

2020-2026年中国便利店市 场深度分析与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国便利店市场深度分析与前景趋势报告》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.cction.com/report/202005/164883.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

报告目录：

第一章便利店行业概况及特性分析18

第一节零售行业相关概述18

一、零售行业相关概况18

（一）零售行业的定义18

（二）零售贸易的特征18

（三）零售业演变历程20

二、零售业准入条件概述21

（一）注册登记条件21

（二）资金投入条件21

（三）技术设备条件22

三、零售业的业态概述22

（一）零售业态划分标准22

（二）零售业态发展规律23

（三）有店零售业态概述23

（四）无店零售业态概述25

第二节便利店相关概述26

一、便利店的定义26

二、便利店的分类27

三、便利店的特征27

四、便利店与超市的区别28

第三节便利店选址分析29

一、便利店店址选择原则29

二、交通条件与店址选择31

三、客流规律与店址选择32

四、竞争店铺与店址选择33

五、地形特点与店址选择34

六、城市规划与店址选择34

第四节便利店行业概述34

一、便利店行业发展历程34

二、便利店行业发展条件35

三、便利店经营成功要素36

第二章2019年世界便利店行业运行状况分析39

第一节世界零售行业发展概况39

一、国际零售业特点分析39

二、跨国零售商海外模式43

三、西方零售业态的理论48

四、零售巨头的发展分析51

第二节国外便利店经营特点分析55

一、连锁化程度较高55

二、营销手段较丰富55

三、信息技术先进化56

四、服务功能综合化56

五、发展日趋国际化56

第三节美国便利店发展分析57

一、美国零售业发展综述57

二、美国便利店发展历程61

三、美国加油便利店概况66

第四节日本便利店发展分析66

一、日本零售业发展综述66

二、日本便利店发展概况67

三、日本便利店现状分析70

四、日本便利店发展特点71

五、日便利店国际化战略73

(一) 进入市场的选择73

(二) 进入时机的选择73

(三) 进入方式的选择73

(四) 业态模式的选择75

(五) 营销战略的选择76

(六) 管理方式的选择77

第五节台湾便利店发展分析79

一、台湾零售业发展综述79

二、台湾便利店发展概况80

三、台湾便利店发展特点81

四、台湾便利店发展优势81

第六节英国便利店发展分析84

一、英国零售业发展综述84

二、英国便利店发展概况87

三、英国便利店绿色计划88

四、英国特易购发展剖析89

第三章2019年中国便利店行业发展环境分析96

第一节2019年中国宏观经济运行环境分析96

一、2019年中国GDP增长情况分析96

二、2019年工业经济发展形势分析97

三、2019年社会固定资产投资分析99

四、2019年全社会消费品零售总额100

五、2019年城乡居民收入增长分析100

六、2019年居民消费价格变化分析101

第二节2019年中国便利店行业消费环境分析102

一、城乡居民消费情况分析102

（一）城乡居民消费支出情况102

（二）农村居民消费特点分析103

二、居民消费信心指数分析104

第三节2019年中国便利店行业政策环境分析105

一、中国零售连锁行业管理体制105

二、便利店的相关法律法规介绍105

三、商品零售场所限塑令的实施106

四、扩大内需要求调整流通结构106

五、零售业态分等定级制度扩大109

六、外资便利店审核放权的影响109

第四节2019年中国便利店行业社会环境分析110

一、城市化进程拓宽农村市场110

- 二、新农村建设孕育消费潜力111
- 三、基础设施建设促行业发展111
- 四、城市社区建设及发展分析112
- 五、中国中产阶级正逐渐壮大114

第四章2019年中国便利店行业发展现状分析116

第一节2019年中国消费品市场运行情况分析116

- 一、2019年中国消费市场发展概况116
- 二、2019年消费品零售总额分析117
- 三、2019年消费零售总额主要数据118
- 四、2019年居民消费价格情况分析120

