

2017-2022年中国便利店行业市场竞争格局及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国便利店行业市场竞争格局及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/301714.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

全球范围内的小型零售业态都凭借其投资成本低、开店周期短等灵活性特点，更加贴近消费者的商品和便捷服务的扩展，填补了大型零售店的市场空白，成为各国零售业中新的销售增长点。小型零售业态正在全球范围内掀起一场零售革命，推动着各国零售业态的新发展。中国便利店企业已形成了初步的经营规模。我国的便利店企业中，拥有300家以内门店的约占20%；300~1000家门店的企业约占46%；拥有1000家门店以上的企业约占34%。

目前，我国便利店还处于市场导入期，便利店所赖以生存的市场利基在中国还没有真正形成，但这并不意味着国内便利店发展的条件还不成熟。我国经济发展不均衡，一些经济发展较好的大城市，已经具备了发展便利店的充分条件，便利店在这些城市有着较好的发展前景。2015年，我国便利店占社零比重仅为0.25%，同期日本达到7.82%；在成熟市场下，日本便利店单店覆盖2427人，而我国单点覆盖城市人口2.6万人（考虑城市化率），存在10倍市场空间。

2006-2015便利店市场规模占社零比重（单位：%）

中日便利店辐射人口数对比（2015）

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：

- 第一章便利店行业概况及特性分析
 - 第一节零售行业相关概述
 - 一、零售行业的定义
 - 二、零售贸易的特征
 - 三、零售业准入条件
 - 四、零售业业态划分标准和发展规律
 - 第二节便利店相关概述
 - 一、便利店的定义
 - 二、便利店的分类
 - 三、便利店的特征
 - 第三节便利店选址分析

一、便利店店址选择原则

二、交通条件与店址选择

三、客流规律与店址选择

四、竞争店铺与店址选择

五、地形特点与店址选择

六、城市规划与店址选择

第四节便利店行业概述

一、便利店行业发展历程

二、便利店行业发展条件

三、便利店经营成功要素

第五节便利店行业产业链分析

一、便利店行业产业链简述

二、便利店行业产业链上游分析

三、便利店行业产业链下游分析

第二章 2016年全球便利店行业运行状况分析

第一节 2016年全球零售行业发展概况

一、国际零售业特点分析

二、跨国零售商海外模式

三、西方零售业态的理论

四、零售巨头的发展分析

第二节国外便利店经营特点分析

一、连锁化程度较高

二、营销手段较丰富

三、信息技术先进化

四、服务功能综合化

五、发展日趋国际化

第三节2016年美国便利店发展分析

一、美国便利店行业发展历程

二、2016年美国便利店行业发展概况

三、美国便利店行业运营模式

第四节 2016年日本便利店发展分析

一、2016年日本便利店发展概况

二、日本便利店现状分析

三、日本便利店发展特点

四、日便利店国际化战略

第五节 2016年台湾便利店发展分析

- 一、台湾零售业发展综述
- 二、2016年台湾便利店发展概况
- 三、台湾便利店发展特点
- 四、台湾便利店发展优势

第六节 2016年英国便利店发展分析

- 一、英国零售业发展综述
- 二、2016年英国便利店发展概况
- 三、英国便利店绿色计划
- 四、英国特易购发展剖析

第三章 2016年中国便利店行业发展环境分析

第一节 中国便利店行业宏观经济环境分析

- 一、2016年中国GDP增长情况分析
- 二、2016年工业经济发展形势分析
- 三、2016年全社会固定资产投资分析
- 五、2016年城乡居民收入与消费分析
- 六、2016年对外贸易的发展形势分析

第二节 2016年中国便利店行业政策环境分析

- 一、中国零售连锁行业管理体制
- 二、便利店的相关法律法规介绍
- 三、商品零售场所限塑令的实施
- 四、扩大内需政策对便利店影响
- 五、零售业态分等定级制度扩大
- 六、外资便利店审核放权的影响

