

2021-2027年中国便利店行业 发展趋势与市场全景评估报告

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

《2021-2027年中国便利店行业发展趋势与市场全景评估报告》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/202107/230655.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

便利店（外文名：Convenience Store），是位于居民区附近的实体店或提供网上购物的虚拟店，指以经营即时性商品或服务为主，以满足便利性需求为第一宗旨，采取自选式购物方式的小型零售店或网上商店。

2017年12月1日，《公共服务领域英文译写规范》正式实施，规定便利店标准英文名为Convenience Store。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国便利店行业发展趋势与市场全景评估报告》共十三章。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：

第一章便利店行业概况及特性分析

第一节零售行业相关概述

一、零售行业相关概况

（一）零售行业的定义

（二）零售贸易的特征

（三）零售业演变历程

二、零售业准入条件概述

（一）注册登记条件

（二）资金投入条件

（三）技术设备条件

三、零售业的业态概述

（一）零售业态划分标准

（二）零售业态发展规律

（三）有店零售业态概述

（四）无店零售业态概述

第二节便利店相关概述

一、便利店的定义

二、便利店的分类

三、便利店的特征

四、便利店与超市的区别

第三节便利店选址分析

一、便利店店址选择原则

二、交通条件与店址选择

三、客流规律与店址选择

四、竞争店铺与店址选择

五、地形特点与店址选择

六、城市规划与店址选择

第四节便利店行业概述

一、便利店行业发展历程

二、便利店行业发展条件

三、便利店经营成功要素

第二章2019年世界便利店所属行业运行状况分析

第一节世界零售行业发展概况

一、国际零售业特点分析

二、跨国零售商海外模式

三、西方零售业态的理论

四、零售巨头的发展分析

第二节国外便利店经营特点分析

一、连锁化程度较高

二、营销手段较丰富

三、信息技术先进化

四、服务功能综合化

五、发展日趋国际化

第三节美国便利店发展分析

一、美国零售业发展综述

二、美国便利店发展历程

三、美国加油便利店概况

第四节日本便利店发展分析

一、日本零售业发展综述

二、日本便利店发展概况

三、日本便利店现状分析

四、日本便利店发展特点

五、日便利店国际化战略

（一）进入市场的选择

（二）进入时机的选择

（三）进入方式的选择

（四）业态模式的选择

（五）营销战略的选择

（六）管理方式的选择

第五节台湾便利店发展分析

一、台湾零售业发展综述

二、台湾便利店发展概况

三、台湾便利店发展特点

四、台湾便利店发展优势

第六节英国便利店发展分析

一、英国零售业发展综述

二、英国便利店发展概况

三、英国便利店绿色计划

四、英国特易购发展剖析

第三章2019年中国便利店所属行业发展环境分析

第一节2019年中国宏观经济运行环境分析

一、2019年中国GDP增长情况分析

二、2019年工业经济发展形势分析

三、2019年社会固定资产投资分析

四、2019年全社会消费品零售总额

五、2019年城乡居民收入增长分析

六、2019年居民消费价格变化分析

第二节2019年中国便利店行业消费环境分析

一、城乡居民消费情况分析

（一）城乡居民消费支出情况

（二）农村居民消费特点分析

二、居民消费信心指数分析

第三节2019年中国便利店行业政策环境分析

一、中国零售连锁行业管理体制

二、便利店的相关法律法规介绍

三、商品零售场所限塑令的实施

四、扩大内需要求调整流通结构

五、零售业态分等定级制度扩大

六、外资便利店审核放权的影响

第四节2019年中国便利店行业社会环境分析

一、城市化进程拓宽农村市场

二、新农村建设孕育消费潜力

三、基础设施建设促行业发展

四、城市社区建设及发展分析

五、中国中产阶层正逐渐壮大