第二节2019年中国零售行业发展概况121

- 一、2019年中国零售业发展概述121
- 二、2019年零售业并购情况剖析122
- 三、中国零售业信息化发展概况124
- 四、2019年外资零售企业发展分析127
- 五、2019年本土零售企业发展分析128

第三节2019年中国便利店行业发展概况130

- 一、中国便利店发展现状分析130
- 二、中国便利店发展特点分析132
- 三、中国主要便利店发展概况132
- 四、外资便利店在华发展现状134
- 五、中国连锁便利店企业排名136

第四节2019年中国便利店行业市场规模分析138

- 一、中国便利店总店数量统计138
- 二、中国便利店门店规模统计139
- 三、中国便利店销售规模统计141

第五节国内外便利店发展模式分析142

- 一、总部赢利模式分析142
- 二、规模扩张模式分析143
- 三、总部服务模式分析144
- 四、总部投资模式分析144

五、商品采购模式分析145

第六节中国便利店发展问题及对策分析145

一、中国便利店发展主要问题145

二、连锁便利店发展问题分析147

三、中国便利店发展策略分析148

四、连锁便利店发展策略分析149

第五章2019年中国加油站便利店发展分析152

第一节国外加油站便利店发展现状分析152

一、欧洲加油站便利店管理特点152

二、欧洲加油站便利店服务特色153

三、部分国家加油站便利店概况154

（一）德国加油便利店经营特色154

（二）南非的四位一体服务模式155

（三）意大利图标语言特色服务156

第二节中国加油站便利店发展现状及发展对策157

一、中国加油站便利店经营概况157

二、中国加油站便利店发展问题157

三、加油便利店本土化经营分析159

四、加油站便利店发展对策分析160

第三节中国加油站便利店4C营销策略分析161

一、加油便利店消费者需求分析161

二、加油便利店消费者愿付成本162

三、加油便利店客户便利性策略162

四、加油便利店消费者沟通策略164

第四节中国加油站便利店市场细分策略分析165

一、城区加油站便利店营销策略165

二、农村加油站便利店营销策略166

三、高速路加油便利店营销策略167

第六章2019年中国便利店行业营销策略分析168

第一节连锁便利店的一般营销策略剖析168

一、统一品牌形象设计	168
二、商品的选择与配置	168
三、门店统一促销策略	169
四、商品配送策略分析	169
第二节中国便利店商品定价策略分析	170
一、价格弹性定价策略	170
二、价值导向定价策略	170
三、服务差别定价策略	170
四、商品模糊定价策略	170
五、价格分割定价策略	171
第三节中国便利店的产品策略分析	171
一、提高门店商品陈列利用率	171
二、正确进行商品类型的选择	171
三、避免货架存在大面积空位	172
四、便利店商品定位策略分析	172
第四节中国便利店的分销策略分析	173
一、便利店分销渠道策略分析	173
二、建立统一的网络配送系统	174
三、加快商品周转以减少库存	174
四、完善信息系统以合理配送	174
第七章2019年中国便利店市场竞争态势分析	176
第一节中国便利店行业竞争现状分析	176
一、中国便利店的竞争力分析	176
二、中国便利店竞争格局分析	180
三、外资便利店在华发展情况	181
四、区域型便利店的发展情况	182
第二节中国便利店发展的SWOT分析	183
一、便利店的发展优势	183
二、便利店的发展劣势	183
三、便利店的发展机遇	184
四、便利店的发展威胁	185

