

2014-2020年中国便利店市 场深度研究与投资前景调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2020年中国便利店市场深度研究与投资前景调研报告》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/K77161NVIV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

第一章 便利店相关概述 14

1.1 便利店简介 14

1.1.1 便利店的定义 14

1.1.2 便利店的分类 14

1.1.3 便利店的特征 14

1.1.4 便利店与超市的区别 15

1.2 便利店行业概述 16

1.2.1 便利店行业的发展历程 16

1.2.2 便利店行业发展的条件 18

1.2.3 便利店行业经营的成功要素 21

1.3 中国便利店的管理体制 23

1.3.1 中国便利店的主管部门 23

1.3.2 便利店的相关法律法规 24

第二章 2013年全球便利店发展情况分析 27

2.1 2013年世界零售业发展总体分析 27

2.1.1 国际零售业的发展特点 27

2.1.2 跨国零售企业进入海外市场的模式 29

2.1.3 西方零售业态发展的两个理论分析 33

2.1.4 国际三大零售巨头发展历程及启示 37

2.2 世界部分国家和地区便利店发展情况 41

2.2.1 美国便利店行业发展情况 41

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 44

2.2.5 日本便利店进入新的竞争时期 45

2.3 2014-2020年世界便利店发展趋势分析 48

2.3.1 商品销售中心 48

2.3.2 社会服务中心 49

2.3.3 物流中心 49

2.3.4 信息中心 49

第三章 2013年世界知名便利店运行透析 50

3.1 日本伊藤洋华堂 50

3.1.1 便利店基本概况 50

3.1.2 日本伊藤洋华堂的经营特色 51

3.1.3 日本伊藤洋华堂的经营之道 53

3.1.4 日本伊藤洋华堂公司食品物流系统 59

3.1.5 日本伊藤洋华堂在华经营情况分析 62

3.2 7-11便利店 63

3.2.1 便利店基本概况 63

3.2.2 7-11便利店的配送系统 65

3.2.3 7-11便利店经营特色分析 66

3.2.4 7-11便利店在华运行情况分析 72

3.2.5 7-11便利店中国版图加速发展 74

3.3 日本罗森株式会社 75

3.3.1 罗森基本概述 75

3.3.2 罗森经营特色分析 76

3.3.3 2013年罗森便利店经营情况 76

3.3.4 2013年罗森在华投资运营情况 77

第四章 2011-2013年中国便利店产业发展环境分析 78

4.1 经济环境 78

4.1.1 2013年中国宏观经济运行情况 78

4.1.2 2013年中国宏观经济运行情况 79

4.1.3 2014年中国宏观经济形势展望 85

4.2 政策环境 86

4.2.1 中国扩大内需对便利店发展的影响 86

4.2.2 商务部零售业态分等定级制度扩大的影响 87

- 4.2.3 商务部外资便利店审核权下的影响 87
- 4.3 社会环境 88
 - 4.3.1 中国城市社区建设与发展情况分析 88
 - 4.3.2 中国已进入中产阶层兴起的黄金期 88

第五章 2013年中国零售行业发展分析 90

- 5.1 2013年中国零售行业发展情况 90
 - 5.1.1 2013年中国零售业总体发展状况 90
 - 5.1.2 2013年中国连锁零售业经营规模分析 96
 - 5.1.3 2013年中国连锁零售业市场规模分析 97
 - 5.1.4 2013年中国特许经营零售业发展分析 98
 - 5.1.5 2013年中国综合连锁零售百强企业排名 99
 - 5.1.6 2013年中国快消品连锁零售企业排名 105
 - 5.1.7 2013年中国外资连锁零售类企业排名 108
 - 5.1.8 2013年中国连锁百货类零售企业排名 108
 - 5.1.9 2013年中国连锁便利店企业排名 109
 - 5.1.10 2013年中国零售百强企业分析 111
- 5.2 2013年中国零售行业发展分析 114
 - 5.2.1 2013年中国消费品市场特点 114
 - 5.2.2 2013年中国流通产业发展概况 114
 - 5.2.3 中国大型零售企业的成长探讨 116
 - 5.2.4 中国零售业行业发展战略分析 129

第六章 2013年中国便利店行业发展概述 133

- 6.1 2013年中国便利店的发展概况 133
 - 6.1.1 中国便利店发展现状分析 133
 - 6.1.2 中国主要便利店发展概况 133
 - 6.1.3 中国本土便利店获巨额资本支持 134
 - 6.1.4 世界各大便利店相继来华争夺市场 134
 - 6.1.5 世界便利店企业加快抢滩北京市场 135

