

2021-2027年中国便利店市 场评估与投资前景预测报告

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

《2021-2027年中国便利店市场评估与投资前景预测报告》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/202101/200014.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：ConvenienceStore），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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国便利店市场评估与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了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：

第一部分产业环境透视

第一章便利店行业概况及特性分析1

第一节零售行业相关概述1

一、零售行业的定义1

二、零售贸易的特征2

三、零售业准入条件3

1、注册登记条件3

2、资金投入条件4

3、技术设备条件5

四、零售业业态划分标准和发展规律5

1、国家零售业分类标准5

2、零售业发展规律8

第二节便利店相关概述9

一、便利店的定义9

二、便利店的分类10

三、便利店的特征10

第三节便利店选址分析11

一、便利店店址选择原则11

二、交通条件与店址选择12

三、客流规律与店址选择14

四、竞争店铺与店址选择14

五、地形特点与店址选择15

六、城市规划与店址选择15

第四节便利店行业概述16

一、便利店行业发展历程16

二、便利店行业发展条件19

三、便利店经营成功要素19

第五节便利店行业产业链分析20

一、便利店行业产业链简述20

二、便利店行业产业链上游分析21

三、便利店行业产业链下游分析21

第二章2019年全球便利店行业运行状况分析22

第一节2019年全球零售行业发展概况22

一、国际零售业特点分析22

二、跨国零售商海外模式22

三、西方零售业态的理论24

四、零售巨头的发展分析27

第二节国外便利店经营特点分析32

一、连锁化程度较高32

二、营销手段较丰富33

三、信息技术先进化35

四、服务功能综合化36

五、发展日趋国际化38

第三节2019年美国便利店发展分析39

一、美国便利店行业发展历程39

二、2019年美国便利店行业发展概况40

三、美国便利店行业发展趋势42

第四节2019年日本便利店发展分析43

一、2019年日本便利店发展概况43

二、日本便利店现状分析43

三、日本便利店发展特点44

四、日便利店国际化战略45

第五节2019年台湾便利店发展分析49

一、台湾零售业发展综述49

二、2019年台湾便利店发展概况49

三、台湾便利店发展特点50

四、台湾便利店发展优势51

第六节2019年英国便利店发展分析52

一、英国零售业发展综述52

二、2019年英国便利店发展概况54

三、英国便利店绿色计划55

四、英国特易购发展剖析55

第三章2019年中国便利店行业发展环境分析57

第一节中国便利店行业宏观经济环境分析57

一、2019年中国GDP增长情况分析57

二、2019年工业经济发展形势分析58

三、2019年全社会固定资产投资分析59

四、2019年城乡居民收入与消费分析61

五、2019年对外贸易的发展形势分析61

第二节2019年中国便利店行业政策环境分析62

一、中国零售连锁行业管理体制62

二、便利店的相关法律法规介绍64

三、商品零售场所限塑令的实施64

四、扩大内需政策对便利店影响64

五、零售业态分等定级制度扩大65

六、外资便利店审核放权的影响65

第三节2019年中国便利店行业社会环境分析66

一、城市化进程拓宽农村市场66

- 二、新农村建设孕育消费潜力67
- 三、基础设施建设促行业发展68
- 四、城市社区建设及发展分析68
- 五、中国中产阶级正逐渐壮大70
- 第四节2019年中国便利店行业消费环境分析70
 - 一、中国城乡居民消费支出情况70
 - 二、中国城镇居民消费特点分析71
 - 三、中国农村居民消费特点分析72

第二部分行业深度分析

第四章2019年中国便利店行业发展现状分析76

第一节2019年中国便利店行业发展概况76

- 一、中国便利店发展现状分析76
- 二、中国便利店发展特点分析79
- 三、中国主要便利店发展概况79
- 四、外资便利店在华发展现状80
- 五、2019年中国连锁便利店40强企业排行榜82

