

# 2022-2028年中国便利店行业深度分析与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国便利店行业深度分析与投资潜力分析报告》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.abaogao.com/b/maoyi/006189KRAY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国便利店行业深度分析与投资潜力分析报告》共十二章。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：

### 第一章 便利店行业相关概述

#### 1.1 便利店相关概述

##### 1.1.1 便利店的概念

##### 1.1.2 便利店的分类

##### 1.1.3 与超市的区别

#### 1.2 便利店业态特征

##### 1.2.1 距离的便利性

##### 1.2.2 即时的便利性

##### 1.2.3 时间的便利性

##### 1.2.4 服务的便利性

### 第二章 2016-2020年零售及新零售行业发展综述

#### 2.1 零售和新零售行业概述

##### 2.1.1 零售业基本介绍

##### 2.1.2 新零售概念界定

##### 2.1.3 新零售时代来临

- 2.1.4 零售与新零售对比
- 2.2 2016-2020年零售行业发展分析
  - 2.2.1 零售行业发展变革
  - 2.2.2 零售市场发展特征
  - 2.2.3 社会消费品零售额
  - 2.2.4 百强企业零售规模
  - 2.2.5 主要业态运行状况
  - 2.2.6 行业发展存在问题
  - 2.2.7 行业发展策略建议
- 2.3 2016-2020年新零售行业发展状况
  - 2.3.1 新零售驱动因素
  - 2.3.2 新零售行业特点
  - 2.3.3 新零售产业图谱
  - 2.3.4 新零售效益成本
  - 2.3.5 新零售发展热点
- 2.4 新零售行业发展措施建议
  - 2.4.1 发挥大数据的作用
  - 2.4.2 构建商业治理体系
  - 2.4.3 建设农产品供应链
  - 2.4.4 推动企业“走出去”
- 2.5 新冠疫情展现未来新零售发展方向
  - 2.5.1 生鲜商品线上消费
  - 2.5.2 模式弹性灵活应对疫情变化
  - 2.5.3 被迫上线的消费者粘性问题的

### 第三章 2016-2020年国际便利店行业发展综况

- 3.1 日本便利店行业发展状况
  - 3.1.1 行业发展阶段
  - 3.1.2 市场发展规模
  - 3.1.3 行业带动作用
  - 3.1.4 主要品牌分析
  - 3.1.5 行业传统困境

- 3.1.6 行业变革方向
- 3.2 美国便利店行业发展状况
  - 3.2.1 行业基本定义
  - 3.2.2 零售市场规模
  - 3.2.3 行业发展概况
  - 3.2.4 行业营销技术
- 3.3 中国台湾便利店行业发展
  - 3.3.1 行业发展特点
  - 3.3.2 行业运行状况
  - 3.3.3 O2O运营模式

#### 第四章 2016-2020年中国便利店行业发展环境

- 4.1 经济环境
  - 4.1.1 宏观经济发展概况
  - 4.1.2 对外经济发展现状
  - 4.1.3 服务行业运行状况
  - 4.1.4 国内宏观经济展望
- 4.2 社会环境
  - 4.2.1 人口结构分析
  - 4.2.2 居民收入水平
  - 4.2.3 居民消费水平
  - 4.2.4 消费市场特征
  - 4.2.5 移动支付普及
- 4.3 政策环境
  - 4.3.1 居民生活服务规划
  - 4.3.2 加快流通促进消费
  - 4.3.3 供应链创新与应用
  - 4.3.4 促进消费升级意见
  - 4.3.5 便利店品牌化建设
  - 4.3.6 区域配套扶持政策