第三节中国便利店企业竞争策略分析186

一、门店开发拓展策略186

二、信息化建设及管理187

三、电子商务应用策略187

四、品牌的培育和管理187

五、人力资源管理策略188

六、企业文化建设策略188

第八章2019年中国便利店竞争行业发展概况189

第一节百货业发展分析189

一、连锁百货门店规模统计189

二、连锁百货销售规模统计189

三、连锁百货企业排名情况190

四、本土百货发展优势分析191

五、百货行业经营模式分析192

六、百货业盈利能力分析193

七、百货业布局二三线城市193

第二节超市业发展分析194

一、超市业发展现状194

(一) 超市门店规模统计194

(二) 超市从业人数统计195

(三) 超市销售规模统计196

(四) 超市营业面积分析197

(五) 超市经营情况分析198

二、超市业竞争分析199

(一) 超市业竞争格局199

(二) 超市行业集中度203

(三) 外资超市扩张放缓203

(四) 中外超市竞争情况204

(五) 连锁超市区域竞争205

(六) 连锁超市并购分析206

第三节购物中心业态发展分析207

- 一、世界购物中心分类情况分析207
- 二、中国购物中心类型形态界定208
- 三、中国购物中心发展阶段分析209
- 四、中国购物中心发展规模分析211
- 五、中国购物中心发展指数分析212
 - (一) 上海购物中心发展指数212
 - (二) 北京购物中心发展指数213
 - (三) 深圳购物中心发展指数214
 - (四) 广州购物中心发展指数215
- 六、中国购物中心开发投资情况216
- 七、中国购物中心主力店分布特点218
- 八、中国购物中心发展策略分析222
- 九、购物中心未来发展前景分析224
- 第四节仓储式商场发展分析226
 - 一、仓储式商场发展历史浅析226
 - 二、仓储式商场营销特点分析227
 - 三、中国仓储式商场存在的问题229
 - 四、发展仓储式商场的对策建议230

第九章2019年中国重点省市便利店发展分析232

第一节北京便利店行业发展分析232

- 一、北京便利店宏观环境分析232
- 二、北京市消费品零售额分析233
- 三、北京便利店行业发展概况234
- 四、北京便利店发展策略分析235
- 五、北京市未来商业发展规划236

第二节上海便利店行业发展分析241

- 一、上海便利店宏观环境分析241
- 二、上海市消费品零售额分析242
- 三、上海便利店行业发展概况242
- 四、上海便利店竞争态势分析243
- 五、上海便利店发展问题分析244

六、上海便利店发展策略分析	245
第三节广州便利店行业发展分析	247
一、广州便利店宏观环境分析	247
二、广州市消费品零售额分析	248
三、广州便利店行业发展概况	248
四、广州便利店发展问题分析	249
五、广州便利店竞争态势分析	250
第四节深圳便利店行业发展分析	253
一、深圳便利店宏观环境分析	253
二、深圳市消费品零售额分析	254
三、深圳零售业发展历程分析	255
四、深圳便利店行业发展概况	258
五、深圳网络便利店发展概况	259
第五节东莞便利店行业发展分析	260
一、东莞便利店宏观环境分析	260
二、东莞市消费品零售额分析	261
三、东莞便利店行业发展概况	262
四、东莞网络便利店发展概况	262
第六节天津便利店行业发展分析	264
一、天津便利店宏观环境分析	264
二、天津市消费品零售额分析	265
三、天津便利店行业发展概况	265
四、天津便利店发展问题分析	266
五、天津便利店发展对策分析	268
第七节武汉便利店行业发展分析	269
一、武汉便利店宏观环境分析	269
二、武汉市消费品零售额分析	270
三、武汉便利店行业发展概况	271
四、武汉便利店市场格局分析	271
第八节成都便利店行业发展分析	272
一、成都便利店宏观环境分析	272
二、成都市消费品零售额分析	272

