

021-2027年中国便利店行业 前景展望与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《021-2027年中国便利店行业前景展望与市场调查预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202012/197433.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2017年，便利店却站在了“风口”。便利店却凭借资深“便利”的特点逆势增长，再加上这两年新零售的红火和消费升级的深入，以及城镇化速度的加快，便利店的迎来了绝佳的发展机遇。

从便利店日均销售额来看，2017年，单店日均销售额达到4936元人民币/店/日，同比增长10%，增幅小于2017年门店数量。而横向比较来看，2016年单店日均销售额增幅高达26%，高于2017年单店日均销售额增幅，更高于当年门店数量增势。2015-2017年便利店行业日均销售额及增幅走势

从盈利情况来看，大多数便利店的毛利率在10-30%之间，同时高毛利率（30%以上）的便利店企业在2017年的数量、占比均增加。2015-2017年便利店行业毛利率分布情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国便利店行业前景展望与市场调查预测报告》共十一章。首先介绍了中国便利店行业市场发展环境、便利店整体运行态势等，接着分析了中国便利店行业市场运行的现状，然后介绍了便利店市场竞争格局。随后，报告对便利店做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国便利店行业发展趋势与投资预测。您若想对便利店产业有个系统的了解或者想投资中国便利店行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章便利店相关概述13

1.1便利店简介13

1.1.1便利店的定义13

1.1.2便利店的分类13

1.1.3便利店的特征13

1.1.4便利店与超市的区别15

1.2便利店行业概述15

1.2.1便利店行业的发展历程15

1.2.2便利店行业发展的条件16

1.2.3便利店行业经营的成功要素17

1.3中国便利店的管理体制20

1.3.1中国便利店的主管部门20

1.3.2便利店的相关法律法规20

第二章2019年全球便利店发展情况分析22

2.12019年世界零售业发展总体分析22

2.1.1国际零售业的发展特点22

2.1.2跨国零售企业进入海外市场的模式26

2.1.3西方零售业态发展的两个理论分析31

2.1.4国际三大零售巨头发展历程及启示34

2.2世界部分国家和地区便利店发展情况39

2.2.1美国便利店行业发展情况39

2.2.2英国便利店行业发展情况42

2.2.3日本便利店行业发展情况43

2.2.4台湾便利店行业发展情况46

2.2.5日本便利店进入新的竞争时期49

2.32021-2027年世界便利店发展趋势分析51

2.3.1商品销售中心52

2.3.2社会服务中心52

2.3.3物流中心52

2.3.4信息中心52

第三章2019年世界知名便利店运行透析53

3.1日本伊藤洋华堂53

3.1.1便利店基本概况53

3.1.2日本伊藤洋华堂的经营特色54

3.1.3日本伊藤洋华堂的经营之道56

3.1.4日本伊藤洋华堂公司食品物流系统61

3.1.5日本伊藤洋华堂在华经营情况分析64

3.27-11便利店65

3.2.1便利店基本概况65

3.2.27-11便利店的配送系统69

- 3.2.37-11便利店经营特色分析72
- 3.2.47-11便利店在华运行情况分析78
- 3.2.57-11便利店中国版图加速发展80
- 3.3日本罗森株式会社84
- 3.3.1罗森基本概述84
- 3.3.2罗森经营特色分析84
- 3.3.32019年罗森便利店经营情况85
- 3.3.42019年罗森在华投资运营情况85

第四章2013-2019年中国便利店产业发展环境分析87

- 4.1经济环境87
- 4.1.12019年中国宏观经济运行情况87
- 4.1.22019年中国经济运行情况105
- 4.1.32019年中国宏观经济形势展望107
- 4.2政策环境110
- 4.2.1中国扩大内需对便利店发展的影响110
- 4.2.2商务部零售业态分等定级制度扩大的影响114
- 4.2.3商务部外资便利店审核权下的影响115
- 4.3社会环境116
- 4.3.1中国城市社区建设与发展情况分析116
- 4.3.2中国已进入中产阶层兴起的黄金期118

