

2018-2024年中国便利店行业市场深度调查及发展前景研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国便利店行业市场深度调查及发展前景研究预测报告》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/354900.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

报告目录：

第一章便利店相关概述13

1.1便利店简介13

1.1.1便利店的定义13

1.1.2便利店的分类13

1.1.3便利店的特征13

1.1.4便利店与超市的区别15

1.2便利店行业概述15

1.2.1便利店行业的发展历程15

1.2.2便利店行业发展的条件16

1.2.3便利店行业经营的成功要素17

1.3中国便利店的管理体制20

1.3.1中国便利店的主管部门20

1.3.2便利店的相关法律法规20

第二章2017年全球便利店发展情况分析22

2.12017年世界零售业发展总体分析22

2.1.1国际零售业的发展特点22

2.1.2跨国零售企业进入海外市场的模式26

2.1.3西方零售业态发展的两个理论分析31

2.1.4国际三大零售巨头发展历程及启示34

2.2世界部分国家和地区便利店发展情况39

2.2.1美国便利店行业发展情况39

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46

2.2.5日本便利店进入新的竞争时期49

2.32018-2024年世界便利店发展趋势分析51

2.3.1商品销售中心52

2.3.2社会服务中心52

2.3.3物流中心52

2.3.4信息中心52

第三章2017年世界知名便利店运行透析53

3.1日本伊藤洋华堂53

- 3.1.1便利店基本概况53
- 3.1.2日本伊藤洋华堂的经营特色54
- 3.1.3日本伊藤洋华堂的经营之道56
- 3.1.4日本伊藤洋华堂公司食品物流系统61
- 3.1.5日本伊藤洋华堂在华经营情况分析64
- 3.27-11便利店65
- 3.2.1便利店基本概况65
- 3.2.27-11便利店的配送系统69
- 3.2.37-11便利店经营特色分析72
- 3.2.47-11便利店在华运行情况分析78
- 3.2.57-11便利店中国版图加速发展80
- 3.3日本罗森株式会社84
- 3.3.1罗森基本概述84
- 3.3.2罗森经营特色分析84
- 3.3.32017年罗森便利店经营情况85
- 3.3.42017年罗森在华投资运营情况85
- 第四章2013-2017年中国便利店产业发展环境分析87
- 4.1经济环境87
- 4.1.12015年中国宏观经济运行情况87
- 4.1.22017年中国经济运行情况105
- 4.1.32017年中国宏观经济形势展望107
- 4.2政策环境110
- 4.2.1中国扩大内需对便利店发展的影响110
- 4.2.2商务部零售业态分等定级制度扩大的影响114
- 4.2.3商务部外资便利店审核权下的影响115
- 4.3社会环境116
- 4.3.1中国城市社区建设与发展情况分析116
- 4.3.2中国已进入中产阶层兴起的黄金期118
- 第五章2017年中国零售行业发展分析121
- 5.12017年中国零售行业发展情况121
- 5.1.12017年中国零售业总体发展状况121
- 5.1.22017年中国连锁零售业经营规模分析122
- 5.1.32017年中国连锁零售业市场规模分析123
- 5.1.42017年中国特许经营零售业发展分析124
- 5.1.52017年中国综合连锁零售百强企业排名131

- 5.1.62017年中国快消品连锁零售企业排名137
- 5.1.72017年中国外资连锁零售类企业排名140
- 5.1.82017年中国连锁百货类零售企业排名141
- 5.1.92017年中国连锁便利店企业排名143
- 5.1.102017年中国零售百强企业分析144
- 5.22017年中国零售行业发展分析150
- 5.2.12017年中国消费品市场特点150
- 5.2.22017年中国流通产业发展概况152
- 5.2.3中国大型零售企业的成长探讨154
- 5.2.4中国零售业行业发展战略分析160
- 第六章2017年中国便利店行业发展概述163
- 6.12017年中国便利店的发展概况163
- 6.1.1中国便利店发展现状分析163
- 6.1.2中国主要便利店发展概况164
- 6.1.3中国本土便利店获巨额资本支持166
- 6.1.4世界各大便利店相继来华争夺市场167
- 6.1.5世界便利店企业加快抢滩北京市场169
- 6.1.6日本便利店连锁巨头布局天津市场171
- 6.22017年中国便利店发展状况171
- 6.2.12017年中国便利店总店数量统计171
- 6.2.22017年中国便利店门店规模统计178
- 6.2.32017年中国便利店销售规模统计180
- 6.2.42017年中国便利店经营特点分析181
- 6.32017年中国便利店经营情况182
- 6.3.12017年中国便利店企业经营情况182
- 6.3.22017年中国便利店企业门店情况185
- 6.3.32017年便利店企业市场份额分析189
- 6.3.42017年中国便利店渠道渗透情况189
- 6.4中国主要城市便利店发展情况190
- 6.4.1广州市便利店行业发展情况190
- 6.4.2上海市便利店行业发展情况192
- 6.4.3北京市便利店行业发展情况194
- 6.4.4北京、上海、广州便利店行业比较分析196
- 6.5中国便利店发展存在的问题及对策201
- 6.5.1中国便利店发展存在的问题201