第四章2019年中国便利店所属行业发展现状分析

第一节2019年中国消费品市场运行情况分析

一、2019年中国消费市场发展概况

二、2019年消费品零售总额分析

三、2019年消费零售总额主要数据

四、2019年居民消费价格情况分析

第二节2019年中国零售行业发展概况

一、2019年中国零售业发展概述

二、2019年零售业并购情况剖析

三、中国零售业信息化发展概况

四、2019年外资零售企业发展分析

五、2019年本土零售企业发展分析

第三节2019年中国便利店行业发展概况

- 一、中国便利店发展现状分析
- 二、中国便利店发展特点分析
- 三、中国主要便利店发展概况
- 四、外资便利店在华发展现状
- 五、中国连锁便利店企业排名

第四节2019年中国便利店行业市场规模分析

- 一、中国便利店总店数量统计
- 二、中国便利店门店规模统计
- 三、中国便利店销售规模统计

第五节国内外便利店发展模式分析

- 一、总部赢利模式分析
- 二、规模扩张模式分析
- 三、总部服务模式分析
- 四、总部投资模式分析
- 五、商品采购模式分析

第六节中国便利店发展问题及对策分析

- 一、中国便利店发展主要问题
- 二、连锁便利店发展问题分析
- 三、中国便利店发展策略分析
- 四、连锁便利店发展策略分析

第五章2019年中国加油站便利店发展分析

第一节国外加油站便利店发展现状分析

- 一、欧洲加油站便利店管理特点
- 二、欧洲加油站便利店服务特色
- 三、部分国家加油站便利店概况
 - （一）德国加油便利店经营特色
 - （二）南非的四位一体服务模式
 - （三）意大利图标语言特色服务

第二节中国加油站便利店发展现状及发展对策

- 一、中国加油站便利店经营概况

二、中国加油站便利店发展问题

三、加油便利店本土化经营分析

四、加油站便利店发展对策分析

第三节中国加油站便利店C营销策略分析

一、加油便利店消费者需求分析

二、加油便利店消费者愿付成本

三、加油便利店客户便利性策略

四、加油便利店消费者沟通策略

第四节中国加油站便利店市场细分策略分析

一、城区加油站便利店营销策略

二、农村加油站便利店营销策略

三、高速路加油便利店营销策略

第六章2019年中国便利店行业营销策略分析

第一节连锁便利店的一般营销策略剖析

一、统一品牌形象设计

二、商品的选择与配置

三、门店统一促销策略

四、商品配送策略分析

第二节中国便利店商品定价策略分析

一、价格弹性定价策略

二、价值导向定价策略

三、服务差别定价策略

四、商品模糊定价策略

五、价格分割定价策略

第三节中国便利店的产品策略分析

一、提高门店商品陈列利用率

二、正确进行商品类型的选择

三、避免货架存在大面积空位

四、便利店商品定位策略分析

第四节中国便利店的分销策略分析

一、便利店分销渠道策略分析

- 二、建立统一的网络配送系统
- 三、加快商品周转以减少库存
- 四、完善信息系统以合理配送

第七章2019年中国便利店市场竞争态势分析

第一节中国便利店行业竞争现状分析

- 一、中国便利店的竞争力分析
- 二、中国便利店竞争格局分析
- 三、外资便利店在华发展情况
- 四、区域型便利店的发展情况

第二节中国便利店发展的SWOT分析

- 一、便利店的发展优势
- 二、便利店的发展劣势
- 三、便利店的发展机遇
- 四、便利店的发展威胁

第三节中国便利店企业竞争策略分析

- 一、门店开发拓展策略
- 二、信息化建设及管理
- 三、电子商务应用策略
- 四、品牌的培育和管理
- 五、人力资源管理策略
- 六、企业文化建设策略

第八章2019年中国便利店竞争行业发展概况

第一节百货业发展分析

- 一、连锁百货门店规模统计
- 二、连锁百货销售规模统计
- 三、连锁百货企业排名情况
- 四、本土百货发展优势分析
- 五、百货行业经营模式分析
- 六、百货业盈利能力分析
- 七、百货业布局二三线城市

第二节超市业发展分析

一、超市业发展现状

- (一) 超市门店规模统计
- (二) 超市从业人数统计
- (三) 超市销售规模统计
- (四) 超市营业面积分析
- (五) 超市经营情况分析

二、超市业竞争分析

- (一) 超市业竞争格局
- (二) 超市行业集中度
- (三) 外资超市扩张放缓
- (四) 中外超市竞争情况
- (五) 连锁超市区域竞争
- (六) 连锁超市并购分析