第五章2019年中国零售所属行业发展分析121

- 5.12019年中国零售行业发展情况121
- 5.1.12019年中国零售业总体发展状况121
- 5.1.22019年中国连锁零售业经营规模分析122
- 5.1.32019年中国连锁零售业市场规模分析123
- 5.1.42019年中国特许经营零售业发展分析124
- 5.1.52019年中国综合连锁零售百强企业排名131
- 5.1.62019年中国快消品连锁零售企业排名137
- 5.1.72019年中国外资连锁零售类企业排名140
- 5.1.82019年中国连锁百货类零售企业排名141

5.1.9	2019年中国连锁便利店企业排名	143
5.1.10	2019年中国零售百强企业分析	144
5.2	2019年中国零售行业发展分析	150
5.2.1	2019年中国消费品市场特点	150
5.2.2	2019年中国流通产业发展概况	152
5.2.3	中国大型零售企业的成长探讨	154
5.2.4	中国零售业行业发展战略分析	160

第六章 2019年中国便利店所属行业发展概述 163

6.1 2019年中国便利店的发展概况 163

6.1.1 中国便利店发展现状分析 163

2019年第三季度便利店企业景气指数为69.5，环比下降1.9，同比下降6.8；门店景气指数为66.6，环比下降6.2，同比下降7.5。2018年便利店景气指数、便利店企业指数及便利店门店指数对比情况

6.1.2 中国主要便利店发展概况 164

6.1.3 中国本土便利店获巨额资本支持 166

6.1.4 世界各大便利店相继来华争夺市场 167

6.1.5 世界便利店企业加快抢滩北京市场 169

6.1.6 日本便利店连锁巨头布局天津市场 171

6.2 2019年中国便利店发展状况 171

6.2.1 2019年中国便利店总店数量统计 171

6.2.2 2019年中国便利店门店规模统计 178

6.2.3 2019年中国便利店销售规模统计 180

6.2.4 2019年中国便利店经营特点分析 181

6.3 2019年中国便利店经营情况 182

6.3.1 2019年中国便利店企业经营情况 182

6.3.2 2019年中国便利店企业门店情况 185

6.3.3 2019年便利店企业市场份额分析 189

6.3.4 2019年中国便利店渠道渗透情况 189

6.4 中国主要城市便利店发展情况 190

6.4.1 广州市便利店行业发展情况 190

6.4.2 上海市便利店行业发展情况 192

6.4.3北京市便利店行业发展情况	194
6.4.4北京、上海、广州便利店行业比较分析	196
6.5中国便利店发展存在的问题及对策	201
6.5.1中国便利店发展存在的问题	201
6.5.2中国便利店的发展策略分析	202
6.5.3提升便利店企业竞争力的对策	204
6.5.4处于不同发展阶段便利店的竞争策略	206
6.6加油站便利店发展状况	209
6.6.1国外加油站便利店的繁盛与发展	209
6.6.2中国加油站便利店经营处起步阶段	210
6.6.3中国加油站便利店发展缓慢的原因	210
6.6.4加油站便利店需要注重本土化经营	212

第七章2013-2019年中国便利店所属产业市场竞争格局分析213

7.12019年中国便利店产业竞争现状分析	213
7.1.1中国便利店的竞争力分析	213
7.1.2中国便利店竞争格局分析	217
7.1.3中国外资品牌便利店发展情况	218
7.1.4中国跨区域便利店的发展情况	219
7.1.5中国区域型便利店的发展情况	220
7.22019年中国便利店行业竞争动态分析	220
7.2.1上海便利店竞争趋白热化	220
7.2.2广州便利店行业竞争激烈	228
7.2.3中国加油站便利店竞争展开	232
7.2.4中国便利店真正竞争尚未开始	233
7.2.5便利店竞争正从商品转向服务	236
7.3中国便利店行业竞争策略分析	237
7.3.1便利店竞争赢在高效物流配送	237
7.3.3中国便利店企业竞争策略	240

