

2008 年中国超市 行业研究报告

China Supermarket Industry
Report, 2008

版权声明：该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

序号	FA009	报告名称	2008 年中国超市行业研究报告																		
字数	1.7 万	图表数量	47	报告页数	52	完成时间	08 年 12 月														
语种	中文	电子版价格(RMB)	6500		纸质版价格(RMB)		5500														
摘要	根据国家商务部 2004 年颁布的《零售业态分类》标准，零售业分为食杂店、折扣店、便利店、超市、大型超市、百货等 17 种。本次报告主要涉及超市与大型超市。超市的营业面积在 6000 平米以下，主要顾客是附近的居民。而大型超市的营业面积在 6000 平米以上，一般会坐落在交通要道，大众化的商品齐全，力求让客户一次性购齐所需物品。 一般来说，超市的收入主要来源于两部分：第一，通过联营或自营方式出售商品获得的直接差价；第二，向供应商收取的各种费用，如进场费，特殊陈列费，年节赞助费，店庆费等等。中国的零售终端的绝大部分收入还是靠商品的出售赚取的，通道费大约占其收入的 20%。 表 中国超市通道费用种类价格表 <table><tr><td>进店费</td><td>1000-10000 元/次</td></tr><tr><td>新品费</td><td>200 元/个</td></tr><tr><td>堆头费</td><td>400 元</td></tr><tr><td>促销管理费</td><td>150 元/个</td></tr><tr><td>DM 费</td><td>400 元/次</td></tr><tr><td>店庆费</td><td>2000-10000 元</td></tr><tr><td>开业赞助费</td><td>2000-10000 元</td></tr></table> 整理：水清木华研究中心 本研究报告依据中国超市协会、国家信息中心和国家统计局等权威渠道数据，深入研究了超市行业及重点企业的发展现状，预测了超市行业未来的发展方向，探讨了超市行业的投资机会和投资风险。							进店费	1000-10000 元/次	新品费	200 元/个	堆头费	400 元	促销管理费	150 元/个	DM 费	400 元/次	店庆费	2000-10000 元	开业赞助费	2000-10000 元
进店费	1000-10000 元/次																				
新品费	200 元/个																				
堆头费	400 元																				
促销管理费	150 元/个																				
DM 费	400 元/次																				
店庆费	2000-10000 元																				
开业赞助费	2000-10000 元																				
正文目录	第一章 中国超市业态定义与特点																				

第二章 中国超市发展概况

- 2.1 中国超市的发展现状
- 2.2 中国超市的盈利模式
- 2.3 超市进入平稳增长期
- 2.4 超市业增长空间

第三章 超市行业竞争分析

- 3.1 超市行业集中度分析
- 3.2 中国内资零售企业
- 3.3 中国外资零售企业

第四章 中国超市连锁类主要上市公司概况

- 4.1 物美商业（8277）
 - 4.1.1 公司简介
 - 4.1.2 公司运营
 - 4.1.3 公司战略
- 4.2 联华超市（0980）
 - 4.2.1 公司简介
 - 4.2.2 公司运营
 - 4.2.3 公司战略
- 4.3 步步高（002251）
 - 4.3.1 公司简介
 - 4.3.2 公司运营
 - 4.3.3 公司战略
- 4.4 大商股份（SH 600694）
 - 4.4.1 公司简介
 - 4.4.2 公司运营
 - 4.4.3 公司战略
- 4.5 华联综超（SH 600361）
 - 4.5.1 公司简介
 - 4.5.2 公司运营
- 4.6 北京城乡（SH 600861）
 - 4.6.1 公司简介
 - 4.6.2 公司运营
 - 4.6.3 公司战略
- 4.7 大连友谊（SZ 000679）
 - 4.7.1 公司简介
 - 4.7.2 公司运营
 - 4.7.3 公司战略
- 4.8 百联股份（SH 600631）
 - 4.8.1 公司简介
 - 4.8.2 公司运营
 - 4.8.3 公司战略
- 4.9 友谊股份（SH 600827）