- 6.5.2中国便利店的发展策略分析202
- 6.5.3提升便利店企业竞争力的对策204
- 6.5.4处于不同发展阶段便利店的竞争策略206
- 6.6加油站便利店发展状况209
 - 6.6.1国外加油站便利店的繁盛与发展209
 - 6.6.2中国加油站便利店经营处起步阶段210
 - 6.6.3中国加油站便利店发展缓慢的原因210
 - 6.6.4加油站便利店需要注重本土化经营212
- 第七章2013-2017年中国便利店产业市场竞争格局分析213
 - 7.12017年中国便利店产业竞争现状分析213
 - 7.1.1中国便利店的竞争力分析213
 - 7.1.2中国便利店竞争格局分析217
 - 7.1.3中国外资品牌便利店发展情况218
 - 7.1.4中国跨区域便利店的发展情况219
 - 7.1.5中国区域型便利店的发展情况220
 - 7.22017年中国便利店行业竞争动态分析220
 - 7.2.1上海便利店竞争趋白热化220
 - 7.2.2广州便利店行业竞争激烈228
 - 7.2.3中国加油站便利店竞争展开232
 - 7.2.4中国便利店真正竞争尚未开始233
 - 7.2.5便利店竞争正从商品转向服务236
 - 7.3中国便利店行业竞争策略分析237
 - 7.3.1便利店竞争赢在高效物流配送237
 - 7.3.3中国便利店企业竞争策略240
- 第八章2013-2017年中国便利店行的选址与营销策略245
 - 8.1中国便利店的选址策略245
 - 8.1.1便利店店址选择原则245
 - 8.1.2交通条件与店址选择247
 - 8.1.3客流规律与店址选择248
 - 8.1.4竞争店铺与店址选择249
 - 8.1.5地形特点与店址选择249
 - 8.1.6城市规划与店址选择249
 - 8.2中国便利店的产品策略250
 - 8.2.1提高门店商品陈列利用率250
 - 8.2.2正确进行商品类型的选择250

- 8.2.3避免货架存在大面积空位251
- 8.2.4便利店的商品定位策略251
- 8.3中国便利店的分销策略252
 - 8.3.1建立统一网络配送系统252
 - 8.3.2加快商品周转减少库存252
 - 8.3.3便利店商品的价格策略253
 - 8.3.4连锁便利店的营销策略257
- 8.4中国加油站便利店的产品策略258
 - 8.4.1商品选择与配置258
 - 8.4.2替代性商品的选择259
 - 8.4.3商品的替换与更新259
 - 8.4.4货架陈列及店面设计259
- 第九章2017年中国便利店产业优势企业竞争力分析261
 - 9.1上海农工商超市（好德、可的）261
 - 9.1.1农工商超市便利店简介261
 - 9.1.22017年农工商便利店市场规模分析262
 - 9.1.3可的便利店数据分析支持系统分析262
 - 9.1.42017年好德和可的承销世博会门票265
 - 9.2上海联华快客便利有限公司266
 - 9.2.1上海联华快客便利简介266
 - 9.2.22017年快客便利门店扩张情况266
 - 9.2.32017年快客便利市场规模分析267
 - 9.2.4上海联华快客便利店经营策略分析268
 - 9.3上海喜士多便利有限公司272
 - 9.3.1上海喜士多便利有限公司简介272
 - 9.3.22017年喜士多中国门店发展情况272
 - 9.3.32017年喜士多与7-11的竞争策略分析272
 - 9.4上海良友金伴便利有限公司275
 - 9.4.1上海良友金伴简介275
 - 9.4.22017年良友金伴门店发展情况275
 - 9.4.32017年良友金伴市场规模分析276
 - 9.5上海全家便利有限公司277
 - 9.5.1全家便利店简介277
 - 9.5.22017年全家便利店门店发展情况277
 - 9.5.32017年全家便利店加速门店扩张速度278