第二节中国便利店行业供求分析85

- 一、中国便利店行业供给状况分析85
- 二、中国便利店行业需求状况分析85
- 三、中国便利店行业整体供求平衡分析85

第三节2019年中国便利店行业市场规模分析86

- 一、中国便利店总店数量统计86
- 二、中国便利店门店规模统计86
- 三、中国便利店销售规模统计88

第四节国内外便利店发展模式分析88

- 一、总部赢利模式分析88
- 二、规模扩张模式分析89
- 三、总部服务模式分析89
- 四、总部投资模式分析89
- 五、商品采购模式分析90

第五节中国便利店发展问题及对策分析90

- 一、中国便利店发展主要问题90
- 二、连锁便利店发展问题分析91
- 三、中国便利店发展策略分析92
- 四、连锁便利店发展策略分析94

第五章2019年中国加油站便利店发展分析96

第一节国外加油站便利店发展现状分析96

- 一、欧洲加油站便利店管理特点96
- 二、欧洲加油站便利店服务特色97
- 三、部分国家加油站便利店概况98
 - 1、德国加油便利店经营特色98
 - 2、南非的四位一体服务模式99
 - 3、意大利图标语言特色服务100

第二节中国加油站便利店发展现状及发展对策101

- 一、中国加油站便利店经营概况101
- 二、中国加油站便利店发展问题101
- 三、加油便利店本土化经营分析102
- 四、加油站便利店发展对策分析102

第三节中国加油站便利店营销策略分析103

- 一、加油便利店消费者需求分析103
- 二、加油便利店消费者愿付成本103
- 三、加油便利店客户便利性策略104
- 四、加油便利店消费者沟通策略104

第四节中国加油站便利店市场细分策略分析105

- 一、城区加油站便利店营销策略105
- 二、农村加油站便利店营销策略105
- 三、高速路加油便利店营销策略106

第六章2019年中国便利店行业营销策略分析107

第一节连锁便利店的一般营销策略剖析107

- 一、统一品牌形象设计107
- 二、商品的选择与配置107

三、门店统一促销策略111

四、商品配送策略分析112

第二节中国便利店商品定价策略分析114

一、价格弹性定价策略114

二、价值导向定价策略115

三、服务差别定价策略115

四、商品模糊定价策略115

五、价格分割定价策略115

第三节中国便利店的产品策略分析115

一、提高门店商品陈列利用率115

二、正确进行商品类型的选择116

三、避免货架存在大面积空位116

四、便利店商品定位策略分析116

第四节中国便利店的分销策略分析117

一、便利店分销渠道策略分析117

二、建立统一的网络配送系统118

三、加快商品周转以减少库存119

四、完善信息系统以合理配送119

第三部分竞争格局分析

第七章2019年中国便利店O2O模式应用发展分析120

第一节便利店O2O模式基本概述120

一、便利店O2O的含义120

二、便利店O2O发展概况120

三、便利店O2O运行模式122

第二节便利店O2O主要模式发展分析126

一、商圈O2O便利店126

二、社区O2O便利店127

三、校园O2O便利店128

四、未来模式发展趋势129

第三节便利店O2O运行模式相关建议130

一、实体超市主导模式130

二、电商企业主导模式131

三、物流公司主导模式131

第四节便利店O2O营销模式构建分析131

一、构建形式简介131

二、信息系统建设132

三、全渠道销售协同134

四、经营服务项目设置135

五、优化物流配送体系137

第八章2019年中国便利店行业市场竞争态势分析138

第一节中国便利店行业竞争现状分析138

一、中国便利店的竞争力分析138

二、中国便利店竞争格局分析138

三、外资便利店在华发展情况138

四、区域型便利店的发展情况139

第二节便利店行业竞争力分析140

一、便利店行业新进入者威胁140

二、便利店行业替代产品威胁140

三、便利店行业内部竞争140

四、便利店行业上游议价能力141

五、便利店行业下游议价能力142

第三节中国便利店企业竞争策略分析142

一、门店开发拓展策略142

二、信息化建设及管理144

三、电子商务应用策略145

四、品牌的培育和管理145

五、人力资源管理策略146

六、企业文化建设策略146

第九章2019年中国便利店竞争行业发展分析148

第一节2019年中国百货业发展分析148

一、连锁百货门店规模统计148

二、连锁百货销售规模统计	149
三、连锁百货企业排名情况	149
四、本土百货发展优势分析	149
五、百货行业经营模式分析	151
六、中国百货业跨界商发展	152
七、百货业布局二三线城市	154
第二节2019年中国超市业发展分析	155
一、中国连锁超市发展概述	155
二、中国超市业态发展规模	157
三、中国连锁超市企业排名	157
四、外资超市在华扩张情况	158
五、本土超市营销战略分析	159
六、中国本土仓储式超市动态	159
七、超市消费者购买行为分析	160
第三节2019年中国购物中心发展分析	161
一、世界购物中心分类情况分析	161
二、中国购物中心类型形态界定	164
三、中国购物中心发展阶段分析	164
四、中国购物中心发展规模分析	166
五、中国购物中心发展指数分析	166
六、中国购物中心开发投资情况	169
七、中国购物中心发展策略分析	171
八、购物中心未来发展前景分析	172
第四节2019年中国仓储式商场发展分析	173
一、仓储式商场发展历史浅析	173
二、仓储式商场营销特点分析	174
三、中国仓储式商场存在的问题	175
四、发展仓储式商场的对策建议	176
第五节2019年中国网上便利店发展分析	178
一、网上便利店市场规模	178
二、网上便利店发展特点	179
三、网上便利店发展前景分析	184