第三节 2016年中国便利店行业社会环境分析

- 一、城市化进程拓宽农村市场
- 二、新农村建设孕育消费潜力
- 三、基础设施建设促行业发展
- 四、城市社区建设及发展分析
- 五、中国中产阶级正逐渐壮大

第四节 2016年中国便利店行业消费环境分析

- 一、中国城乡居民消费支出情况
- 二、中国城镇居民消费特点分析

三、中国农村居民消费特点分析

第四章 2016年中国便利店行业发展现状分析

第一节 2016年中国便利店行业发展概况

- 一、中国便利店发展现状分析
- 二、中国便利店发展特点分析
- 三、中国主要便利店发展概况
- 四、外资便利店在华发展现状
- 五、2016年中国连锁便利店50强企业排行榜

第二节 中国便利店行业供求分析

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

第三节 2016年中国便利店行业市场规模分析

- 一、中国便利店总店数量统计
- 二、中国便利店门店规模统计

2011年，我国人均GDP跨过5000美元后，连锁便利店市场规模保持了10%以上增速，成为线下零售新兴起的明珠。

我国便利店行业市场规模（2001-2017E）

我国连锁便利店门店数（2001-2017E）

三、中国便利店销售规模统计

第四节 国内外便利店发展模式分析

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

第五节 中国便利店发展问题及对策分析

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

第五章 2016年中国加油站便利店发展分析

第一节 国外加油站便利店发展现状分析

- 一、欧洲加油站便利店管理特点
- 二、欧洲加油站便利店服务特色
- 三、部分国家加油站便利店概况

第二节 中国加油站便利店发展现状及发展对策

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

第三节 中国加油站便利店营销策略分析

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

第四节 中国加油站便利店市场细分策略分析

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

第六章 2016年中国便利店行业营销策略分析

第一节 连锁便利店的一般营销策略剖析

- 一、统一品牌形象设计
- 二、商品的选择与配置
- 三、门店统一促销策略
- 四、商品配送策略分析

第二节 中国便利店商品定价策略分析

- 一、价格弹性定价策略
- 二、价值导向定价策略
- 三、服务差别定价策略
- 四、商品模糊定价策略
- 五、价格分割定价策略

第三节 中国便利店的产品策略分析

- 一、提高门店商品陈列利用率
- 二、正确进行商品类型的选择

三、避免货架存在大面积空位

四、便利店商品定位策略分析

第四节中国便利店的分销策略分析

一、便利店分销渠道策略分析

二、建立统一的网络配送系统

三、加快商品周转以减少库存

四、完善信息系统以合理配送

第七章 2016年中国便利店行业市场竞争态势分析

第一节中国便利店行业竞争现状分析

一、中国便利店的竞争力分析

二、中国便利店竞争格局分析

三、外资便利店在华发展情况

四、区域型便利店的发展情况

第二节便利店行业竞争力分析

一、便利店行业新进入者威胁

二、便利店行业替代产品威胁

三、便利店行业行业内部竞争

四、便利店行业上游议价能力

五、便利店行业下游议价能力

第三节中国便利店企业竞争策略分析

一、门店开发拓展策略

二、信息化建设及管理

三、电子商务应用策略

四、品牌的培育和管理

五、人力资源管理策略

六、企业文化建设策略

第八章 2016年中国便利店竞争行业发展分析

第一节 2016年中国百货业发展分析

一、连锁百货门店规模统计

二、连锁百货销售规模统计

三、连锁百货企业排名情况

四、本土百货发展优势分析

五、百货行业经营模式分析

六、中国百货业跨界商发展

七、百货业布局二三线城市

第二节 2016年中国超市业发展分析

一、中国连锁超市发展概述

二、中国超市业态发展规模

三、中国连锁超市企业排名

四、外资超市在华扩张情况

五、本土超市营销战略分析

六、中国本土仓储式超市动态

七、超市消费者购买行为分析

第三节 2016年中国购物中心发展分析

一、世界购物中心分类情况分析

二、中国购物中心类型形态界定

三、中国购物中心发展阶段分析

四、中国购物中心发展规模分析

五、中国购物中心发展指数分析

六、中国购物中心开发投资情况

七、中国购物中心发展策略分析

八、购物中心未来发展前景分析

第四节 2016年中国仓储式商场发展分析

一、仓储式商场发展历史浅析

二、仓储式商场营销特点分析

三、中国仓储式商场存在的问题

四、发展仓储式商场的对策建议

第五节 2016年中国网上便利店发展分析

一、网上便利店市场规模

二、网上便利店发展特点

三、网上便利店发展前景分析

第九章 2016年中国重点省市便利店发展分析

第一节 2016年深圳便利店行业发展分析

一、深圳便利店宏观环境分析

二、深圳市消费品零售额分析

三、深圳便利店行业发展概况

四、深圳便利店发展策略分析

第二节 2016年东莞便利店行业发展分析

- 一、东莞便利店宏观环境分析
- 二、东莞市消费品零售额分析
- 三、东莞便利店行业发展概况
- 四、东莞便利店竞争态势分析
- 五、东莞便利店发展问题分析
- 六、东莞便利店发展策略分析

第三节 2016年太原便利店行业发展分析

- 一、太原便利店宏观环境分析
- 二、太原市消费品零售额分析
- 三、太原便利店行业发展概况
- 四、太原便利店发展问题分析
- 五、太原便利店竞争态势分析

第四节 2016年厦门便利店行业发展分析

- 一、厦门便利店宏观环境分析
- 二、厦门市消费品零售额分析
- 三、厦门便利店行业发展概况
- 四、厦门便利店发展问题分析
- 五、厦门便利店发展对策分析

第五节 2016年呼和浩特市便利店行业发展分析

- 一、呼和浩特市便利店宏观环境分析
- 二、呼和浩特市消费品零售额分析
- 三、呼和浩特市便利店行业发展概况
- 四、呼和浩特市便利店市场格局分析

第六节 2016年上海便利店行业发展分析

- 一、上海便利店宏观环境分析
- 二、上海市消费品零售额分析
- 三、上海便利店行业发展概况
- 四、上海便利店竞争格局分析
- 五、便利店电子商务发展分析
- 六、便利店电子商务发展策略

