

2019年中国便利店行业分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国便利店行业分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/413632413632.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

自2015年以来，我国便利店行业销售规模、企业平均单店日销售额均呈逐年增长态势收，但两者增速都在逐年放缓。数据显示，2019年我国便利店行业销售规模为2556亿元，同比增长12.9%；平均单店日销售额为5297元，同比增长4.19%。

2015-2019年期间我国便利店行业销售规模及增速情况 数据来源：公开数据整理

2015-2019年期间样本企业平均单店日销售额及增速 数据来源：公开数据整理

虽然进入2020年，受疫情影响，便利店行业景气指数创下近三年来最低点，多数企业降低了门店拓展的预期。但随着数字技术兴起的新一代便利店并没有因此放缓发展的脚步。根据数据显示，2020年开店计划在100家以下的企业占比达到59.6%，较去年大幅高出21.3个百分点。

与此同时，受政策利好，我国便利店正迎来规模发展的良机。例如2019年7月，商务部发布《关于推动便利店品牌化连锁化发展的工作通知》，鼓励延长便利店营业时间，支持开设24小时营业便利店。到2020年7月，《关于开展便利店品牌化连锁化三年行动的通知》的出台，提出到2022年，全国品牌化连锁化便利店总量达到30万家，销售额累计增长超过50%。

自2019年7月以来我国便利店相关政策情况

时间

政策文件

主要内容

2019年7月

《关于推动便利店品牌化连锁化发展的工作通知》

多渠道增加便利店适用门店资源，推动落实新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积比例不低于10%的要求，加强便利店用房保障。鼓励延长便利店营业时间，支持开设24小时营业便利店。

2020年1月

《关于推动品牌连锁便利店加快发展的指导意见》

提出，推进便利店品牌化建设。支持品牌连锁便利店统一设置代表企业特色的标识牌匾，提升品牌认知度；鼓励企业加强与知名文娱品牌合作，建设文化主题便利店，发展集文化服务和便民服务等功能于一体的“书店+便利店”模式。

2020年3月

《关于支持商贸流通企业复工营业的通知》

新冠肺炎疫情仍然十分严峻，为减少人员聚集，切断交叉传染渠道，现推广小餐馆、小便利店、小食品店窗口售卖和网上售卖，加强卫生清洁。

2020年4月

《关于加快推动品牌连锁便利店发展工作的通知》

各地要进一步提高认识，在严格落实防控措施的前提下推动便利店全面复工营业，目前，直

辖市、计划单列市和省会城市已先行启动品牌连锁便利店发展工作。

2020年7月

《关于开展便利店品牌化连锁化三年行动的通知》

到2022年，全国品牌化连锁化便利店总量达到30万家，销售额累计增长超过50%，全国中等以上城市每百万人口不少于200家门店，连锁便利店24小时营业门店的比例不低于30%（含无人零售店），成为服务民生、便利消费的重要载体。

《关于推动便利店品牌化连锁化发展的工作通知》

按照“全面部署、重点推进、逐级延伸”的工作步骤，直辖市、计划单列市和省会城市的品牌连锁便利店发展工作要在2019年先行启动，各地要在重点推进这部分城市的基础上，结合当地经济发展实际，有条件的地方可再选择一些其他城市推进。资料来源：公开资料整理

除了国家层面上，地方政府也相继推出相关文件，大力支持品牌连锁便利店发展。例如厦门出台了《厦门市推动品牌连锁便利店发展实施方案》，提出利用3年左右时间培育一批跨区域发展的品牌连锁便利店企业，到2022年底力争实现每百万人拥有连锁便利店250个左右，24小时品牌连锁便利店占比进一步提高，并提出了14项工作任务。河南省印发《关于推动品牌连锁便利店加快发展的实施意见》，提出用3年左右的时间加快推动品牌连锁便利店发展，按照每年增长率不低于5%的要求使品牌连锁便利店的总体数量和覆盖面进一步扩大等。

2020年我国主要地区便利店相关政策

地区

政策文件

主要内容

厦门市

《厦门市推动品牌连锁便利店发展实施方案》

提出利用3年左右时间培育一批跨区域发展的品牌连锁便利店企业，到2022年底力争实现每百万人拥有连锁便利店250个左右，24小时品牌连锁便利店占比进一步提高，并提出了14项工作任务。

河南省

《关于推动品牌连锁便利店加快发展的实施意见》

提出用3年左右的时间加快推动品牌连锁便利店发展，按照每年增长率不低于5%的要求使品牌连锁便利店的总体数量和覆盖面进一步扩大。

内蒙古呼和浩特

《呼和浩特市推动品牌连锁便利店发展的指导意见》

力争2022年呼和浩特市品牌连锁便利店突破2000家，培育3~5家门店在200家以上的品牌连锁便利企业，引进1~2家国内知名品牌便利企业，实现高品质连锁便利店城区范围全部社区和旗县主要乡镇全覆盖。