三、成都便利店行业发展概况	273
四、成都便利店竞争格局分析	274
五、便利店电子商务发展分析	275
六、便利店电子商务发展策略	279
第九节重庆便利店行业发展分析	282
一、重庆便利店宏观环境分析	282
二、重庆市消费品零售额分析	283
三、重庆便利店行业发展概况	283
四、重庆便利店发展动态分析	284
第十节江苏便利店行业发展分析	286
一、江苏便利店宏观环境分析	286
二、江苏省消费品零售额分析	287
三、江苏便利店行业发展概况	288
四、江苏便利店行业发展动态	289
第十一节浙江便利店行业发展分析	289
一、浙江便利店宏观环境分析	289
二、浙江省消费品零售额分析	291
三、浙江便利店行业发展概况	291
四、浙江便利店行业发展动态	293
第十二节山东便利店行业发展分析	293
一、山东便利店宏观环境分析	293
二、山东省消费品零售额分析	295
三、山东便利店行业发展概况	296
四、山东便利店行业发展动态	298
第十三节福建便利店行业发展分析	298
一、福建便利店宏观环境分析	298
二、福建省消费品零售额分析	300
三、福建便利店发展潜力分析	300
四、福建便利店行业发展规划	301
第十章2019年中国主要便利店经营情况分析	303
第一节7-Eleven便利店	303

- 一、7-11便利店基本概况303
- 二、7-11便利店配送系统306
- 三、7-11便利店经营特色309
- 四、7-11便利店经营分析316
- 五、7-11便利店在华布局316
- 第二节农工商集团便利店317
 - 一、农工商便利店基本情况317
 - 二、农工商便利店规模分析317
 - 三、农工商便利店发展历程318
 - 四、农工商便利店经营分析319
 - 五、好德便利店经营特点分析319
 - 六、可的便利店数据系统概况321
- 第三节OK便利店324
 - 一、OK便利店基本情况324
 - 二、OK便利店经营特点324
 - 三、OK便利店经营情况325
 - 四、OK便利店加盟概况326
- 第四节东莞市糖酒集团美宜佳便利店326
 - 一、美宜佳基本情况分析326
 - 二、美宜家经营情况分析327
 - 三、美宜家物流中心概况328
 - 四、美宜家营销模式分析328
- 第五节上海联华快客便利有限公司329
 - 一、快客便利店基本情况329
 - 二、快客便利店发展概况329
 - 三、快客便利店经营情况330
 - 四、快客便利店经营策略330
- 第六节罗森便利店335
 - 一、罗森便利店基本情况335
 - 二、罗森便利店经营特色335
 - 三、罗森便利店运营分析335
 - 四、罗森便利店在华概况336