#### 第五章 2016-2020年中国便利店行业发展分析

- 5.1 2016-2020年便利店市场发展状况
  - 5.1.1 营商环境分析
  - 5.1.2 市场销售规模
  - 5.1.3 行业门店数量
  - 5.1.4 行业利润水平
  - 5.1.5 区域规模效应
- 5.2 中国便利店行业景气指数分析
  - 5.2.1 便利店总体景气指数
  - 5.2.2 便利店门店分项指数
  - 5.2.3 便利店门店销售情况
  - 5.2.4 便利店门店客户分析
- 5.3 中国便利店市场竞争状况分析
  - 5.3.1 市场竞争概况
  - 5.3.2 品牌竞争状况
  - 5.3.3 市场份额占比
  - 5.3.4 区域发展格局
  - 5.3.5 电商企业布局
  - 5.3.6 日系便利店竞争
- 5.4 中国便利店内部管理状况调研
  - 5.4.1 便利店业务开展
  - 5.4.2 便利店运营难点
  - 5.4.3 便利店人才储备
  - 5.4.4 便利店商品结构
- 5.5 外资便利店品牌在我国布局分布状况
  - 5.5.1 京津地区
  - 5.5.2 华东地区
  - 5.5.3 川渝地区
  - 5.5.4 珠三角地区
- 5.6 中国便利店发展存在的主要问题
  - 5.6.1 盲目扩张问题
  - 5.6.2 商品缺乏特色
  - 5.6.3 物流配送不足

- 5.6.4 信息管理不善
- 5.6.5 行业发展困局
- 5.7 中国便利店提升竞争力的策略分析
  - 5.7.1 实行连锁经营
  - 5.7.2 注重特色发展
  - 5.7.3 建立高效物流
  - 5.7.4 提升服务质量

## 第六章 中国无人便利店行业投资潜力分析

- 6.1 新零售推动便利店转型发展
  - 6.1.1 便利店时代变革
  - 6.1.2 便利店转型升级
  - 6.1.3 门店数字化转型
- 6.2 中国无人便利店市场引领新零售发展
  - 6.2.1 新零售产业链
  - 6.2.2 消费流程介绍
  - 6.2.3 发展模式演变
  - 6.2.4 市场发展规模
  - 6.2.5 市场发展机遇
- 6.3 国内外企业布局无人便利店发展动态
  - 6.3.1 亚马逊无人便利店
  - 6.3.2 7-11进军无人便利店
  - 6.3.3 阿里布局无人便利店
  - 6.3.4 京东智能无人便利店
  - 6.3.5 缤果盒子无人便利店
  - 6.3.6 苏宁无人店正式开业
- 6.4 中国无人便利店行业投资分析
  - 6.4.1 行业投资背景
  - 6.4.2 行业影响因素
  - 6.4.3 行业投资规模
  - 6.4.4 行业发展危机
  - 6.4.5 行业投资建议

## 第七章 中国便利店O2O模式应用发展分析

### 7.1 便利店O2O模式基本概述

#### 7.1.1 便利店O2O内涵界定

#### 7.1.2 便利店O2O发展概况

#### 7.1.3 便利店O2O运行模式

### 7.2 便利店O2O主要模式发展分析

#### 7.2.1 商圈O2O便利店

#### 7.2.2 社区O2O便利店

#### 7.2.3 校园O2O便利店

#### 7.2.4 未来模式发展趋势

### 7.3 便利店O2O运行模式相关建议

#### 7.3.1 实体超市主导模式

#### 7.3.2 电商企业主导模式

#### 7.3.3 物流公司主导模式

### 7.4 便利店O2O营销模式构建分析

#### 7.4.1 构建形式简介

#### 7.4.2 信息系统建设

#### 7.4.3 全渠道销售协同

#### 7.4.4 经营服务项目设置

#### 7.4.5 企业营销策略研究

## 第八章 中国便利店行业消费者行为调查研究

### 8.1 中国零售业消费特征剖析

#### 8.1.1 消费群体特征

#### 8.1.2 消费偏好特征

#### 8.1.3 消费内容特征

#### 8.1.4 消费方式特征

### 8.2 中国便利店消费者的特性研究

#### 8.2.1 研究目的和意义

#### 8.2.2 研究方法分析

#### 8.2.3 研究内容及结果

- 8.2.4 研究成果应用
- 8.3 中国便利店消费者行为分析
  - 8.3.1 消费者需求增加
  - 8.3.2 消费者偏好原因

## 第九章 中国便利店市场营销研究分析

- 9.1 中国便利店市场营销策略
  - 9.1.1 商品策略
  - 9.1.2 渠道策略
  - 9.1.3 价格策略
- 9.2 加油站便利店营销策略分析
  - 9.2.1 品牌策略
  - 9.2.2 商品策略
  - 9.2.3 价格策略
  - 9.2.4 促销策略
- 9.3 中国便利店营销核心竞争力探究
  - 9.3.1 财务角度分析
  - 9.3.2 能力提升方式
  - 9.3.3 抢占市场要素