第七节 2016年温州便利店行业发展分析

- 一、温州便利店宏观环境分析
- 二、温州市消费品零售额分析
- 三、温州便利店行业发展概况

四、温州便利店发展动态分析

第八节 2016年成都便利店行业发展分析

一、成都便利店宏观环境分析

二、成都市消费品零售额分析

三、成都便利店行业发展概况

四、农村科技服务便利店分析

第九节 2016年广州便利店行业发展分析

一、广州便利店宏观环境分析

二、广州市消费品零售额分析

三、广州便利店行业发展概况

四、广州便利店行业发展动态

第十节 2016年乌鲁木齐便利店行业发展分析

一、乌鲁木齐便利店宏观环境分析

二、乌鲁木齐省消费品零售额分析

三、乌鲁木齐便利店行业发展概况

四、乌鲁木齐便利店行业发展动态

第十章 2016年中国主要便利店企业经营情况分析

第一节 中国石化销售有限公司

一、易捷便利店基本概况

二、易捷便利店配送系统

三、易捷便利店经营特色

四、易捷便利店经营分析

第二节 中国石油销售公司

一、昆仑好客便利店基本情况

二、昆仑好客便利店规模分析

三、昆仑好客便利店经营分析

四、昆仑好客便利店经营特点分析

第三节 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

一、美宜佳基本情况分析

二、美宜家经营情况分析

三、美宜家物流中心概况

四、美宜家营销模式分析

第四节 广东天福连锁商业有限公司

一、天福便利店基本情况

二、天福便利店发展历程

三、天福便利店服务类型

四、天福便利店资质能力

第五节 广州供销超市有限公司

一、供销便利和家连便利基本情况

二、供销便利和家连便利经营特色

三、供销便利和家连便利店运营分析

第六节 7-Eleven便利店

一、7-Eleven便利店基本概况

二、7-Eleven便利店配送系统

三、7-Eleven便利店经营特色

四、7-Eleven便利店经营分析

五、7-Eleven便利店在华布局

第七节 上海联华快客便利有限公司

一、快客便利店基本情况

二、快客便利店发展概况

三、快客便利店经营情况

四、快客便利店经营策略

第八节 广东上好便利店有限公司

一、上好便利店基本情况

二、上好便利店加盟概述

三、上好便利店经营分析

四、上好便利店营销模式

第九节 农工商超市（集团）有限公司

一、农工商便利店基本情况

二、农工商便利店规模分析

三、农工商便利店发展历程

四、农工商便利店经营分析

五、好德便利店经营特点分析

六、可的便利店数据系统概况

第十节 浙江十足商贸有限公司

一、浙江十足便利店基本情况

二、浙江十足便利店发展概况

三、浙江十足便利店发展策略

四、之上便利店发展特点分析

第十一节成都红旗连锁股份有限公司

- 一、红旗连锁便利店基本情况
- 二、红旗连锁便利店发展概况
- 三、红旗连锁便利店经营分析

第十二节山西省太原唐久便利店

- 一、唐久便利店基本情况
- 二、唐久便利店经营情况
- 三、唐久便利店物流中心

第十三节华润苏果便利超市有限公司

- 一、苏果便利店基本情况
- 二、苏果便利店网点分布
- 三、苏果便利店经营情况

第十四节四川省互惠商业有限责任公司

- 一、互惠便利店基本情况
- 二、互惠便利店发展概况

第十五节全家便利店