第十章2019年中国重点省市便利店发展分析186

第一节2019年深圳便利店行业发展分析186

一、深圳便利店宏观环境分析186

二、深圳市消费品零售额分析187

三、深圳便利店行业发展概况188

四、深圳便利店发展策略分析189

第二节2019年东莞便利店行业发展分析189

一、东莞便利店宏观环境分析189

二、东莞市消费品零售额分析195

三、东莞便利店行业发展概况195

四、东莞便利店竞争态势分析196

五、东莞便利店发展问题分析196

六、东莞便利店发展策略分析197

第三节2019年太原便利店行业发展分析199

一、太原便利店宏观环境分析199

二、太原市消费品零售额分析204

三、太原便利店行业发展概况206

四、太原便利店发展问题分析206

五、太原便利店竞争态势分析208

第四节2019年厦门便利店行业发展分析209

一、厦门便利店宏观环境分析209

二、厦门市消费品零售额分析216

三、厦门便利店行业发展概况220

四、厦门便利店发展问题分析222

五、厦门便利店发展对策分析222

第五节2019年呼和浩特市便利店行业发展分析223

一、呼和浩特市便利店宏观环境分析223

二、呼和浩特市市消费品零售额分析226

三、呼和浩特市便利店行业发展概况226

四、呼和浩特市便利店市场格局分析228

第六节2019年上海便利店行业发展分析229

一、上海便利店宏观环境分析229

二、上海市消费品零售额分析233

三、上海便利店行业发展概况233

四、上海便利店竞争格局分析233

五、便利店电子商务发展分析234

六、便利店电子商务发展策略235

第七节2019年温州便利店行业发展分析236

一、温州便利店宏观环境分析236

二、温州市消费品零售额分析237

三、温州便利店行业发展概况237

四、温州便利店发展动态分析238

第八节2019年成都便利店行业发展分析239

一、成都便利店宏观环境分析239

二、成都市消费品零售额分析243

三、成都便利店行业发展概况243

四、农村科技服务便利店分析244

第九节2019年广州便利店行业发展分析246

一、广州便利店宏观环境分析246

二、广州市消费品零售额分析250

三、广州便利店行业发展概况251

四、广州便利店行业发展动态252

第十节2019年乌鲁木齐便利店行业发展分析254

一、乌鲁木齐便利店宏观环境分析254

二、乌鲁木齐省消费品零售额分析255

三、乌鲁木齐便利店行业发展概况256

四、乌鲁木齐便利店行业发展动态257

第十一章2019年中国主要便利店企业经营情况分析259

第一节中国石化销售有限公司259

一、易捷便利店基本概况259

二、易捷便利店配送系统259

三、易捷便利店经营特色259

四、易捷便利店经营分析260

第二节中国石油销售公司260

一、昆仑好客便利店基本情况260

二、昆仑好客便利店规模分析261

三、昆仑好客便利店经营分析261

四、昆仑好客便利店经营特点分析262

第三节东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司263

一、美宜佳基本情况分析263

二、美宜家经营情况分析263

三、美宜家物流中心概况264

四、美宜家营销模式分析264

第四节广东天福连锁商业有限公司264

一、天福便利店基本情况264

二、天福便利店发展历程265

三、天福便利店服务类型265

四、天福便利店资质能力265

第五节浙江供销超市有限公司家连便利分公司266

一、浙江供销超市有限公司家连便利店基本情况266

二、供销便利和家连便利经营特色266

三、供销便利和家连便利店运营分析266

第六节7-Eleven便利店267

一、7-Eleven便利店基本概况267

二、7-Eleven便利店配送系统268

三、7-Eleven便利店经营特色276

四、7-Eleven便利店经营分析279

五、7-Eleven便利店在华布局283

第七节上海联华快客便利有限公司283

一、快客便利店基本情况283

二、快客便利店发展概况284

三、快客便利店经营情况284

四、快客便利店经营策略285

第八节广东上好便利店有限公司286

一、上好便利店基本情况	286
二、上好便利店加盟概述	287
三、上好便利店经营分析	291
四、上好便利店营销模式	291
第九节农工商超市（集团）有限公司	293
一、农工商便利店基本情况	293
二、农工商便利店规模分析	294
