

2021-2027年中国便利店市 场现状调研及投资前景发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国便利店市场现状调研及投资前景发展趋势研究报告》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/W918947T5T.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。

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。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国便利店市场现状调研及投资前景发展趋势研究报告》共十一章。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 2015-2019年全球零售业运行动态分析

第一节 2015-2019年世界零售业发展总体分析

一、当代国际零售业的特点

1、世界经济日益全球化带动世界零售业的国际化

2、三次科技革命技术成果的日益商用、民用带来零售业的自动化

3、现代生活多元化促使零售业态多样化

二、跨国零售商海外市场的进入模式和选择

1、并购（Merger & Acquisition）

2、特许（Franchising）

3、合资（Joint Venture）

4、有机增长（Organic Growth）

5、战略联盟（Strategic Alliance）

三、西方零售业态发展的两个理论分析

1、零售业态发展的循环论

2、零售业态发展的进化论

四、国际三大零售巨头发展历程及启示

第二节 2015-2019年中国零售业运行走势分析

一、中国零售业发展变化解析

1、国内消费进入增速下滑新常态

1.1 国内消费增速下滑，但对经济发展作用增强

1.2 网络零售快速增长成亮点，占比首次突破10%

2、春节零售额全国增11%，百家重点零企降1.8%

二、中国大型零售企业的成长探讨

三、中国农村零售业发展探析

1、农村零售业利润低

2、布局不合理，新型业态比例较低

3、基础设施落后，其中尤以交通问题最为严重

4、经营形式单一，无差异化导致竞争激烈

第三节 2015-2019年中国零售业存在问题及对策分析

一、中国零售业与外资企业的差距过大

1、企业经营理念的差距

2、规模经营的差距

3、现代技术运用方面的差距

二、零售业态布局结构不合理，发展不完善

1、零售业态布局不合理

2、零售业态组织化程度低，运作不规范，各业态优势难以发挥

三、市场发育不均衡。

第二章 2015-2019年世界便利店所属行业运行状况分析

第一节 2015-2019年世界便利店所属行业发展概况

一、世界各大便利店集团将在中国展开争霸战

二、世界最大的便利店企业加快步伐抢滩北京市场

三、全球便利店7-11店铺总数居全球第一

第二节 2015-2019年世界部分国家或地区的便利店分析

一、美国是便利店的发源之地

二、英国的便利店行业现状

三、日本便利店经营的发展分析

四、台湾地区便利店行业的发展

第三节 2021-2027年世界便利店产业发展趋势分析

第三章 2015-2019年世界知名便利店运行透析

第一节 日本伊藤洋华堂

一、便利店基本概况

二、日本伊藤洋华堂的经营特色

1、彻底的单品管理模式

2、独特的选址定位策略

3、追求变化的卖场布置

4、边缘业务的外部委托

5、合作式的供货体制

6、高水准的服务意识和质量

三、日本伊藤洋华堂公司的食品物流系统

1、供应链的大幅度改革

2、由信息技术支撑的补货方式

3、川口加工食品共同配送中心

4、维持精度达49999/50000的作业系统

四、日本伊藤洋华堂在营情况分析

第二节 7 - 11便利店

一、便利店基本概况

二、7 - 11便利店的配送系统

三、7 - 11便利店经营特色分析

1、品牌特许VS渠道分销

2、店面选址VS经营决策

3、电子商务VS市场扩张

4、物流配送VS边际利润

5、共赢模式VS持续发展

四、7 - 11便利店在华运行情况分析

第三节 日本罗森株式会社

- 一、罗森基本概述
- 二、罗森经营特色分析
- 三、罗森在华投资历程

第四章 2015-2019年中国便利店产业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、经济发展现状分析
- 二、当前经济主要问题
- 三、未来经济运行与政策展望

第二节 2015-2019年中国便利店产业政策环境分析

- 一、超市、便利店管理通用要求
- 二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费
- 三、便利店相关政策影响分析