第三节购物中心业态发展分析

一、世界购物中心分类情况分析

二、中国购物中心类型形态界定

三、中国购物中心发展阶段分析

四、中国购物中心发展规模分析

五、中国购物中心发展指数分析

- (一) 上海购物中心发展指数
- (二) 北京购物中心发展指数
- (三) 深圳购物中心发展指数
- (四) 广州购物中心发展指数

六、中国购物中心开发投资情况

七、中国购物中心主力店分布特点

八、中国购物中心发展策略分析

九、购物中心未来发展前景分析

第四节仓储式商场发展分析

一、仓储式商场发展历史浅析

二、仓储式商场营销特点分析

三、中国仓储式商场存在的问题

四、发展仓储式商场的对策建议

第九章2019年中国重点省市便利店发展分析

第一节北京便利店行业发展分析

一、北京便利店宏观环境分析

二、北京市消费品零售额分析

三、北京便利店行业发展概况

四、北京便利店发展策略分析

五、北京市未来商业发展规划

第二节上海便利店行业发展分析

一、上海便利店宏观环境分析

二、上海市消费品零售额分析

三、上海便利店行业发展概况

四、上海便利店竞争态势分析

五、上海便利店发展问题分析

六、上海便利店发展策略分析

第三节广州便利店行业发展分析

一、广州便利店宏观环境分析

二、广州市消费品零售额分析

三、广州便利店行业发展概况

四、广州便利店发展问题分析

五、广州便利店竞争态势分析

第四节深圳便利店行业发展分析

一、深圳便利店宏观环境分析

二、深圳市消费品零售额分析

三、深圳零售业发展历程分析

四、深圳便利店行业发展概况

五、深圳网络便利店发展概况

第五节东莞便利店行业发展分析

一、东莞便利店宏观环境分析

二、东莞市消费品零售额分析

三、东莞便利店行业发展概况

四、东莞网络便利店发展概况

第六节天津便利店行业发展分析

一、天津便利店宏观环境分析

二、天津市消费品零售额分析

三、天津便利店行业发展概况

四、天津便利店发展问题分析

五、天津便利店发展对策分析

第七节武汉便利店行业发展分析

一、武汉便利店宏观环境分析

二、武汉市消费品零售额分析

三、武汉便利店行业发展概况

四、武汉便利店市场格局分析

第八节成都便利店行业发展分析

一、成都便利店宏观环境分析

二、成都市消费品零售额分析

三、成都便利店行业发展概况

四、成都便利店竞争格局分析

五、便利店电子商务发展分析

六、便利店电子商务发展策略

第九节重庆便利店行业发展分析

一、重庆便利店宏观环境分析

二、重庆市消费品零售额分析

三、重庆便利店行业发展概况

四、重庆便利店发展动态分析

第十节江苏便利店行业发展分析

一、江苏便利店宏观环境分析

二、江苏省消费品零售额分析

三、江苏便利店行业发展概况

四、江苏便利店行业发展动态

第十一节浙江便利店行业发展分析

一、浙江便利店宏观环境分析

二、浙江省消费品零售额分析

三、浙江便利店行业发展概况

四、浙江便利店行业发展动态

第十二节 山东便利店行业发展分析

一、山东便利店宏观环境分析

二、山东省消费品零售额分析

三、山东便利店行业发展概况

四、山东便利店行业发展动态

第十三节 福建便利店行业发展分析

一、福建便利店宏观环境分析

二、福建省消费品零售额分析

三、福建便利店发展潜力分析

四、福建便利店行业发展规划

第十章 中国主要便利店经营情况分析

第一节 -Eleven便利店

一、7Eleven便利店基本概况

二、7Eleven便利店配送系统

三、7Eleven便利店经营特色

四、7Eleven便利店经营分析

五、7Eleven便利店在华布局

第二节 农工商集团便利店

一、农工商便利店基本情况

二、农工商便利店规模分析

三、农工商便利店发展历程

四、农工商便利店经营分析

五、好德便利店经营特点分析

六、可的便利店数据系统概况

第三节 OK便利店

一、OK便利店基本情况

二、OK便利店经营特点

三、OK便利店经营情况

四、OK便利店加盟概况

第四节东莞市糖酒集团美宜佳便利店

一、美宜佳基本情况分析

二、美宜家经营情况分析

三、美宜家物流中心概况

四、美宜家营销模式分析

第五节上海联华快客便利有限公司

一、快客便利店基本情况

二、快客便利店发展概况

三、快客便利店经营情况

四、快客便利店经营策略

第六节罗森便利店

一、罗森便利店基本情况

二、罗森便利店经营特色

三、罗森便利店运营分析

四、罗森便利店在华概况

第七节苏果便利店

一、苏果便利店基本情况

二、苏果便利店网点分布

三、苏果便利店经营情况

第八节天福便利店

一、天福便利店基本情况

二、天福便利店发展历程

三、天福便利店服务类型

四、天福便利店资质能力

第九节上好便利店