吉林省

《关于推动品牌连锁便利店加快发展的实施意见》

以完善规划布局、优化发展环境、推动便利店品牌连锁化为重点，力争到2022年底全省城市社区新设或改造满足不同群体需求的便利店2000家以上，培育年销售过亿元的品牌连锁便利店企业10家以上。

宁夏

《关于推动品牌连锁便利店加快发展的实施意见》

从优化便利店网点布局、简化审批备案流程、创新监管服务模式和提升行业发展水平四个方面提出13项措施，推动便利店品牌化、连锁化、智能化发展。

河北省

《河北省促进商业消费2020年度行动计划》

提出了实施品牌连锁便利店培育工程，加快培育一批本土连锁企业，支持国内外知名连锁品牌落户河北，引导连锁企业建立联合采购中心和配送分拨中心，到城市商业街区、居民生活区、公共服务场所和乡镇农村建设改造便利店。2020年，计划新增品牌连锁便利店1000家，连锁企业统仓统配率达到70%以上。

福州

《关于促进福州便利店企业发展的若干扶持措施的解读》

支持福州药品零售连锁企业和24小时服务连锁店及更多门店(30多家)便利店公司合作在便利店设立独立的B类非处方药，医疗器械柜台或自助药品销售机器。该政策还为“便利店+药房”模式打开了大门。资料来源：公开资料整理（WW）【报告大纲】第一章 便利店行业相关概述第一节 便利店相关概述一、便利店的概念二、便利店的分类三、与超市的区别第二节 便利店业态特征一、距离的便利性二、即时的便利性三、时间的便利性四、服务的便利性第二章 2017-2020年零售及新零售行业发展综述第一节 零售和新零售行业概述一、零售业基本介绍二、新零售概念界定三、新零售时代来临四、零售与新零售对比第二节 2017-2020年零售行业发展分析一、零售行业发展变革二、零售行业发展特点三、社会消费品零售额四、百强企业零售规模五、零售行业发展业态六、行业存在问题分析七、行业发展策略建议第三节 2017-2020年新零售行业发展状况一、新零售的特点二、技术基础分析三、发展规模分析四、发展效益成本五、行业发展热点六、重点细分市场第四节 新零售行业发展措施建议一、发挥大数据的作用二、构建商业治理体系三、建设农产品供应链四、推动企业“走出去”第三章 2017-2020年国际便利店行业发展综况第一节 日本便利店行业发展状况一、行业特点分析二、行业销售规模三、行业带动作用四、主要品牌分析五、行业传统困境六、行业变革方向第二节 美国便利店行业发展状况一、行业发展概况二、零售行业规模三、行业发展状况四、市场业务分析五、行业营销技术第三节 中国台湾便利店行业发展一、行业发展特点二、行业发展规模三、O2O运营模式第四章 2017-2020年中国便利店行业发展环境第一节 经济环境一、世界经济发展形势二、中国宏观经济概况三、服务行业运行状况四、国内宏观经济展望第二节 社会环境一、人口结构分析二、居民收入水平三、居民消费水平四、消费