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

第十六节河北国大便利店

- 一、国大基本情况
- 二、国大连锁经营
- 三、国大最新动态

第十七节太原金虎便利店

- 一、金虎便利店基本情况
- 二、金虎便利店加盟概况
- 三、金虎便利店经营理念
- 四、金虎便利店资质荣誉

五、广州人本超市有限公司之上便利店

- 1、之上便利店基本情况
- 2、之上便利店发展概况
- 3、之上便利店加盟概述

第十八节中百超市有限公司

- 一、中百便利店基本情况
- 二、中百便利店经营理念

三、中百便利店加盟概述

第十九节全家舞东风超市连锁有限责任公司

一、舞东风便利店基本情况

二、舞东风便利店发展概况

三、舞东风便利店发展战略

第二十节喜士多便利店

一、喜士多便利店基本情况

二、喜士多便利店发展概况

三、喜士多便利店发展策略

第十一章 2016年中国便利店行业发展趋势及前景预测

第一节 2016年中国零售业发展前景分析

一、中国商业发展热点预测

二、中国零售行业发展趋势

三、中国消费市场发展方向

四、中国商业发展目标分析

第二节零售行业市场规模预测

一、2017-2022年社会消费品零售额预测

二、2017-2022年零售行业商品零售额预测

三、2017-2022年连锁零售商品零售额预测

第三节中国便利店的发展趋势与前景分析

一、中国便利店的发展趋势分析

二、中国便利店的发展方向分析

三、第五代便利店发展前景分析

四、中国加油站便利店发展前景

五、中国便利店的发展前景分析

第四节2017-2022年中国便利店行业发展预测

一、中国便利店市场竞争预测

二、中国便利店发展规模预测

三、中国便利店销售规模预测

第十二章2017-2022年中国便利店行业投资可行性分析

第一节中国便利店行业投资概述

一、便利店的投资环境分析

二、投资便利店的主要条件

三、便利店投资效益的估算

第二节中国便利店行业投资风险分析

一、便利店产业政策风险

二、便利店市场竞争风险

三、便利店物流配送风险

第三节中国便利店行业投资机会与策略分析

一、社区便利店投资机会分析

二、中国便利店区域投资分析

三、中国便利店投资策略分析

第十三章中国便利店融资分析

第一节便利店融资方法与渠道简析

第二节利用股权融资谋划企业发展机遇

第三节利用政府杠杆拓展企业融资渠道

第四节适度债权融资配置自身资本结构

第五节关注民间资本和外资的投资动向

图表目录：

图表：便利店与超市的区别

图表：跨国零售业进入模式

图表：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表：日本便利店在海外的店铺分布

图表：日本便利店首次进入海外部分市场情况

图表：罗森便利店与联华便利店的加盟店条件之比较

图表：2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表：2015年中国人均国内生产总值变化趋势图

图表：2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图

图表：2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301714.html>