

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>