市场特征五、移动支付普及第三节 政策环境一、零售行业相关政策二、贸易流通发展规划三、居民生活服务规划四、供应链创新与应用五、促进消费升级意见六、区域配套扶持政策第五章 2017-2020年中国便利店行业发展分析第一节 2017-2020年便利店市场发展状况一、营商环境分析二、市场销售规模三、门店经营状况四、运营成本提升五、资本引入计划六、行业发展预期第二节 中国便利店行业景气指数分析一、便利店总体景气指数二、便利店门店分项指数三、便利店门店销售情况四、便利店门店客户分析第三节 中国便利店市场竞争状况分析一、市场扩张态势二、市场竞争态势三、行业竞争格局四、区域分布格局五、零售企业布局六、店铺加盟机制第四节 中国便利店内部管理状况调研一、便利店运营管理二、企业数字化转型三、便利店人才储备四、便利店商品结构第五节 外资便利店品牌在我国布局分布状况一、京津地区二、华东地区三、川渝地区四、珠三角地区第六节 中国便利店发展存在的主要问题一、盲目扩张问题二、商品缺乏特色三、物流配送不足四、信息管理不善第七节 中国便利店提升竞争力的策略分析一、实行连锁经营二、注重特色发展三、建立高效物流四、提升服务质量第六章 中国无人便利店行业投资潜力分析第一节 新零售推动便利店转型发展一、无人零售产业链条二、新零售便利店介绍三、便利店时代的变革四、便利店的转型升级第二节 中国无人便利店市场引领新零售发展一、消费流程介绍二、发展模式演变三、运营模式对比四、市场发展规模五、市场发展机遇六、行业发展争议第三节 国内外企业布局无人便利店发展动态一、亚马逊无人便利店计划二、7-11进军无人便利店三、阿里布局无人便利店四、京东智能无人便利店五、缤果盒子无人便利店六、苏宁无人店正式开业第四节 中国无人便利店行业投资分析一、行业投资背景二、市场投资动态三、行业危机显现四、行业发展潜力五、行业投资建议第七章 中国便利店O2O模式应用发展分析第一节 便利店O2O模式基本概述一、便利店O2O内涵界定二、便利店O2O发展概况三、便利店O2O运行模式第二节 便利店O2O主要模式发展分析一、商圈O2O便利店二、社区O2O便利店三、校园O2O便利店四、未来模式发展趋势第三节 便利店O2O运行模式相关建议一、实体超市主导模式二、电商企业主导模式三、物流公司主导模式第四节 便利店O2O营销模式构建分析一、构建形式简介二、信息系统建设三、全渠道销售协同四、经营服务项目设置五、企业营销策略研究第八章 中国便利店行业消费者行为调查研究第一节 中国零售业消费特征剖析一、消费群体特征二、消费偏好特征三、消费内容特征四、消费方式特征第二节 中国便利店消费者的特性研究一、研究目的和意义二、研究方法分析三、研究内容及结果四、研究成果应用第三节 中国便利店消费者行为分析一、消费者需求增加二、消费者偏好原因第九章 中国便利店市场营销研究分析第一节 中国便利店市场营销策略一、商品策略二、渠道策略三、价格策略第二节 加油站便利店营销策略分析一、品牌策略二、商品策略三、价格策略四、促销策略第三节 中国便利店营销核心竞争力探究一、财务角度分析二、能力提升方式三、抢占市场要素第十章 便利店行业商业案例——7-11经营模式解析第一节 7-11便利店基本概况一、企业起源介绍二、控股集团业务三、企业发展地位四、企业经营状况第二节 7-11便利店零售文化剖析一、卖方社会阶段二、买方社会阶段三、价值共创经营第三节 7-11

便利店核心竞争力分析一、供应端竞争优势二、运营端创新模式三、用户端服务升级第十一章 中国便利店行业企业分析（随数据更新有调整）第一节 上海福满家便利有限公司（全家）一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业发展现状分析四、企业竞争优势分析第二节 上海联华超市股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业发展现状分析四、企业竞争优势分析第三节 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业发展现状分析四、企业竞争优势分析第四节 上海罗森便利有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业发展现状分析四、企业竞争优势分析第五节 永辉超市股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业发展现状分析四、企业竞争优势分析第六节 成都红旗连锁股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业发展现状分析四、企业竞争优势分析第十二章 2021-2026年中国便利店行业发展前景及趋势预测第一节 中国零售行业未来发展趋势一、商业结构调整优化二、发展方式创新协同三、跨界融合持续促进四、市场环境不断完善第二节 中国便利店行业未来发展趋势一、全渠道整合二、媒体营销趋势三、品牌扩张态势四、增值服务增多五、分群促销方式第三节 中国便利店行业发展前景分析一、行业数字化赋能二、便利店价值提升三、便利店发展潜力四、便利店业态融合第四节 2021-2026年中国便利店行业预测分析一、2021-2026年中国便利店行业影响因素分析二、2021-2026年中国便利店行业销售额预测附录附录一：居民生活服务业发展“十三五”规划附录二：关于推动实体零售创新转型的意见图表目录图表：线上线下融合趋势显著图表：2020年全国社会消费品零售总额月度同比增长图表：2020年社会消费品零售总额主要数据图表：2017-2020年零售百强销售额及同比增速图表：社会消费品零售总额、实体店零售额、网上实物零售额同比增速图表：2017-2020年电商销售增速、对百强增长的贡献度及占比图表：2020年零售百强中7家电商销售情况图表：部分百货企业发展的购物中心、便利店和其他业态图表：百货店样本企业涉足其他业态情况图表：百货店样本企业当前所涉足的其他业态图表：百货店样本企业打算在未来一年内涉足其他业态情况图表：百货店样本企业打算在未来一年内涉足的其他业态图表：融合后的新零售生态图图表：新技术渗透新零售各个环节图表：新零售坪效远高于传统门店图表详见报告正文……（GY SYL）【简介】 中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业前景分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国便利店行业分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知

名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业前景分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/413632413632.html>