

2018-2023年中国便利店产业市场竞争现状调查及 投资前景规划预测报告

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《2018-2023年中国便利店产业市场竞争现状调查及投资前景规划预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/304431304431.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

便利店行业成为传统零售业中的黑马，成为各路资本争相抢夺的那块“蛋糕”，便利店的收入来源包括：销售商品收入、提供增值服务收入、加盟费和会员费（进行会员管理且收取会员费的便利店，比如全家尊享卡）。

成本端包括：商品成本、人力成本以及固定成本房租水电、装修、机器（咖啡机、豆浆机）、信息系统以及供应链（物流、仓储成本）。

便利店的盈利模式 资料来源：公开资料整理

便利店盈利模式可简化为：经营利润=商品销售毛利+其他业务收入-营业费用。其中商品销售毛利=商品销售收入-商品成本，其他业务收入=增值服务收入+加盟费+会员费，营业费用=员工工资+固定成本+系统建设。

社区O2O兴起，便利店入口价值凸显。便利店和O2O均是满足“宅、懒、馋、急、忙、老”六大需求，高密度、短半径、即时便利特性决定了便利店是社区O2O的重要入口。同时，便利店和O2O在供应链、物流、大数据协同方面效果突出：便利店的供应链和物流体系强化或弥补了O2O运营方的商品掌控力，并承担了末端仓储与配送的功能；大数据共享利于发挥规模效益、精准营销及拓展金融业务。

便利店“互联网+社区”的“变现”方式：价差+流量变现+大数据共享+金融服务。

- 1.价差：快消品供应链、物流体系供应加盟店或体系外门店，赚取价差及服务费等。
- 2.流量变现：在自身体系和合作方之间双向引流，自身体系可凝聚客流，促进连带消费等；向合作方导流，可收取佣金等。
- 3.大数据共享：为自身体系、供应商、品牌商等提供数据支持，用于精准营销等。
- 4.金融服务：第三方支付、消费信贷、小额贷款等，模式包括沉佣金、利差等。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国便利店产业市场竞争现状调查及投资前景规划预测报告》主要研究便利店行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说