	4.9.1 公司简介 4.9.2 公司运营 4.9.3 公司战略 4.10 武汉中百 (SZ 000759) 4.10.1 公司简介 4.10.2 公司运营 4.10.3 公司战略 4.11 新华都 (SZ 002264) 4.11.1 公司简介 4.11.2 公司运营 4.11.3 公司战略 4.12 京客隆 (HK 0814) 4.12.1 公司简介 4.12.2 公司运营 4.12.3 公司战略 4.13 时代零售 (HK 1832) 4.13.1 公司简介 4.13.2 公司运营 4.13.3 公司战略 第五章 外资零售企业竞争力分析 5.1 沃尔玛 5.2 家乐福 5.3 易初莲花 5.4 麦德龙 第六章 中国超市的发展趋势 6.1 超市发展趋势 6.2 超市扩张
部 分 图 表 目录	图 2002-2007 年中国连锁零售业态门店数 (限额以上) 图 2003-2007 年中国连锁零售业态商品销售总额 (限额以上) 图 2007 年中国主要超市毛利率对比 图、2003-2006 年超市商品销售额与门店增速 图、1998-2008 年 6 月中国人均可支配收入 图、1998-2008 年 6 月中国社会消费品零售总额 图、2005-2007 年连锁百强销售总额与社会消费品零售总额比较 图、2005-2007 年中国连锁销售百强中公司业态分布占比 图、超市类外资零售企业销售额 图、2005-2007 年中国超市类外资零售企业门店数 图、2008 年 9 月中国部分主要超市公司总市值对比 图、2003-2008 年物美商业净资产 图、2003-2008 年物美商业利润与增长率 图、2003-2008 年联华收入与增长率

图、2003-2008 年联华利润与增长率
图、2005-2008 年步步高收入增长情况
图、2005-2008 年步步高利润增长情况
图：2007-2008 年华联综超主营收入及增速
图：2007-2008 年华联综超净利润及增速
图 友谊股份公司 2008 年销售收入结构
图：2003-2008 年友谊股份公司毛利率对比
图 新华都门店区域结构和收入结构图
图 2003-2007 年沃尔玛中国销售额
图 2002-2007 年家乐福中国销售额
图 2002-2006 年易初莲花中国销售额
图 1997-2007 年易初莲花店铺发展数量
图 2003-2007 年麦德龙中国销售额
表、国内便利店和折扣店对比
表 中国超市通道费用种类价格表
表 2007 年内外资超市企业销售管理费用率比较
表 2007 年湖南、湖北和福建三省内外资连锁超市企业门店数量
表：2006-2007 主要超市企业综合毛利率与销售净利率比较
表、2005-2007 年中国主要快速消费品类内资连锁零售企业
表、2005-2007 年中国快速消费品类外资零售企业排名
表：2007 年和 2008 年物美商业公司主要营运指标对比
表： 2006-2010 年物美商业公司运营指标列表
表、2006-2008 年大商股份主要财务数据
表：2008 年北京城乡主营收入构成
表、2006-2008 年北京城乡主要财务数据
表：2008 年大连友谊公司各项业务表现
表 2006-2008 年百联股份主要财务数据
表 2004-2008 年武汉中百门店扩张数
表：2006-2008 年武汉中百公司主要财务数据
表 2005-2007 年新华都公司各品类毛利率表
表 2005-2007 年新华都公司费用率表
表 2006-2009 年新华都公司门店进入盈利期预测
表：2007-2010 年新华都公司业绩预测
表：2007 年底京客隆公司零售门店数量和营运面积
表：2006-2008 年京客隆公司零售部分营业收入
表：2006-2007 年京客隆公司零售部分毛利和毛利率对比
表：2006-2007 年京客隆公司批发业务经营指标
表：2006-2008 年时代零售公司主营业务收入构成
表 外资零售业国内并购事件
表 沃尔玛收购动态

如何申请购买报告

- 1, 请填写《研究报告订购协议》(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。
- 2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。
- 3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:
开户行: 交通银行世纪城支行 帐号: 110060668012015061217
户名: 北京水清木华科技有限公司
- 4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

Title	China Supermarket Industry Report, 2008	Pages	52
Price	PDF USD \$ 1,500 Hard Copy USD \$ 1,400 Enterprisewide USD \$ 2,300	Release Date	Jan/2009
Abstract	According to the "Classification of Retailing Forms" issued by Ministry of Commerce in 2004, china's retail industry was classified into 17 categories including grocery, discount store, convenience store, supermarket, hypermarket and department store etc. This Report only refers to the supermarkets with operation area below 6,000 sq m, customers are usually the neighboring residents and the ones with operation area over 6,000 sq m, usually locate at the city centers. In China, the supermarket revenue is mainly gained from directly selling and charging various fees from suppliers such as access fee, special shelf-display fee, sponsorship fee and anniversary-celebrate fee etc.		