- 9.5.42017年全家便利店中国及全球发展规划278
- 9.6北京京客隆便利店278
 - 9.6.1北京京客隆商业集团股份有限公司简介278
 - 9.6.22017年北京京客隆便利门店发展分析279
 - 9.6.32017年北京京客隆便利店市场规模情况280
- 9.7北京超市发便利店281
 - 9.7.1北京超市发连锁股份有限公司简介281
 - 9.7.22017年北京超市发经营规模分析281
 - 9.7.32017年超市发菜市场超市化分析282
 - 9.7.4北京超市发经营成功四因素分析282
- 9.8东莞糖酒集团美宜佳便利店有限公司285
 - 9.8.1美宜佳简介285
 - 9.8.22017年美宜佳市场规模分析285
 - 9.8.32017年美宜佳发展重点分析287
 - 9.8.42017年美宜佳建大型物流配送中心287
 - 9.8.52017年美宜佳尝试多元化营销模式288
- 9.9东莞喜洋洋连锁便利店289
 - 9.9.1喜洋洋便利店简介289
 - 9.9.2喜洋洋便利店发展历程289
 - 9.9.32017年喜洋洋便利店经营情况290
- 9.10香港OK便利店290
 - 9.10.1OK便利店简介290
 - 9.10.22017年OK便利店门店发展情况291
 - 9.10.32017年OK便利店市场规模情况292
 - 9.10.42017年OK便利店退出东莞市场292
- 9.11华润万家便利店292
 - 9.11.1华润集团简介292
 - 9.11.22017年华润Vango便利店门店情况293
 - 9.11.32017年华润苏果便利门店发展情况293
- 9.12特易购 (Tesco) 便利店293
 - 9.12.1特易购简介293
 - 9.12.2特易购零售运营形态的分类294
 - 9.12.3特易购进军中国便利店市场294
 - 9.12.42017年中国特易购便利店发展情况295
- 9.13河北国大36524便利店295

- 9.13.1河北国大连锁商业有限公司简介295
- 9.13.22017年国大36524便利店发展情况296
- 9.13.32017年国大36524便利店增加公共事业服务296
- 9.13.42017年国大36524获中国特许经营年度大奖297
- 9.14山西金虎便利店297
- 9.14.1山西金虎便利有限公司简介297
- 9.14.22017年山西金虎便利店门店扩张情况298
- 9.14.3山西金虎便利店经营理念及模式分析299
- 9.15辽宁大连太阳系便利店303
- 9.15.1太阳系简介303
- 9.15.2太阳系便利店经营策略介绍303
- 9.15.32017年太阳系启用明珠公用卡消费304
- 第十章2018-2024年中国便利店发展前景预测分析305
- 10.1中国零售业发展前景分析305
- 10.1.12017年中国零售业发展新趋势305
- 10.1.22017年消费品市场趋势预测306
- 10.1.3未来中国零售业发展前景展望310
- 10.1.42018-2024年连锁零售业市场规模预测311
- 10.2中国便利店的发展趋势与前景312
- 10.2.1中国便利店的发展趋势分析312
- 10.2.2中国便利店的发展方向分析313
- 10.2.3中国加油站便利店发展前景313
- 10.2.4中国便利店的发展前景分析314
- 10.32018-2024年中国便利店发展预测315
- 10.3.12018-2024年中国便利店市场竞争预测315
- 10.3.22018-2024年中国便利店发展规模预测315
- 10.3.32018-2024年中国便利店市场销售预测316
- 第十一章2018-2024年中国便利店投资前景分析318
- 11.1便利店投资的概述318
- 11.1.1便利店的投资环境分析318
- 11.1.2投资便利店的主要条件319
- 11.1.3便利店投资效益的估算320
- 11.2便利店投资风险324
- 11.2.1产业政策风险324
- 11.2.2市场竞争风险324

11.2.3物流配送风险325

11.3便利店投资机会与策略325

11.3.12017年零售企业掀起便利店投资热潮325

11.3.22018-2024年社区便利店投资机会分析327

11.3.32018-2024年中国便利店区域投资分析328

11.3.42018-2024年中国便利店投资策略分析329

部分图表目录：

图表1便利店与超市的区别15

图表2便利店主管部门监管领域情况20

图表3中国便利店行业的主要法律法规列表20

图表4跨国零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式30

图表5跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素31

图表6美国便利店总数量及其增长率39

图表7美国便利店的销售收入统计40

图表8美国便利店的税前总利润及其增长率41

图表9美国便利店相关统计数据41

图表10英国零售行业各业态收入份额图42

图表11伊藤洋华堂集团在华子公司投资情况64

图表122017年中国7-11便利店经营格局及门店数量统计79

图表132017年北京7-11便利店各区分布统计79

图表142017年上海7-11便利店各区分布统计80

图表152009-2015年日本罗森便利店经营效益85

图表162000-2017年中国罗森便利店门店数量统计86

图表172013-2017年中国罗森便利店扩张趋势图86

图表182013-2017年中国国内生产总值增长趋势图87

图表192013-2017年中国居民消费价格涨跌幅度88

图表202017年中国居民消费价格比上年涨跌幅度88

图表212013-2017年中国年末国家外汇储备情况89

图表222013-2017年中国财政收入情况89

图表232013-2017年中国粮食产量情况90

图表242013-2017年中国工业增加值情况91

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/354900.html>