三、农工商便利店发展历程	295
四、农工商便利店经营分析	298
五、好德便利店经营特点分析	298
六、可的便利店数据系统概况	299
第十节浙江十足商贸有限公司	302
一、浙江十足便利店基本情况	302
二、浙江十足便利店发展概况	303
三、浙江十足便利店发展策略	304
四、之上便利店发展特点分析	305
第十一节成都红旗连锁股份有限公司	306
一、红旗连锁便利店基本情况	306
二、红旗连锁便利店发展概况	306
三、红旗连锁便利店经营分析	306
第十二节山西省太原唐久便利店	307
一、唐久便利店基本情况	307
二、唐久便利店经营情况	308
三、唐久便利店物流中心	308
第十三节华润苏果便利超市有限公司	310
一、苏果便利店基本情况	310
二、苏果便利店网点分布	310
三、苏果便利店经营情况	310
第十四节四川省互惠商业有限责任公司	311
一、互惠便利店基本情况	311
二、互惠便利店发展概况	311
第十五节全家便利店	312

- 一、全家便利店基本情况312
- 二、全家便利店发展概况312
- 三、全家便利店经营分析314

第四部分发展前景展望

第十二章2019年中国便利店行业发展趋势及前景预测376

第一节2019年中国零售业发展前景分析376

- 一、中国商业发展热点预测376
- 二、中国零售行业发展趋势378
- 三、中国消费市场发展方向381
- 四、中国商业发展目标分析383

第二节零售行业市场规模预测385

- 一、2021-2027年社会消费品零售额预测385
- 二、2021-2027年零售行业商品零售额预测386
- 三、2021-2027年连锁零售商品零售额预测386

第三节中国便利店的发展趋势与前景分析387

- 一、中国便利店的发展趋势分析387
- 二、中国便利店的发展方向分析388
- 三、第五代便利店发展前景分析391
- 四、中国加油站便利店发展前景392
- 五、中国便利店的发展前景分析394

第四节2021-2027年中国便利店行业发展预测394

- 一、中国便利店市场竞争预测394
- 二、中国便利店发展规模预测395
- 三、中国便利店销售规模预测397

第五部分发展战略研究

第十三章2021-2027年中国便利店行业投资可行性分析399

第一节中国便利店行业投资概述399（ ）

- 一、便利店的投资环境分析399
- 二、投资便利店的主要条件400
- 三、便利店投资效益的估算402

第二节中国便利店行业投资风险分析407

一、便利店产业政策风险407

二、便利店市场竞争风险408

三、便利店物流配送风险409

第三节中国便利店行业投资机会与策略分析413

一、社区便利店投资机会分析413

二、中国便利店区域投资分析416

三、中国便利店投资策略分析416

第十四章中国便利店融资分析417

第一节便利店融资方法与渠道简析417

第二节利用股权融资谋划企业发展机遇419

第三节利用政府杠杆拓展企业融资渠道419

第四节适度债权融资配置自身资本结构420

第五节关注民间资本和外资的投资动向420 ()

部分图表目录：

图表：便利店行业全供应链20

图表：2014-2019年美国便利店数量情况41

图表：2019年美国便利店数量最多的前十个州42

图表：2014-2019年日本便利店数量情况44

图表：2014-2019年日本便利店销售收入情况44

图表：日本的7-11便利店目前有两种加盟模式48

图表：2007-2019年我国季度GDP增长率57

图表：2010-2019年我国三次产业增加值季度增长率58

图表：2010-2019年我国工业增加值走势图59

图表：2009-2019年固定资产投资增速走势图60

图表：2014-2019年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率60

图表：2009-2019年进出口走势图62

图表：中国零售连锁行业管理体制63

图表：2019年全国居民人均消费支出及构成71

图表：2014-2019年我国便利店总店数量情况86

图表：2014-2019年我国便利店门店数量情况87

图表：2014-2019年我国便利店营业总面积情况87

图表：2014-2019年我国便利店商品销售额情况88

图表：欧洲加油站便利店管理特点96

图表：某一711便利店商品结构分析111

图表：便利店分销渠道118

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200014.html>