Supermarket Access Fee in China

Access fee	CNY1000-10000 per time
New-arrivals-launching fee	CNY200 per unit
Promotion management fee	CNY 150 per unit
DM fee	CNY400 per time
Anniversary-celebrate fee	CNY2000-10000
Sponsorship fee	CNY2000-10000

Source: ResearchInChina

Based on the authoritative statistics from the State Information Center, the National Bureau of Statistics and China Supermarket Association, this report gives an in-depth analysis of china supermarket industry.

Contents

1. Definition and Characteristics of China Supermarket Industry

2. Overview of China Supermarket Industry

2.1 Status Quo

2.2 Profit Mode

2.3 Stepping into Steady-Growth Phase

2.4 Developments

3. Competition Analysis

3.1 Industry Concentration Degree

3.2 Local Retail Companies

3.3 Foreign Retail Companies

4. Key Companies

4.1 Wu Mart

4.1.1 Company Profile

4.1.2 Operations

4.1.3 Development Strategies

4.2 Lianhua Supermarket Holdings Co., Ltd.

4.2.1 Company Profile

4.2.2 Operations

4.2.3 Development Strategies

	4.3 BuBuGao Trade Chain Share CO., Ltd 4.3.1 Company Profile 4.3.2 Operations 4.3.3 Development Strategies 4.4 Dashang Group 4.4.1 Company Profile 4.4.2 Operations 4.4.3 Development Strategies 4.5 Beijing Hualian Hypermarket Co., Ltd. 4.6 Beijing Urban-Rural Trade Center Co., Ltd. 4.7 Dalian Friendship (Group) Co., Ltd. 4.8 Bailian Group 4.9 Shanghai Friendship Group Incorporated Company 4.10 Wuhan Zhongbai Group Co., Ltd. 4.11 New Hua Du Supercenter Co., Ltd. 4.12 Beijing Jingkelong Company Limited 4.13 Times Supermarket Co., Ltd. 5. Market Competitiveness of Foreign Retail Companies 5.1 Wal Mart 5.2 Carrefour 5.3 Lotus 5.4 Metro 6. Development Forecast of Chinese Supermarket Industry
Selected Charts	The Number of Retail Chain Stores, 2002-2007 Total Sales of Chain Retailing in China, 2003-2007 Gross Profit of China Major Supermarkets in 2007 Total Sales Supermarkets in China, 2003-2006 China's Per Capita Disposable Income, 1998-Jun.2008 Total Retailing Sales of Consumer Goods in China, 1998-Jun.2008 Total Sales of Top100 Chain Retailers in China, 2005-2007 Regional Sales of Top100 Chain Retailers China, 2005-2007 Sales of Foreign-Funded Supermarkets in China The Number of Foreign Funded Supermarkets in China, 2005-2007 Market Value of China Major Supermarkets, Sep.2008 Comparison between Convenience Stores and Discount Stores in China Supermarket Access Fee in China Cost Comparison Between Local and Foreign Supermarkets in China, 2007 Total Number of Supermarkets in Hunan, Hubei and Fujian Provinces, 2007 Gross Profit Margin and Return on Sales of Major Supermarkets in China, 2006-2007 Market Performance of Major Local FMCG (fast-moving consumer goods) Chain Retailers in China, 2005-2007

	Market Performance of Major Foreign FMCG (fast-moving consumer goods) Chain Retailers in China, 2005-2007 Net Assets of Wu Mart, 2003-2008 Profit and Growth of Wu Mart, 2003-2008 Sales Revenue and Growth of Lianhua Supermarket, 2003-2008 Profit and Growth of Lianhua Supermarket, 2003-2008 Sales Revenue and Growth of BuBuGao Trade Chain Share Co., Ltd., 2005-2008 Profit and Growth of BuBuGao Trade Chain Share Co., Ltd., 2005-2008 Sales Revenue and Growth of Hualian Hypermarket, 2007-2008 Profit and Growth of Hualian Hypermarket, 2007-2008 Sales Revenue Structure of Shanghai Friendship Group Incorporated Company in 2008 Gross Profit of Shanghai Friendship Group Incorporated Company, 2003-2008 Revenue Structure of New Hua Du Supercenter Co., Ltd. Sales of Wal-Mart in China, 2003-2007 Sales of Carrefour in China, 2003-2007 Sales of Lotus in China, 2003-2007 Store Development of Lotus in China, 1997-2007 Sales of Metro in China, 2003-2007
--	--