第三节 2015-2019年中国便利店产业社会环境分析

- 一、居民的各种消费观念和习惯
- 二、中国人口规模及结构
- 三、中国城市化进程加快
- 四、文化环境分析

第五章 2015-2019年中国零售所属行业运行态势分析

第一节 2015-2019年中国零售业概述

- 一、零售业在中国国民经济中的地位分析
- 二、中国零售业步入新的历史发展时期
 - 1、实体零售仍将占主导
 - 2、有效增长是重中之重
 - 3、两极分化更加明显
 - 4、新一轮整合强力推进
 - 5、中小企业或现蝴蝶效应
 - 6、关店现象将频频上演
- 三、贸易战环境下中国零售业发展变化解析
 - (一)、贸易战对中国零售业的影响
 - 1、将促进我国零售业进一步整合

- 2、折扣店、厂家直销中心等业态将成为零售业的亮点
- 3、开发自有品牌将成为零售商经营战略的重中之重
- 4、大规模的降价促销仍将是零售商应对贸易战的利器
- 5、网络商店将迎来一次大好的发展机遇

(二)、零售企业应对贸易战的策略

四、我国便利店盈利水平较低

第二节 2015-2019年中国农村零售业发展探析

一、我国农村零售业发展的特点

二、中国发展农村零售业的必要性解析

- 1、有助于全面小康社会的建设
- 2、引导和满足农民消费需求
- 3、促进农业发展农民增收
- 4、增加地方财政收入

三、国内农村零售业存在的主要问题

- 1、农村零售业分布不合理
- 2、农村零售业销售产品单一
- 3、农村零售业进货渠道不规范
- 4、农村零售业的从业人员素质不高
- 5、农村零售业缺乏品牌意识，没有自己的独特品牌

四、我国农村零售业发展的策略

1、政府的方面措施

1.1 政府的监管

1.2 政府的扶植

2、农村零售业自身的改善措施

2.1 提高商品质量，优化商品结构

2.2 提高从业人员的素质，提高服务质量

2.3 提供便民服务

2.4 采用连锁加盟的形式促进发展

2.5 做好促销工作

第三节 2015-2019年中国大型零售企业运行分析

一、中国大型零售企业发展的特点

二、大型零售企业主要商品销售情况分析

三、大型零售企业改革6大举措

第四节 2015-2019年中国零售业热点问题及策略分析

一、中国零售业的弊病

- (一) 中国零售业与外资企业的差距过大
- (二) 零售业态布局结构不合理，发展不完善
- (三) 市场发育不均衡

二、中外零售业发展的差距

三、我国零售业发展面临的人才危机

四、中国零售业健康和谐发展的措施

- 1、政府规制重建
- 2、企业战略重塑

第六章 2015-2019年中国便利店所属行业运行形势分析

第一节 2015-2019年中国便利店所属行业发展现状

一、国内外便利店成功案例分析

- 1、国内便利店
- 2、国外便利店

二、对中国便利店发展的思考

三、我国便利店面临盈利压力

四、中国便利店市场探索分析

第二节 2015-2019年中国便利店市场暗战连连

第三节 2015-2019年中国便利店发展存在的问题及对策

一、我国便利店发展过程中存在的问题

二、我国便利店发展的四大建议

三、便利店经营策略分析

- 1、商品科学组合策略
- 2、商品科学订货策略
- 3、新品培育推广策略
- 4、价格业态错位策略
- 5、成本有效控制策略
- 6、便利温馨服务策略
- 7、错位经营