- 6.1.6 日本便利店连锁巨头布局天津市场 136
- 6.2 2013年中国便利店发展状况 137
 - 6.2.1 2013年中国便利店总店数量统计 137
 - 6.2.2 2013年中国便利店门店规模统计 137
 - 6.2.3 2013年中国便利店销售规模统计 137
 - 6.2.4 2013年中国便利店经营特点分析 137
- 6.3 2013年中国便利店经营情况 138
 - 6.3.1 2013年中国便利店企业经营情况 138
 - 6.3.2 2013年中国便利店企业门店情况 138
 - 6.3.3 2013年便利店企业市场份额分析 140
 - 6.3.4 2013年中国便利店渠道渗透情况 142
- 6.4 中国主要城市便利店发展情况 143
 - 6.4.1 广州市便利店行业发展情况 143
 - 6.4.2 上海市便利店行业发展情况 144
 - 6.4.3 北京市便利店行业发展情况 145
 - 6.4.4 北京、上海、广州便利店行业比较分析 146
- 6.5 中国便利店发展存在的问题及对策 149
 - 6.5.1 中国便利店发展存在的问题 149
 - 6.5.2 中国便利店的发展策略分析 150
 - 6.5.3 提升便利店企业竞争力的对策 151
 - 6.5.4 处于不同发展阶段便利店的竞争策略 152
- 6.6 加油站便利店发展状况 153
 - 6.6.1 国外加油站便利店的繁盛与发展 153
 - 6.6.2 中国加油站便利店经营处起步阶段 154
 - 6.6.3 中国加油站便利店发展缓慢的原因 154
 - 6.6.4 加油站便利店需要注重本土化经营 155

第七章 2008-2013年中国便利店产业市场竞争格局分析 157

- 7.1 2013年中国便利店产业竞争现状分析 157
 - 7.1.1 中国便利店的竞争力分析 157
 - 7.1.2 中国便利店竞争格局分析 158

- 7.1.3 中国外资品牌便利店发展情况 160
- 7.1.4 中国跨区域便利店的发展情况 162
- 7.1.5 中国区域型便利店的发展情况 162
- 7.2 2013年中国便利店行业竞争动态分析 162
 - 7.2.1 上海便利店竞争趋白热化 162
 - 7.2.2 广州便利店行业竞争激烈 164
 - 7.2.3 中国加油站便利店竞争展开 164
 - 7.2.4 中国便利店真正竞争尚未开始 165
 - 7.2.5 便利店竞争正从商品转向服务 168
- 7.3 中国便利店行业竞争策略分析 170
 - 7.3.1 便利店竞争赢在高效物流配送 170
 - 7.3.3 中国便利店企业竞争策略 173

第八章 2011-2013年中国便利店行的选址与营销策略 176

- 8.1 中国便利店的选址策略 176
 - 8.1.1 便利店店址选择原则 176
 - 8.1.2 交通条件与店址选择 177
 - 8.1.3 客流规律与店址选择 178
 - 8.1.4 竞争店铺与店址选择 179
 - 8.1.5 地形特点与店址选择 179
 - 8.1.6 城市规划与店址选择 180
- 8.2 中国便利店的产品策略 180
 - 8.2.1 提高门店商品陈列利用率 180
 - 8.2.2 正确进行商品类型的选择 180
 - 8.2.3 避免货架存在大面积空位 181
 - 8.2.4 便利店的商品定位策略 181
- 8.3 中国便利店的分销策略 182
 - 8.3.1 建立统一网络配送系统 182
 - 8.3.2 加快商品周转减少库存 182
 - 8.3.3 便利店商品的价格策略 183
 - 8.3.4 连锁便利店的营销策略 183

