

# 2021-2027年中国便利店行业市场全面调研及市场规模预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国便利店行业市场全面调研及市场规模预测报告》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.chyxx.com/research/202009/898320.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

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。

智研咨询发布的《2021-2027年中国便利店行业市场全面调研及市场规模预测报告》共十一章。首先介绍了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 2016-2020年全球零售业运行动态分析

第一节 2016-2020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 2016-2020年中国零售业运行走势分析

一、中国零售业发展变化解析

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

#### 第三节 2016-2020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 2016-2020年世界便利店所属行业运行状况分析

##### 第一节 2016-2020年世界便利店所属行业发展概况

##### 第二节 2016-2020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 2016-2020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

###### 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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国零售所属行业运行态势分析

### 第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国便利店所属行业运行形势分析

#### 第一节 2016-2020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 2016-2020年中国便利店市场暗战连连

#### 第三节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国便利店产业市场竞争格局分析

### 第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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

### 第二节 上海联华快客便利有限公司

### 第三节 北京超市发连锁股份有限公司

### 第四节 喜士多

### 第五节 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

### 第六节 大连太阳系便利店

### 第七节 千家伴

### 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 (ZY ZS)

第一节 2020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：<https://www.chyxx.com/research/202009/898320.html>