8、科学定价

9、创造良好的购物环境

第七章 2015-2019年中国便利店产业选址与营销策略探讨

第一节 便利店环境与选址策略

一、商圈确定

二、店址选择

第二节 2015-2019年中国便利店的产品策略

一、提高门店的商品陈列利用率

二、正确进行商品类型的选择

三、避免货架存在大面积空位

第三节 2015-2019年中国便利店的分销渠道策略

一、建立网络配送系统，统一配送

（一）物流配送模式的复合化

（二）实现共同配送

（三）建立高效的配送中心

（四）注重物流信息化建设

二、提高商品周转率，减少库存

（一）库存周转次数

（二）提高库存周转的几个关键点

三、便利店的价格策略

1、依据价格弹性，分类定价

2、依据价值导向定价

3、服务差别化定价

4、模糊发定价

5、价格分割定价

第四节 2015-2019年中国加油站便利店产品策略

一、商品选择与配置

二、根据商品相关性确定替代品

三、商品的创新

四、货架陈列及店面设计

第八章 2015-2019年中国便利店产业市场竞争格局分析

第一节 2015-2019年中国便利店产业竞争现状分析

一、便利店之竞争力分析

二、便利店竞争格局成型

- 1、潜在竞争对手的进入风险
- 2、产业内现有竞争对手的强度
- 3、供应商讨价还价的能力
- 4、买方的议价能力
- 5、产业替代性产品的相似度

三、便利店支付竞争潜伏于未来

- 1、互联网阵营
- 2、支付宝、微信VS银联、拉卡拉
- 3、传统支付阵营

第二节 2015-2019年中国便利店产业竞争格局分析

一、日本便利店进入新的竞争时期

- 1、便利店公司进一步向大型商社实行规模集中
- 2、在中小型商店的发展中出现了以便利店为竞争目标的态势
- 3、便利店的自身发展开始了新一轮内容

二、上海便利店竞争白热化

三、加油站便利店竞争展开

四、7-11便利店24日正式入驻重庆 特色面食是全国首创

五、上海推广便利店代收快递模式

六、山西便利店“触电” 电商已成发展趋势

第三节 2015-2019年中国便利店产业竞争策略分析

一、便利店竞争中何以突围

二、便利店竞争赢在高效物流配送

- 1、可的物流模式
- 2、“拆零配货”型物流
- 3、技术与管理结合

第九章 中国便利店产业优势企业竞争力分析

第一节 上海可的便利店有限公司

- 一、便利店概述
- 二、上海可的便利店有限公司数据分析支持系统的建设
- 三、可的便利历年营业额增长

第二节 上海联华快客便利有限公司

- 一、快客便利基本概述
- 二、联华快客京城站稳脚跟
- 三、快客便利经营策略分析

第三节 北京超市发连锁股份有限公司

- 一、便利店概述
- 二、超市发便利店经营特色分析
- 三、超市发便利店最新动态分析
- 四、超市发主要便利店列表

第四节 喜士多

- 一、喜士多基本概述
- 二、喜士多缠斗7-11
- 三、喜士多中国分布图
- 四、喜士多投资环境分析

第五节 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

- 一、美宜佳基本概述
- 二、美宜佳市场定位
- 三、美宜佳发展战略
- 四、美宜佳发展规模

第六节 大连太阳系便利店

- 一、太阳系基本概述
- 二、太阳系便利店分布
- 三、太阳系最新资讯

第七节 千家伴

- 一、千家伴基本概述
- 二、千家伴公司快讯
- 三、千家伴超市市场推广策划方案

第八节 其它知名便利店分析

- 一、深圳市百里臣连锁便利店

二、东莞市喜洋洋连锁便利店

三、东莞想家便利店有限公司

第十章 中国便利店产业发展趋势预测分析

第一节 2021-2027年中国便利店产业发展前景分析

一、中国发展便利店的前景广阔

二、便利店的发展趋势分析

1、全渠道整合

2、在线/社群媒体营销

3、自有品牌扩张

4、增值服务

5、分群促销

三、便利店经营方向分析

第二节 2021-2027年中国便利店产业市场预测分析

一、便利店产业规模预测分析

二、便利店需求预测分析

三、便利店竞争格局预测分析

第三节 2021-2027年中国便利店产业盈利预测分析

第十一章 2021-2027年中国便利店产业投资前景预测

第一节 2019年中国便利店产业投资环境分析

第二节 2021-2027年中国便利店产业投资机会分析

一、中国发展便利店的必要与优势

二、便利店赢利的基础分析

三、便利店市场的投资前景看好

四、便利店在危机中迎来新一轮投资热潮

第三节 2021-2027年中国便利店产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

1、零售行业竞争日趋激烈

2、便利店行业进入门槛低，新加入者众多

3、许多日用品受国家相关政策调控，导致利润微薄

4、员工问题迫在眉睫

二、物流配送风险

三、进入退出风险分析

第四节建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/W918947T5T.html>