

# 2020-2026年中国便利店产业深度调研与竞争战略研究报告

## 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

《2020-2026年中国便利店产业深度调研与竞争战略研究报告》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/pifalingshou/J68941KL7N.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

炙手可热的便利店行业出现降温趋势。从整体来看，第三季度行业增长趋势放缓，行业整体发展出现小幅波动，但仍处于健康发展区间。

2019年第二季度便利店总体景气指数为70.25，高于荣枯线(荣枯线：50)20.25，环比下降1.59，同比去年下降3.7。截止到2019年第三季度便利店总体景气指数为64.12，高于荣枯线14.12，环比下降6.1，同比去年下降5.13。一方面由于融资来源突然中断，资金链断裂，从而引发关店潮。另一方面，无人店及无人货架在发展过程中的局限性也日益凸显，其面临的发展困境在逐步加大。再加上受季节周期性因素影响，房租、人力、水电等生产要素成本也未得到有效改善，2019年第三季度便利店行业的发展遇到了较大的挑战。

### 报告目录

#### 第1章：中国便利店行业发展综述

##### 1.1 中国便利店行业定义及分类

##### 1.2 中国便利店行业发展环境

###### 1.2.1 政策环境

###### 1.2.2 技术环境

###### 1.2.3 消费环境

###### 1.2.4 经济环境

##### 1.3 中国便利店行业关联行业分析

###### 1.3.1 商业地产行业发展现状分析

###### 1.3.2 物流行业发展现状分析

###### 1.3.3 电子商务行业发展分析

#### 第2章：国外便利店行业发展经验借鉴

##### 2.1 美国便利店行业发展经验与启示

###### 2.1.1 美国便利店行业发展现状分析

###### 2.1.2 美国便利店行业运营模式分析

###### 2.1.3 美国便利店行业发展经验借鉴

###### 2.1.4 美国便利店行业对我国的启示

##### 2.2 日本便利店行业发展经验与启示

###### 2.2.1 日本便利店行业运作模式

- 2.2.2 日本便利店行业发展经验分析
- 2.2.3 日本便利店行业对我国的启示
- 2.3 韩国便利店行业发展经验与启示
  - 2.3.1 韩国便利店行业运作模式
  - 2.3.2 韩国便利店行业发展经验分析
  - 2.3.3 韩国便利店行业对我国的启示
- 2.4 欧盟便利店行业发展经验与启示
  - 2.4.1 欧盟便利店行业运作模式
  - 2.4.2 欧盟便利店行业发展经验分析
  - 2.4.3 欧盟便利店行业对我国的启示

### 第3章：中国便利店行业发展现状分析

- 3.1 中国便利店行业发展特点分析
  - 3.1.1 即食品比例逐步上升
  - 3.1.2 自有品牌比例逐步上升
  - 3.1.3 加盟店比例逐步上升
  - 3.1.4 电子商务在便利店行业逐步应用
  - 3.1.5 移动支付技术在便利店已经普及
- 3.2 中国便利店行业发展规模分析
  - 3.2.1 行业销售规模
  - 3.2.2 行业门店数量规模
  - 3.2.3 行业日均销售额规模
- 3.3 中国便利店行业运营情况分析
  - 3.3.1 行业盈利能力分析
  - 3.3.2 行业运营成本分析
  - 3.3.3 行业成长性分析