## 第十章 便利店行业商业案例&mdash;&mdash;7-11经营模式解析

- 10.1 7-11便利店基本概况
  - 10.1.1 企业起源介绍
  - 10.1.2 控股集团业务
  - 10.1.3 企业门店数量
  - 10.1.4 企业经营状况
- 10.2 7-11便利店零售文化剖析
  - 10.2.1 卖方社会阶段
  - 10.2.2 买方社会阶段
  - 10.2.3 价值共创经营
- 10.3 7-11便利店核心竞争力分析
  - 10.3.1 供应端竞争优势

10.3.2 运营端创新模式

10.3.3 用户端服务升级

## 第十一章 中国便利店重点企业经营状况

### 11.1 便利店行业上市公司财务状况分析

11.1.1 上市公司规模

11.1.2 上市公司分布

11.1.3 经营状况分析

11.1.4 盈利能力分析

### 11.2 上海福满家便利有限公司（全家）

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 企业经营状况

11.2.3 品牌发展优势

11.2.4 品牌经营理念

### 11.3 上海联华超市股份有限公司

11.3.1 企业发展概述

11.3.2 企业经营状况

11.3.3 企业业务拓展

11.3.4 企业发展战略

### 11.4 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 企业发展理念

11.4.3 企业布局战略

11.4.4 企业发展战略

### 11.5 上海罗森便利有限公司

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 企业发展理念

11.5.3 企业布局历程

11.5.4 企业发展战略

### 11.6 永辉超市股份有限公司

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 经营效益分析

- 11.6.3 业务经营分析
- 11.6.4 财务状况分析
- 11.7 成都红旗连锁股份有限公司
  - 11.7.1 企业发展概况
  - 11.7.2 经营效益分析
  - 11.7.3 业务经营分析
  - 11.7.4 财务状况分析

## 第十二章 2022-2028年中国便利店行业发展前景及趋势预测

- 12.1 中国零售行业未来发展趋势
  - 12.1.1 商业结构调整优化（ ）
  - 12.1.2 发展方式创新协同
  - 12.1.3 跨界融合持续促进
  - 12.1.4 市场环境不断完善
- 12.2 中国便利店行业未来发展趋势
  - 12.2.1 全渠道整合
  - 12.2.2 媒体营销趋势
  - 12.2.3 品牌扩张态势
  - 12.2.4 增值服务增多
  - 12.2.5 分群促销方式
- 12.3 中国便利店行业发展前景分析
  - 12.3.1 行业数字化赋能
  - 12.3.2 便利店格局变化
  - 12.3.3 行业技术与渠道
  - 12.3.4 便利店业态融合
- 12.4 2022-2028年中国便利店行业预测分析
  - 12.4.1 2022-2028年中国便利店行业影响因素分析
  - 12.4.2 2022-2028年中国便利店行业销售额预测

### 图表目录

- 图表1 线上线下融合趋势显著
- 图表2 传统零售与新零售的区别

图表3 2020年全国社会消费品零售总额月度同比增长

图表4 2020年社会消费品零售总额主要数据

图表5 2016-2020年社会消费品零售总额增速（月度同比）

图表6 2016-2020年零售百强销售规模

图表7 2016-2020年零售百强销售规模占社会消费品零售总额的比重

图表8 2016-2020年零售百强销售规模增速与社会消费品零售总额增速对比

图表9 2016-2020年商务部零售业典型统计调查分业态增速

图表10 新零售发展驱动因素：消费升级

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/006189KRAY.html>