一、上好便利店基本情况

二、上好便利店加盟概述

三、上好便利店经营分析

四、上好便利店营销模式

第十节山西省太原唐久便利店

一、唐久便利店基本情况

二、唐久便利店经营情况

三、唐久便利店物流中心

第十一章BB中国便利店行业发展趋势及前景预测

第一节BB中国零售业发展前景分析

一、中国商业发展热点预测

二、中国零售行业发展趋势

三、中国消费市场发展方向

四、中国商业发展目标分析

五、零售行业市场规模预测

（一）社会消费品零售额预测

（二）零售行业商品零售额预测

（三）连锁零售商品零售额预测

第二节中国便利店的发展趋势与前景分析

一、中国便利店的发展趋势分析

二、中国便利店的发展方向分析

三、第五代便利店发展前景分析

四、中国加油站便利店发展前景

五、中国便利店的发展前景分析

第三节BB中国便利店行业发展预测

一、中国便利店市场竞争预测

二、中国便利店发展规模预测

三、中国便利店销售规模预测

第十二章BB中国便利店行业投资可行性分析

第一节中国便利店行业投资概述

一、便利店的投资环境分析

二、投资便利店的主要条件

三、便利店投资效益的估算

第二节中国便利店行业投资风险分析

一、便利店产业政策风险

二、便利店市场竞争风险

三、便利店物流配送风险

第三节中国便利店行业投资机会与策略分析

一、社区便利店投资机会分析

二、中国便利店区域投资分析

三、中国便利店投资策略分析

第十三章中国便利店投融资及IPO上市策略指导

第一节便利店融资渠道与选择分析

一、便利店融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

四、适度债权融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节便利店境内IPO上市目的及条件

一、便利店境内上市主要目的

二、便利店上市需满足的条件

（一）企业境内主板IPO主要条件

（二）企业境内中小板IPO主要条件

（三）企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节便利店IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

（一）企业上市前综合评估

（二）企业的内部规范重组

（三）选择并配合中介机构

（四）应如何选择中介机构

第四节便利店IPO上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第五节企业IPO上市审核工作流程

一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

图表目录：

图表中国零售业态的演进历程

图表中国无店铺零售业态分类及基本特点

图表便利店与超市的区别

图表跨国零售业进入模式

图表跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表日本便利店首次进入海外部分市场情况

图表“;”在新加坡的店铺类型

图表上海罗森便利店与联华便利店的加盟店条件之比较

图表2019年国内生产总值构成及增长速度统计

图表-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表2019年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图

图表2019年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速

图表-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表-2019年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表2019年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表城镇人均现金消费支出额变化趋势图

图表农村人均现金消费支出额变化趋势图

图表2019年中国居民消费者信心指数月度变化情况

图表中国便利店行业的主要法律法规列表

图表-2019年中国城镇化率变化趋势图

图表2019年中国社会消费品零售总额构成情况

图表2019年社会消费品零售总额分月同比增长率变化趋势图

图表2019年社会消费品零售总额主要数据

图表-2019年中国限额以上连锁零售业商品销售额变化趋势图

图表-2019年全国居民消费价格涨跌幅变化趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/230655.html>