### 第4章：中国便利店行业竞争及投资分析

- 4.1 中国便利店行业竞争分析
  - 4.1.1 行业企业竞争态势
  - 4.1.2 行业区域竞争态势
  - 4.1.3 主要区域便利店品牌数量

## 4.2 中国便利店行业投融资分析

### 4.2.1 行业投资总体情况

### 4.2.2 行业投资主体分析

### 4.2.3 行业投资动因分析

### 4.2.4 行业投资方式分析

### 4.2.5 行业投资趋势分析

## 第5章：中国便利店行业经营模式分析

### 5.1 好德、可的便利店经营模式分析

#### 5.1.1 经营模式简介

#### 5.1.2 经营模式优势

#### 5.1.3 经营模式不足

### 5.2 7-11便利店经营模式分析

#### 5.2.1 经营模式简介

#### 5.2.2 经营模式优势

#### 5.2.3 经营模式不足

## 第6章：中国便利店行业数字化变革分析

### 6.1 便利店行业数字化变革影响因素分析

#### 6.1.1 消费者层面的数字化变革

#### 6.1.2 互联网巨头推动便利店数字化变革

#### 6.1.3 传统便利店积极拥抱数字化变革

### 6.2 便利店行业数字化变革发展现状

#### 6.2.1 中国无人便利店市场规模

#### 6.2.2 中国无人便利店主要形态

### 6.3 互联网巨头布局数字化便利店

#### 6.3.1 京东

#### 6.3.2 阿里巴巴

### 6.4 传统便利店数字化变革案例分析

#### 6.4.1 7-11便利店

#### 6.4.2 全家便利店

#### 6.4.3 罗森

## 6.5 便利店数字化发展趋势及建议

### 第7章：中国便利店行业领先企业分析

#### 7.1 农工商超市（集团）有限公司

##### 7.1.1 公司发展简况分析

##### 7.1.2 企业主营业态分析

##### 7.1.3 公司门店分布情况

##### 7.1.4 企业经营情况分析

##### 7.1.5 企业经营优劣势分析

#### 7.2 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

##### 7.2.1 公司发展简况分析

##### 7.2.2 企业主营业态分析

##### 7.2.3 公司门店分布情况

##### 7.2.4 企业经营情况分析

##### 7.2.5 企业经营优劣势分析

#### 7.3 四川省互惠商业有限责任公司

##### 7.3.1 公司发展简况分析

##### 7.3.2 企业主营业态分析

##### 7.3.3 公司门店分布情况

##### 7.3.4 企业经营情况分析

##### 7.3.5 企业经营优劣势分析

#### 7.4 北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司

##### 7.4.1 公司发展简况分析

##### 7.4.2 企业主营业态分析

##### 7.4.3 公司门店分布情况

##### 7.4.4 企业经营情况分析

##### 7.4.5 企业经营优劣势分析

#### 7.5 全家便利商店股份有限公司

##### 7.5.1 公司发展简况分析

##### 7.5.2 企业主营业态分析

##### 7.5.3 公司门店分布情况

##### 7.5.4 企业经营情况分析

### 7.5.5 企业经营优劣势分析

## 7.6 柒 - 拾壹 (北京) 有限公司

### 7.6.1 公司发展简况分析

### 7.6.2 企业主营业态分析

### 7.6.3 公司门店分布情况

### 7.6.4 企业经营情况分析

### 7.6.5 企业经营优劣势分析

## 第8章：中国便利店行业发展趋势及投资建议

### 8.1 中国便利店行业发展趋势分析

#### 8.1.1 便利店行业市场趋势分析

#### 8.1.2 便利店行业竞争趋势

#### 8.1.3 便利店行业技术趋势

### 8.2 便利店行业投资特性分析

#### 8.2.1 便利店行业进入壁垒分析

#### 8.2.2 便利店行业投资风险分析

### 8.3 便利店行业投资潜力与建议

#### 8.3.1 便利店行业投资机会剖析

#### 8.3.2 便利店行业投资潜力分析

#### 8.3.3 行业投资建议

## 图表目录

图表1：中国便利店行业定义

图表2：2016-2019年商业地产投资完成额情况（单位：亿元，%）

图表3：2016-2019年商业地产销售面积情况（单位：万平方米，%）

图表4：2016-2019年商业用地地价季度变化情况（单位：元/平方米，%）

图表5：2020-2026年商业地产投资完成额预测情况（单位：亿元）

图表6：2016-2019年中国社会物流总额变动情况（单位：万亿元，%）

图表7：2019年中国社会物流总额构成（单位：%）

图表8：2016-2019年中国社会物流总费用及GDP比重（单位：万亿元，%）

图表9：2016-2019年中国社会物流总费用变动情况（单位：万亿元，%）

图表10：2019年中国社会物流总费用构成占比（单位：%）

图表11：2016-2019年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元）

图表12：促进我国移动电子商务健康发展的举措

图表13：美国便利店行业发展历程

图表14：美国便利店数量及增速

图表15：美国便利店各品类占比

图表16：便利店即食食品比例

图表17：便利店自有品牌比例

图表18：便利店加盟店比例

图表19：便利店电子商务应用比例

图表20：便利店移动支付应用比例

图表21：2016-2019年中国便利店行业销售规模

图表22：2016-2019年中国便利店行业门店数量规模

图表23：2016-2019年中国便利店行业日均销售规模

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/J68941KL7N.html>