8.4 中国加油站便利店的产品策略 185

8.4.1 商品选择与配置 185

8.4.2 替代性商品的选择 185

8.4.3 商品的替换与更新 186

8.4.4 货架陈列及店面设计 186

第九章 2013年中国便利店产业优势企业竞争力分析 187

9.1 上海农工商超市（好德、可的） 187

9.1.1 农工商超市便利店简介 187

9.1.2 2013年农工商便利店市场规模分析 187

9.1.3 可的便利店数据分析支持系统分析 190

9.1.4 2013年好德和可的承销世博会门票 193

9.2 上海联华快客便利有限公司 194

9.2.1 上海联华快客便利简介 194

9.2.2 2013年快客便利门店扩张情况 194

9.2.3 2013年快客便利市场规模分析 195

9.2.4 上海联华快客便利店经营策略分析 195

9.3 上海喜士多便利有限公司 196

9.3.1 上海喜士多便利有限公司简介 196

9.3.2 2013年喜士多中国门店发展情况 197

9.3.3 2013年喜士多与7-11的竞争策略分析 197

9.4 上海良友金伴便利有限公司 198

9.4.1 上海良友金伴简介 198

9.4.2 2013年良友金伴门店发展情况 198

9.4.3 2013年良友金伴市场规模分析 199

9.5 上海全家便利有限公司 199

9.5.1 全家便利店简介 199

9.5.2 2013年全家便利店门店发展情况 199

9.5.3 2013年全家便利店加速门店扩张速度 199

9.5.4 2015年全家便利店中国及全球发展规划 200

9.6 北京京客隆便利店 201

- 9.6.1 北京京客隆商业集团股份有限公司简介 201
- 9.6.2 2013年北京京客隆便利门店发展分析 201
- 9.6.3 2013年北京京客隆便利店市场规模情况 202
- 9.7 北京超市发便利店 202
 - 9.7.1 北京超市发连锁股份有限公司简介 202
 - 9.7.2 2013年北京超市发经营规模分析 202
 - 9.7.3 2013年超市发菜市场超市化分析 203
 - 9.7.4 北京超市发经营成功四因素分析 203
- 9.8 东莞糖酒集团美宜佳便利店有限公司 204
 - 9.8.1 美宜佳简介 204
 - 9.8.2 2013年美宜佳市场规模分析 204
 - 9.8.3 2013年美宜佳发展重点分析 204
 - 9.8.4 2013年美宜佳建大型物流配送中心 205
 - 9.8.5 2013年美宜佳尝试多元化营销模式 206
- 9.9 东莞喜洋洋连锁便利店 208
 - 9.9.1 喜洋洋便利店简介 208
 - 9.9.2 喜洋洋便利店发展历程 209
 - 9.9.3 2013年喜洋洋便利店经营情况 210
- 9.10 香港OK便利店 210
 - 9.10.1 OK便利店简介 210
 - 9.10.2 2013年OK便利店门店发展情况 210
 - 9.10.3 2013年OK便利店市场规模情况 211
 - 9.10.4 2013年OK便利店退出东莞市场 212
- 9.11 华润万家便利店 212
 - 9.11.1 华润集团简介 212
 - 9.11.2 2013年华润Vango便利店门店情况 213
 - 9.11.3 2013年华润苏果便利门店发展情况 214
- 9.12 特易购 (Tesco) 便利店 215
 - 9.12.1 特易购简介 215
 - 9.12.2 特易购零售运营形态的分类 215
 - 9.12.3 特易购进军中国便利店市场 216
 - 9.12.4 2013年中国特易购便利店发展情况 216

- 9.13 河北国大36524便利店 217
 - 9.13.1 河北国大连锁商业有限公司简介 217
 - 9.13.2 2013年国大36524便利店发展情况 218
 - 9.13.3 2013年国大36524便利店增加公共事业服务 218
 - 9.13.4 2013年国大36524获中国特许经营年度大奖 218
- 9.14 山西金虎便利店 219
 - 9.14.1 山西金虎便利有限公司简介 219
 - 9.14.2 2013年山西金虎便利店门店扩张情况 219
 - 9.14.3 山西金虎便利店经营理念及模式分析 219
- 9.15 辽宁大连太阳系便利店 223
 - 9.15.1 太阳系简介 223
 - 9.15.2 太阳系便利店经营策略介绍 223
 - 9.15.3 2013年太阳系启用明珠公用卡消费 224

第十章 2014-2020年中国便利店发展前景预测分析 225

- 10.1 中国零售业发展前景分析 225
 - 10.1.1 2013年中国零售业发展新趋势 225
 - 10.1.2 2013年消费品市场趋势预测 226
 - 10.1.3 未来中国零售业发展前景展望 228
 - 10.1.4 2014-2020年连锁零售业市场规模预测 230
- 10.2 中国便利店的发展趋势与前景 231
 - 10.2.1 中国便利店的发展趋势分析 231
 - 10.2.2 中国便利店的发展方向分析 233
 - 10.2.3 中国加油站便利店发展前景 234
 - 10.2.4 中国便利店的发展前景分析 235
- 10.3 2014-2020年中国便利店发展预测 235
 - 10.3.1 2014-2020年中国便利店市场竞争预测 235
 - 10.3.2 2014-2020年中国便利店发展规模预测 238
 - 10.3.3 2014-2020年中国便利店市场销售预测 238