明书等等。

第一章 便利店行业相关概述

1.1 便利店相关概述

1.1.1 便利店的概念

1.1.2 便利店的分类

1.1.3 与超市的区别

1.2 便利店业态特征

1.2.1 距离的便利性

1.2.2 即时的便利性

1.2.3 时间的便利性

1.2.4 服务的便利性

第二章 零售及新零售行业发展状况分析

2.1 零售和新零售行业概述

2.1.1 零售业基本介绍

2.1.2 新零售概念阐述

2.1.3 零售与新零售对比

2.2 零售行业运行状况

2.2.1 行业发展变革

2.2.2 全球市场规模

2.2.3 国内市场规模

2.2.4 市场发展现状

2.2.5 零售渠道变化

2.2.6 市场发展态势

2.3 新零售行业发展状况

2.3.1 技术发展基础

2.3.2 线上线下融合

2.3.3 资本抢占市场

2.3.4 发展突破方向

第三章 2015-2017年国际便利店行业发展综况

3.1 日本便利店行业发展状况

3.1.1 行业发展概况

3.1.2 行业规模现状

3.1.3 行业消费状况

3.1.4 波特五力分析

3.1.5 品牌发展状况

3.2 美国便利店行业发展状况

3.2.1 行业发展概况

3.2.2 行业规模现状

3.2.3 市场业务分析

3.3 中国台湾便利店行业发展

3.3.1 行业发展特点

3.3.2 行业发展规模

3.3.3 O2O运营模式

第四章 2015-2017年中国便利店行业发展环境

4.1 经济环境

4.1.1 全球经济态势

4.1.2 国内生产总值

4.1.3 经济运行现状

4.1.4 宏观经济走势

4.2 社会环境

4.2.1 人口结构分析

4.2.2 居民收入水平

4.2.3 居民消费价格

4.2.4 新型城镇化进程

4.3 政策环境

4.3.1 零售业供给侧改革

4.3.2 零售创新转型意见

4.3.3 电子商务监管政策

4.3.4 内贸流通发展规划

第五章 2015-2017年中国便利店行业发展分析

5.1 2015-2017年便利店市场发展状况

5.1.1 市场发展概况

5.1.2 市场销售规模

5.1.3 市场格局分析

5.1.4 市场成本费用

5.2 中国便利店行业景气指数分析

5.2.1 便利店景气指数简介

5.2.2 便利店景气指数现状

5.2.3 城市便利店发展指数

5.3 中国便利店市场竞争状况分析

5.3.1 市场扩张态势

5.3.2 区域分布格局

5.3.3 零售企业布局

5.3.4 品牌布局状况

5.3.5 外资抢占市场

5.4 中国内资与外资便利店品牌比较分析

5.4.1 地区布局比较

5.4.2 加盟比例比较

5.4.3 商品结构比较

5.4.4 经营效益比较

5.5 中国便利店发展存在的主要问题

5.5.1 盲目扩张问题

5.5.2 商品缺乏特色

5.5.3 物流配送不足

5.5.4 信息管理不善

5.6 中国便利店提升竞争力的策略分析

5.6.1 实行连锁经营

5.6.2 注重特色发展

5.6.3 建立高效物流

5.6.4 提升服务质量

第六章 中国无人便利店行业投资潜力分析

6.1 新零售推动便利店转型发展

6.1.1 便利店进入新时代

6.1.2 便利店市场潜力

6.1.3 便利店转型升级

6.2 中国无人便利店市场引领新零售发展

6.2.1 运营模式介绍

6.2.2 经营业态比较

6.2.3 市场竞争状况

6.2.4 市场发展机遇

6.2.5 市场扩张态势

6.3 中国无人便利店行业投融资动态

6.3.1 阿里投资布局

6.3.2 京东布局动态

6.3.3 其他企业融资动态

6.4 中国无人便利店行业投资分析

6.4.1 行业投资机遇

6.4.2 行业投资价值

6.4.3 行业规模扩张

6.4.4 行业投资建议

第七章 中国便利店O2O模式应用发展分析

7.1 便利店O2O模式基本概述

7.1.1 便利店O2O的含义

7.1.2 便利店O2O发展概况

7.1.3 便利店O2O运行模式

7.2 便利店O2O主要模式发展分析

7.2.1 商圈O2O便利店

7.2.2 社区O2O便利店

7.2.3 校园O2O便利店

7.2.4 未来模式发展趋势

7.3 便利店O2O运行模式相关建议

7.3.1 实体超市主导模式

7.3.2 电商企业主导模式

7.3.3 物流公司主导模式

7.4 便利店O2O营销模式构建分析

7.4.1 构建形式简介

7.4.2 信息系统建设

7.4.3 全渠道销售协同

7.4.4 经营服务项目设置

7.4.5 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

8.1 中国便利店消费者的特性研究

8.1.1 研究目的和意义

8.1.2 研究方法分析

8.1.3 研究内容及结果

8.1.4 研究成果应用

8.2 中国便利店消费者行为分析

8.2.1 消费者需求增加

8.2.2 消费者偏好原因

第九章 中国便利店市场营销研究分析

9.1 中国便利店市场营销策略

9.1.1 产品策略

9.1.2 渠道策略

9.1.3 价格策略

9.2 中国社区便利店经营分析

9.2.1 经营模式

9.2.2 经营特征

9.2.3 经营策略

9.3 加油站便利店营销策略分析

9.3.1 品牌策略

9.3.2 商品策略

9.3.3 价格策略

9.3.4 促销策略

第十章 2015-2017年中国便利店重点企业经营状况

10.1 柒一拾壹（中国）投资有限公司

10.1.1 企业发展概述

10.1.2 企业经营理念

10.1.3 企业经营方针

10.1.4 企业加盟体系

10.2 上海福满家便利有限公司（全家）

10.2.1 企业发展概述

10.2.2 企业经营状况

10.2.3 品牌发展优势

10.2.4 品牌经营理念

10.3 上海联华超市股份有限公司

10.3.1 企业发展概述

10.3.2 经营效益分析

10.3.3 业务经营分析

10.3.4 财务状况分析

10.3.5 未来前景展望

10.4 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

10.4.1 企业发展概述

10.4.2 企业布局状况

10.4.3 企业经营状况

10.4.4 企业发展理念

10.5 上海罗森便利有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 企业创新发展

10.5.3 企业经营规模

第十一章 2018-2022年中国便利店行业发展前景及趋势预测

11.1 中国便利店行业发展前景分析

11.1.1 行业前景预测

11.1.2 行业发展展望

11.1.3 业态发展方向

11.2 中国便利店行业未来发展趋势

11.2.1 全渠道整合

11.2.2 媒体营销

11.2.3 品牌扩张

11.2.4 增值服务

11.2.5 分群促销

11.3 2018-2022年中国便利店行业发展预测分析

11.3.1 行业发展因素

11.3.2 市场规模预测

图表详见正文（LPJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/304431304431.html>