

2020-2025年中国便利店行业发展趋势预测及投资 规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国便利店行业发展趋势预测及投资规划研究报告》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/483479.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

据统计，2018年中国便利店样本企业日均销售额为5299元，同比增长7%。

2017-2018年中国便利店样本企业日均销售额及增长

毛利率方面，2018年中国便利店样本企业盈利能力略有改善，但运营能力和供应链效率仍需加强。

2016-2018年中国便利店样本企业毛利率

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1章 中国便利店行业发展综述

1.1 便利店行业报告研究范围

1.1.1 便利店行业专业名词解释

1.1.2 便利店行业研究范围界定

1.1.3 便利店行业分析框架简介

1.1.4 便利店行业分析工具介绍

1.2 便利店行业定义及分类

1.2.1 便利店行业概念及定义

1.2.2 便利店行业主要产品分类

1.3 便利店行业产业链分析

1.3.1 便利店行业所处产业链简介

1.3.2 便利店行业产业链上游分析

1.3.3 便利店行业产业链下游分析

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环境分析

- 3.1 便利店行业政策环境分析
- 3.1.1 便利店行业监管体系
- 3.1.2 便利店行业产品规划
- 3.1.3 便利店行业布局规划
- 3.1.4 便利店行业企业规划
- 3.2 便利店行业经济环境分析
- 3.2.1 中国gdp增长情况
- 3.2.2 固定资产投资情况
- 3.3 便利店行业技术环境分析
- 3.3.1 便利店所属行业专利申请数分析
- 3.3.2 便利店所属行业专利申请人分析
- 3.3.3 便利店所属行业热门专利技术分析
- 3.4 便利店行业消费环境分析
- 3.4.1 便利店行业消费态度调查
- 3.4.2 便利店行业消费驱动分析
- 3.4.3 便利店行业消费需求特点
- 3.4.4 便利店行业消费群体分析
- 3.4.5 便利店行业消费行为分析
- 3.4.6 便利店行业消费关注点分析
- 3.4.7 便利店行业消费区域分布

第4章 中国便利店行业市场发展现状分析

4.1 便利店行业发展概况

4.1.1 便利店行业市场规模分析

4.1.2 便利店行业竞争格局分析

4.1.3 便利店行业发展前景预测

4.2 便利店行业供需状况分析

4.2.1 便利店行业供给状况分析

4.2.2 便利店行业需求状况分析

4.2.3 便利店行业整体供需平衡分析

4.2.4 主要省市供需平衡分析

4.3 便利店所属行业经济指标分析

4.3.1 便利店所属行业产销能力分析

4.3.2 便利店所属行业盈利能力分析

4.3.3 便利店所属行业运营能力分析

4.3.4 便利店所属行业偿债能力分析

4.3.5 便利店所属行业发展能力分析

4.4 便利店所属行业进出口市场分析

4.4.1 便利店所属行业进出口综述

4.4.2 便利店所属行业进口市场分析

4.4.3 便利店所属行业出口市场分析

4.4.4 便利店所属行业进出口前景预测

第5章 中国便利店行业市场竞争格局分析

5.1 便利店行业竞争格局分析

5.1.1 便利店行业区域分布格局

据统计，2018年中国便利店门店总数超过12.2万家，便利店品牌200余个，前十大便利店的门店数之和仅占67.82%（其中2家石油系便利店占比38.49%，剩余8家为29.23%）。

发展领先的便利店品牌之中，国有企业的规模和店铺数量最大，中石化旗下的易捷和中石油旗下的昆仑好客面向全国布局，主要在加油站周边经营，截止2018年年末门店总数分别高达2.72万和1.97万家，数量优势明显；在区域性布局的便利店中，国有性质的美宜佳门店数量超过一万家，远超其他便利店品牌；苏宁小店增长明显，2018年新开门店3972家，高速直接提升至第四。相比之下，民营企业和其他企业更倾向于在非北上广区域重点布局；而外资的全家和7-ELEVEn主要在国内经济最发达的北上广地区和其他一二线城市布局。