第八章2013-2019年中国便利店行的选址与营销策略245

8.1中国便利店的选址策略	245
---------------	-----

8.1.1便利店店址选择原则	245
8.1.2交通条件与店址选择	247
8.1.3客流规律与店址选择	248
8.1.4竞争店铺与店址选择	249
8.1.5地形特点与店址选择	249
8.1.6城市规划与店址选择	249
8.2中国便利店的产品策略	250
8.2.1提高门店商品陈列利用率	250
8.2.2正确进行商品类型的选择	250
8.2.3避免货架存在大面积空位	251
8.2.4便利店的商品定位策略	251
8.3中国便利店的分销策略	252
8.3.1建立统一网络配送系统	252
8.3.2加快商品周转减少库存	252
8.3.3便利店商品的价格策略	253
8.3.4连锁便利店的营销策略	257
8.4中国加油站便利店的产品策略	258
8.4.1商品选择与配置	258
8.4.2替代性商品的选择	259
8.4.3商品的替换与更新	259
8.4.4货架陈列及店面设计	259

第九章2019年中国便利店产业优势企业竞争力分析261

9.1上海农工商超市（好德、可的）	261
9.1.1农工商超市便利店简介	261
9.1.22019年农工商便利店市场规模分析	262
9.1.3可的便利店数据分析支持系统分析	262
9.1.42019年好德和可的承销世博会门票	265
9.2上海联华快客便利有限公司	266
9.2.1上海联华快客便利简介	266
9.2.22019年快客便利门店扩张情况	266
9.2.32019年快客便利市场规模分析	267

9.2.4上海联华快客便利店经营策略分析	268
9.3上海喜士多便利有限公司	272
9.3.1上海喜士多便利有限公司简介	272
9.3.22019年喜士多中国门店发展情况	272
9.3.32019年喜士多与7-11的竞争策略分析	272
9.4上海良友金伴便利有限公司	275
9.4.1上海良友金伴简介	275
9.4.22019年良友金伴门店发展情况	275
9.4.32019年良友金伴市场规模分析	276
9.5上海全家便利有限公司	277
9.5.1全家便利店简介	277
9.5.22019年全家便利店门店发展情况	277
9.5.32019年全家便利店加速门店扩张速度	278
9.5.42019年全家便利店中国及全球发展规划	278
9.6北京京客隆便利店	278
9.6.1北京京客隆商业集团股份有限公司简介	278
9.6.22019年北京京客隆便利门店发展分析	279
9.6.32019年北京京客隆便利店市场规模情况	280
9.7北京超市发便利店	281
9.7.1北京超市发连锁股份有限公司简介	281
9.7.22019年北京超市发经营规模分析	281
9.7.32019年超市发菜市场超市化分析	282
9.7.4北京超市发经营成功四因素分析	282
9.8东莞糖酒集团美宜佳便利店有限公司	285
9.8.1美宜佳简介	285
9.8.22019年美宜佳市场规模分析	285
9.8.32019年美宜佳发展重点分析	287
9.8.42019年美宜佳建大型物流配送中心	287
9.8.52019年美宜佳尝试多元化营销模式	288
9.9东莞喜洋洋连锁便利店	289
9.9.1喜洋洋便利店简介	289
9.9.2喜洋洋便利店发展历程	289

