理活动的专业化、组织人事规范化以及内部管理手段的现代化，做到使复杂的商业活动实现相对的简单化，从而达到规模效应。连锁超市在价格体系上实行低价格、低利润、高周转经营；在销售方式上采取开架售货，顾客自选的方式，是适应大量消费、大量销售、大量流通的新型零售流通手段。这正是促进零售商业和流通机构。现代化、体系化的"流通革命"。截至**国内外众多的超级市场主要有四种业态：便利店、食品超市、仓储式商场、综合性超级市场。**年代中期以来，国内超市（尤其是作为其发展先导的上海超市）经过快速成长和规模扩张，已进入***个业态定位差异化。

尽管从**年到**年，家乐福在中国市场也因经营不佳或竞争激烈等原因相继关闭了***家门店，其他国内超市也关闭了部分店面，但整体上新开的店面数量大于关闭的数量。本土超市连锁业在与国际超市连锁巨头的竞争中仍处于一定的劣势，但差距逐渐缩小，并逐渐有自己的特色。一线城市超市连锁业竞争激烈，部分品牌的便利店等正在寻求三四线城市发展，或者到中小城市布局。随着超市的竞争越来越激烈，超市的利润率越来越低。以前靠收取渠道费用等向产品供应商收取大量的费用为主要盈利模式，转向寻求挖掘超市连锁业价值链的价值为主要盈利模式上，比如生鲜产品和自有品牌产品成为超市的新的盈利增长点，不断寻找消费作者的需求点创新服务方式等。网上生鲜售卖等，网上销售发展迅速，连锁超市网点多等特点，从而具有很大的网上销售的优势。

第1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2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3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4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) 济研：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5章 中·智林- 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 21：2024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 37：2024年永辉超市产品结构图（单位：%）

图表 38：2024-2030年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 40：2024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 42：2024年以来永辉超市产品结构变化图（单位：%）

图表 43：2024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 58：2024年以来重大宏观政策总结
- 图表 59：2024-2030年美国经济成长态势分析（单位：%）
- 图表 60：2024-2030年美国就业市场分析（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 63：2024-2030年新兴国家财政盈余状况好于发达国家（单位：%）
- 图表 64：2024-2030年中国国内生产总值同比增长速度（单位：%）
- 图表 65：2024-2030年全部工业增加值及其增长速度（单位：亿元，%）
- 图表 66：2024年以来全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%）
- 图表 67：2024年以来中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）
- 图表 68：2024-2030年中国货物进出口总额（单位：亿美元）
- 图表 69：2024-2030年中国广义货币（m2）增长速度（单位：%）
- 图表 70：2024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：“十三五”规划末期国际商贸中心建设的主要预期指标

图表 103：2024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 104：2024-2030年联华超市股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 105：2024-2030年联华超市股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 106：2024-2030年联华超市股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 107：2024-2030年联华超市股份有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表 108：2024-2030年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 111：2024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 112：2024-2030年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 113：2024-2030年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 114：2024-2030年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 115：2024-2030年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 116：2024-2030年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 118：2024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 119：2024-2030年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 120：2024-2030年步步高商业连锁股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 121：2024-2030年步步高商业连锁股份有限公司运营能力分析（单位：次）

- 图表 122：2024-2030年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）
- 图表 123：2024-2030年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 126：2024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 127：2024-2030年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 128：2024-2030年北京物美商业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 129：2024-2030年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 130：2024-2030年北京物美商业集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 131：2024-2030年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 138：2024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 139：2024-2030年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 140：2024-2030年武汉中百集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 141：2024-2030年武汉中百集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 142：2024-2030年武汉中百集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）
- 图表 143：2024-2030年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 149：2024-2030年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 150：2024-2030年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 151：2024-2030年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 152：2024-2030年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 153：2024-2030年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 158：2024-2030年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 159：2024-2030年北京华联综合超市股份有限公司盈利能力指标（单位：%）

图表 160：2024-2030年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 161：2024-2030年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 162：2024-2030年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 166：2024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 167：2024-2030年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 168：2024-2030年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 169：2024-2030年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 170：2024-2030年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 171：2024-2030年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 174：2024-2030年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 175：2024-2030年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 176：2024-2030年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 177：2024-2030年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 178：2024-2030年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 181：2024-2030年永辉超市股份有限公司主要经济指标（单位：万元）

图表 182：2024-2030年永辉超市股份有限公司盈利能力指标（单位：%）

图表 183：2024-2030年永辉超市股份有限公司运营能力指标（单位：次）

图表 184：2024-2030年永辉超市股份有限公司偿债能力指标分析（单位：%）

图表 185：2024-2030年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 189：2024-2030年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 190：2024-2030年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 191：2024-2030年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 192：2024-2030年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 193：2024-2030年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 205：2024-2030年卜蜂莲花超市有限公司主要经济指标（单位：万元）
- 图表 206：2024-2030年卜蜂莲花超市有限公司盈利能力指标（单位：%）
- 图表 207：2024-2030年卜蜂莲花超市有限公司运营能力指标（单位：次）
- 图表 208：2024-2030年卜蜂莲花超市有限公司偿债能力指标分析（单位：%）
- 图表 209：2024-2030年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 220：2024-2030年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 221：2024-2030年三江购物俱乐部股份有限公司盈利能力指标（单位：%）
- 图表 222：2024-2030年三江购物俱乐部股份有限公司运营能力指标（单位：次）
- 图表 223：2024-2030年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 224：2024-2030年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
略……

订阅“中国超市连锁市场调研与行业前景预测报告（2024年版）”，编号：1A0013A，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/A/13/ChaoShiLianSuoShiChangDiaoChaBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！