2018年按门店数量排名中国前十家便利店分布情况

5.1.2 便利店行业企业规模格局

5.1.3 便利店行业企业性质格局

- 5.2 便利店行业竞争五力分析
 - 5.2.1 便利店行业上游议价能力
 - 5.2.2 便利店行业下游议价能力
 - 5.2.3 便利店行业新进入者威胁
 - 5.2.4 便利店行业替代产品威胁
 - 5.2.5 便利店行业内部竞争
- 5.3 便利店行业重点企业竞争策略分析
 - 5.3.1 美宜佳便利店竞争策略分析
 - 5.3.2 便利店竞争策略分析
 - 5.3.3 全家便利店竞争策略分析
 - 5.3.4 喜士多便利店竞争策略分析
 - 5.3.5 好德便利店竞争策略分析
- 5.4 便利店行业投资兼并重组整合分析
 - 5.4.1 (HJ 327) 投资兼并重组现状
 - 5.4.2 投资兼并重组案例

第6章 中国便利店所属行业重点区域市场竞争力分析

- 6.1 中国便利店所属行业区域市场概况
 - 6.1.1 便利店所属行业产值分布情况
 - 6.1.2 便利店所属行业市场分布情况
 - 6.1.3 便利店所属行业利润分布情况
- 6.2 华东地区便利店行业需求分析
 - 6.2.1 上海市便利店行业需求分析
 - 6.2.2 江苏省便利店行业需求分析
 - 6.2.3 山东省便利店行业需求分析
 - 6.2.4 浙江省便利店行业需求分析
 - 6.2.5 安徽省便利店行业需求分析
 - 6.2.6 福建省便利店行业需求分析
- 6.3 华南地区便利店行业需求分析
 - 6.3.1 广东省便利店行业需求分析
 - 6.3.2 广西省便利店行业需求分析
 - 6.3.3 海南省便利店行业需求分析
- 6.4 华中地区便利店行业需求分析
 - 6.4.1 湖南省便利店行业需求分析
 - 6.4.2 湖北省便利店行业需求分析

- 6.4.3 河南省便利店行业需求分析
- 6.5 华北地区便利店行业需求分析
 - 6.5.1 北京市便利店行业需求分析
 - 6.5.2 山西省便利店行业需求分析
 - 6.5.3 天津市便利店行业需求分析
 - 6.5.4 河北省便利店行业需求分析
- 6.6 东北地区便利店行业需求分析
 - 6.6.1 辽宁省便利店行业需求分析
 - 6.6.2 吉林省便利店行业需求分析
 - 6.6.3 黑龙江便利店行业需求分析
- 6.7 西南地区便利店行业需求分析
 - 6.7.1 重庆市便利店行业需求分析
 - 6.7.2 四川省便利店行业需求分析
 - 6.7.3 云南省便利店行业需求分析
- 6.8 西北地区便利店行业需求分析
 - 6.8.1 陕西省便利店行业需求分析
 - 6.8.2 新疆省便利店行业需求分析
 - 6.8.3 甘肃省便利店行业需求分析

第7章 中国便利店行业竞争对手经营状况分析

- 7.1 便利店行业竞争对手发展总状
 - 7.1.1 企业整体排名
 - 7.1.2 便利店行业销售收入状况
 - 7.1.3 便利店行业资产总额状况
 - 7.1.4 便利店行业利润总额状况
- 7.2 便利店行业竞争对手经营状况分析
 - 7.2.1 美宜佳便利店经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业经营情况分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - 7.2.2 便利店经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.3 全家便利店经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业经营情况分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.4 喜士多便利店经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业经营情况分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.5 好德便利店经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业经营情况分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.6 快客便利店经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业组织架构分析
 - (3) 企业经营情况分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.7 苏果便利店经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

第8章 中国便利店行业发展前景预测和投融资分析

8.1 中国便利店行业发展趋势 (AK LX)

8.1.1 便利店行业市场规模预测

8.1.2 便利店行业产品结构预测

8.1.3 便利店行业企业数量预测

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 便利店行业营销策略分析

8.3.3 行业投资建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/483479.html>