

2020-2026年中国便利店市 场深度分析与未来前景预测报告

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

《2020-2026年中国便利店市场深度分析与未来前景预测报告》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/202005/164884.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

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

2.32020-2026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

4.1.12015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

5.1.92019年中国连锁便利店企业排名143

5.1.102019年中国零售百强企业分析144

5.22019年中国零售行业发展分析150

5.2.12019年中国消费品市场特点150

5.2.22019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年中国便利店行业发展概述163

6.12019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

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

6.22019年中国便利店发展状况171

6.2.12019年中国便利店总店数量统计171

6.2.22019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年中国便利店产业市场竞争格局分析 213

7.1	2019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
7.2	2019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
9.9.32019年喜洋洋便利店经营情况	290
9.10香港OK便利店	290
9.10.1OK便利店简介	290
9.10.22019年OK便利店门店发展情况	291
9.10.32019年OK便利店市场规模情况	292
9.10.42019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
9.11.22019年华润Vango便利店门店情况	293
9.11.32019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
9.12.42019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
9.13.22019年国大36524便利店发展情况	296
9.13.32019年国大36524便利店增加公共事业服务	296
9.13.42019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

- 9.14.22019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
- 9.15.32019年太阳系启用明珠公用卡消费304

第十章2020-2026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
 - 10.1.12019年中国零售业发展新趋势305
 - 10.1.22019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
 - 10.1.42020-2026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
- 10.32020-2026年中国便利店发展预测315
 - 10.3.12020-2026年中国便利店市场竞争预测315
 - 10.3.22020-2026年中国便利店发展规模预测315
 - 10.3.32020-2026年中国便利店市场销售预测316

第十一章2020-2026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

11.3.12019年零售企业掀起便利店投资热潮325

11.3.22020-2026年社区便利店投资机会分析327

11.3.32020-2026年中国便利店区域投资分析328

11.3.42020-2026年中国便利店投资策略分析329

部分图表目录：

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152009-2015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/202005/164884.html>