9.9.3	2019年喜洋洋便利店经营情况	290
9.10	香港OK便利店	290
9.10.1	OK便利店简介	290
9.10.2	2019年OK便利店门店发展情况	291
9.10.3	2019年OK便利店市场规模情况	292
9.10.4	2019年OK便利店退出东莞市场	292
9.11	华润万家便利店	292
9.11.1	华润集团简介	292
9.11.2	2019年华润Vango便利店门店情况	293
9.11.3	2019年华润苏果便利门店发展情况	293
9.12	特易购（Tesco）便利店	293
9.12.1	特易购简介	293
9.12.2	特易购零售运营形态的分类	294
9.12.3	特易购进军中国便利店市场	294
9.12.4	2019年中国特易购便利店发展情况	295
9.13	河北国大36524便利店	295
9.13.1	河北国大连锁商业有限公司简介	295
9.13.2	2019年国大36524便利店发展情况	296
9.13.3	2019年国大36524便利店增加公共事业服务	296
9.13.4	2019年国大36524获中国特许经营年度大奖	297
9.14	山西金虎便利店	297
9.14.1	山西金虎便利有限公司简介	297
9.14.2	2019年山西金虎便利店门店扩张情况	298
9.14.3	山西金虎便利店经营理念及模式分析	299
9.15	辽宁大连太阳系便利店	303
9.15.1	太阳系简介	303
9.15.2	太阳系便利店经营策略介绍	303
9.15.3	2019年太阳系启用明珠公用卡消费	304

第十章 2021-2027年中国便利店发展前景预测分析 305

10.1 中国零售业发展前景分析 305

10.1.1 2019年中国零售业发展新趋势 305

10.1.2	2019年消费品市场趋势预测	306
10.1.3	未来中国零售业发展前景展望	310
10.1.4	2021-2027年连锁零售业市场规模预测	311
10.2	中国便利店的发展趋势与前景	312
10.2.1	中国便利店的发展趋势分析	312
10.2.2	中国便利店的发展方向分析	313
10.2.3	中国加油站便利店发展前景	313
10.2.4	中国便利店的发展前景分析	314
10.3	2021-2027年中国便利店发展预测	315
10.3.1	2021-2027年中国便利店市场竞争预测	315
10.3.2	2021-2027年中国便利店发展规模预测	315
10.3.3	2021-2027年中国便利店市场销售预测	316

第十一章 2021-2027年中国便利店投资前景分析 318

11.1	便利店投资的概述	318
11.1.1	便利店的投资环境分析	318
11.1.2	投资便利店的主要条件	319
11.1.3	便利店投资效益的估算	320
11.2	便利店投资风险	324
11.2.1	产业政策风险	324
11.2.2	市场竞争风险	324
11.2.3	物流配送风险	325
11.3	便利店投资机会与策略	325
11.3.1	2019年零售企业掀起便利店投资热潮	325
11.3.2	2021-2027年社区便利店投资机会分析	327
11.3.3	2021-2027年中国便利店区域投资分析	328
11.3.4	2021-2027年中国便利店投资策略分析	329

图表目录：

图表1	便利店与超市的区别	15
图表2	便利店主管部门监管领域情况	20
图表3	中国便利店行业的主要法律法规列表	20

图表4跨国零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式30

图表5跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素31

图表6美国便利店总数量及其增长率39

图表7美国便利店的销售收入统计40

图表8美国便利店的税前总利润及其增长率41

图表9美国便利店相关统计数据41

图表10英国零售行业各业态收入份额图42

图表11伊藤洋华堂集团在华子公司投资情况64

图表122019年中国7-11便利店经营格局及门店数量统计79

图表132019年北京7-11便利店各区分布统计79

图表142019年上海7-11便利店各区分布统计80

图表152009-2019年日本罗森便利店经营效益85

图表162000-2019年中国罗森便利店门店数量统计86

图表172013-2019年中国罗森便利店扩张趋势图86

图表182013-2019年中国国内生产总值增长趋势图87

图表192013-2019年中国居民消费价格涨跌幅度88

图表202019年中国居民消费价格比上年涨跌幅度88

图表212013-2019年中国年末国家外汇储备情况89

图表222013-2019年中国财政收入情况89

图表232013-2019年中国粮食产量情况90

图表242013-2019年中国工业增加值情况91

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/197433.html>