第十一章 2014-2020年中国便利店投资前景分析 239

11.1 便利店投资的概述 239

11.1.1 便利店的投资环境分析 239

11.1.2 投资便利店的主要条件 240

11.1.3 便利店投资效益的估算 242

11.2 便利店投资风险 242

11.2.1 产业政策风险 242

11.2.2 市场竞争风险 243

11.2.3 物流配送风险 243

11.3 便利店投资机会与策略 243

11.3.1 2013年零售企业掀起便利店投资热潮 243

11.3.2 2014-2020年社区便利店投资机会分析 245

11.3.3 2014-2020年中国便利店区域投资分析 247

11.3.4 2014-2020年中国便利店投资策略分析 247

图表目录

图表 1：便利店行业相关产业政策 24

图表 2：根据文化距离与市场进入难度确定进入模式 32

图表 3：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素 33

图表 4：2009-2013财年沃尔玛营业额统计：百万美元 37

图表 5：沃尔玛海外市场布局：家 37

图表 6：2008-2013年乐购营业额统计：亿美元 38

图表 7：2002-2013年美国便利店数量 42

图表 8：2009-2013年日本便利店数量变动趋势：家 43

图表 9：2013年日本便利店行业销售收入统计：百万日元 43

图表 10：全家（FamilyMart）历年门店数变化分析 44

图表 11：亚太主要国家地区智能手机普及率 45

图表 12：2013年国内生产总值初步核算数据 78

图表 13：GDP环比增长速度 79

图表 14 2013年GDP初步核算数据 79

图表 15 GDP环比增长速度 80

图表 16 2013年1-12月我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 83

- 图表 17 2013年1-11月份社会消费品零售总额主要数据 83
- 图表 18 2013年1-9月中国月度进出口及贸易差额情况 85
- 图表 19：2013及2013年全国零售业经营单位数（单位：万个） 90
- 图表 20：2013年全国零售业经营单位销售额及增速（单位：万亿元） 90
- 图表 21：不同规模企业销售额占比 91
- 图表 22：销售额地区分布 91
- 图表 23：2013及2013年全国零售业经营单位从业人数（单位：万人） 92
- 图表 24：2013及2013年零售业法人企业年末营业面积（单位：亿平方米） 92
- 图表 25：法人企业营业利润增速 92
- 图表 26：2013年销售额各业态占比及较上年增减情况 94
- 图表 27：2013年营业面积各业态占比及较上年增减情况 94
- 图表 28：从业人数各业态占比及较上年增减情况 95
- 图表 29：2013年中国连锁百强榜单 100
- 图表 30：2013年中国快速消费品连锁百强 105
- 图表 31：2013年主要外资连锁企业经营情况 108
- 图表 32：2013年主要连锁百货企业经营情况 108
- 图表 33：2013年主要连锁便利店企业发展情况 109
- 图表 34：2004-2013年零售百强销售额及同比增速(%) 116
- 图表 35：2013年零售百强中8家网上零售企业概况 116
- 图表 36：2004-2013年(不含网上零售企业)的百强销售规模及增速(%) 117
- 图表 37：2005-2013年零售百强企业入围门槛 117
- 图表 38：2004-2013年零售百强中销售规模超过百亿元的企业数量(个) 118
- 图表 39：2006-2013年零售百强销售规模占社会消费品零售总额的比重 119
- 图表 40：2007-2013年零售百强企业销售规模所占比重 119
- 图表 41：2013年零售百强企业销售规模增速对比(%) 120
- 图表 42：2013年零售百强企业单店销售和门店增长及贡献度情况(%) 122
- 图表 43：2013年相比2013年零售百强企业业态变化情况 123
- 图表 44：2013年零售百强企业中上市企业净利润增速(%) 123
- 图表 45：2007-2013年销售规模过100亿元企业中跨区域企业与区域性企业数量（家） 124
- 图表 46：2008-2013年零售百强企业中外资零售企业销售额占比及增速（%） 126
- 图表 47：2013年主要外资零售企业在华开店情况 126
- 图表 48：2013年和2013年主要外资零售企业在华新开门店对比（家） 127

图表 49：2013和2013年主要外资零售企业新开门店分布（%） 128

图表 50：2010-2013年中国便利店总店数量统计 137

图表 51：2010-2013年中国便利店总店销售规模统计 137

图表 52：2013年主要连锁便利店企业发展情况 138

图表 53：主要外资便利店在我国（大陆）市场布局情况 161

图表 54：可的便利数据分析指出系统结构 193

图表 55：中国便利店数量增长预测 238

图表 56：中国便利店销售额发展预测 238

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/K77161NVIV.html>