第七节苏果便利店336

一、苏果便利店基本情况336

二、苏果便利店网点分布337

三、苏果便利店经营情况337

第八节天福便利店338

一、天福便利店基本情况338

二、天福便利店发展历程338

三、天福便利店服务类型338

四、天福便利店资质能力339

第九节上好便利店339

一、上好便利店基本情况339

二、上好便利店加盟概述340

三、上好便利店经营分析340

四、上好便利店营销模式341

第十节山西省太原唐久便利店341

一、唐久便利店基本情况341

二、唐久便利店经营情况342

三、唐久便利店物流中心342

第十一节青岛利群便利店343

一、利群便利店基本情况343

二、利群便利店加盟概述344

三、利群便利店最新动态345

第十二节维客迷你便利店346

一、维客便利店基本情况346

二、维客便利店发展概况346

三、维客便利店发展历程347

第十三节河北国大36524便利店348

一、国大36524基本情况348

二、国大36524连锁经营348

三、国大36524最新动态350

第十四节天津劝宝超市（便利店）有限责任公司352

一、劝宝便利店基本情况352

二、劝宝便利店经营情况352

三、劝宝便利店购物广场353

四、劝宝便利店发展动态354

第十五节上海良友金伴便利店355

一、良友金伴的基本情况355

二、良友金伴的组织架构355

三、良友金伴的加盟概况356

第十一章2020-2026年中国便利店行业发展趋势及前景预测406

第一节2020-2026年中国零售业发展前景分析406

一、中国商业发展热点预测406

二、中国零售行业发展趋势408

三、中国消费市场发展方向409

四、中国商业发展目标分析411

五、零售行业市场规模预测416

(一) 社会消费品零售额预测416

(二) 零售行业商品零售额预测417

(三) 连锁零售商品零售额预测418

第二节中国便利店的发展趋势与前景分析419

一、中国便利店的发展趋势分析419

二、中国便利店的发展方向分析420

三、第五代便利店发展前景分析420

四、中国加油站便利店发展前景423

五、中国便利店的发展前景分析424

第三节2020-2026年中国便利店行业发展预测424

一、中国便利店市场竞争预测424

二、中国便利店发展规模预测425

三、中国便利店销售规模预测426

第十二章2020-2026年中国便利店行业投资可行性分析427

第一节中国便利店行业投资概述427

一、便利店的投资环境分析427

二、投资便利店的主要条件	428
三、便利店投资效益的估算	429
第二节中国便利店行业投资风险分析	433
一、便利店产业政策风险	433
二、便利店市场竞争风险	434
三、便利店物流配送风险	434
第三节中国便利店行业投资机会与策略分析	435
一、社区便利店投资机会分析	435
二、中国便利店区域投资分析	436
三、中国便利店投资策略分析	437
第十三章中国便利店投融资及IPO上市策略指导	438
第一节便利店融资渠道与选择分析	438
一、便利店融资方法与渠道简析	438
二、利用股权融资谋划企业发展机遇	440
三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道	444
四、适度债权融资配置自身资本结构	445
五、关注民间资本和外资的投资动向	446
第二节便利店境内IPO上市目的及条件	447
一、便利店境内上市主要目的	447
二、便利店上市需满足的条件	448
（一）企业境内主板IPO主要条件	448
（二）企业境内中小板IPO主要条件	449
（三）企业境内创业板IPO主要条件	450
三、企业改制上市中的关键问题	451
第三节便利店IPO上市的相关准备	452
一、企业该不该上市	452
二、企业应何时上市	452
三、企业应何地上市	453
四、企业上市前准备	453
（一）企业上市前综合评估	453
（二）企业的内部规范重组	453

- (三) 选择并配合中介机构454
- (四) 应如何选择中介机构454
- 第四节便利店IPO上市的规划实施454
 - 一、上市费用规划和团队组建454
 - 二、尽职调查及问题解决方案458
 - 三、改制重组需关注重点问题461
 - 四、企业上市辅导及注意事项464
 - 五、上市申报材料制作及要求466
 - 六、网上路演推介及询价发行468
- 第五节企业IPO上市审核工作流程469
 - 一、企业IPO上市基本审核流程469
 - 二、企业IPO上市具体审核环节470
 - 三、与发行审核流程相关的事项473

部分图表目录：

- 图表1中国零售业态的演进历程20
- 图表2中国无店铺零售业态分类及基本特点26
- 图表3便利店与超市的区别29
- 图表4跨国零售业进入模式47
- 图表5跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素48
- 图表6日本便利店首次进入海外部分市场情况74
- 图表7“7-11”在新加坡的店铺类型76
- 图表8上海罗森便利店与联华便利店的加盟店条件之比较78
- 图表92019年国内生产总值构成及增长速度统计96
- 图表102008-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图97
- 图表112019年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图98
- 图表122019年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速98
- 图表132008-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图99
- 图表142008-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图100
- 图表152008-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图101
- 图表162008-2019年农村居民人均纯收入及增长趋势图101
- 图表172019年中国居民消费价格月度变化趋势图102

图表18城镇人均现金消费支出额变化趋势图103

图表19农村人均现金消费支出额变化趋势图103

图表202019年中国居民消费者信心指数月度变化情况105

图表21中国便利店行业的主要法律法规列表106

图表222006-2019年中国城镇化率变化趋势图110

图表232019年中国社会消费品零售总额构成情况117

图表242019年社会消费品零售总额分月同比增长率变化趋势图118

图表252019年社会消费品零售总额主要数据118

图表262006-2019年中国限额以上连锁零售业商品销售额变化趋势图120

图表272011-2019年全国居民消费价格涨跌幅变化趋势图120

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164883.html>