

2020年中国便利店行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

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《2020年中国便利店行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/478135478135.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

便利店，是以经营即时性商品或服务为主的小型零售店或网上商店，主要分为传统和新型两种类型，目前国内便利店类型主要仍以传统类型为主。

便利店的类型

类型

竞争力

劣势

传统型

加盟比例逐年在提升

外延展店的风险大，供应链不足和加盟比例低

移动支付技术已经普及

商品缺乏特色，存在同质化严重的问题，鲜食和自有产品占比低

线上零售销售占比逐年上升

数字化普及率低，会员体系弱

区域内供应链体系和品牌效应明显，区域内集中度高造就了高的竞争门槛

盈利能力偏弱，运营效率偏低

新型

看重大数据对于全产业的驱动，逐步介入产业链的环节,未来想象空间较大，新业务新模式适应性强

高度模仿日系便利店的产品结构，产品服务差异性不明显。

新技术的应用节省运营成本，提升

运营效率

产品更新迭代速度慢

资本助推作用明显

商业模式还未趋于稳定，与传统本土便利店模式区别不大 资料来源：公开资料整理

随着我国经济的发展，消费升级，居民的购买能力增长，便利店行业迎来快速发展。数据显示，2019年我国便利店行业销售额约为2812亿元，同比增长24.2%，预计到2020年销售额将达到3500亿元，未来随着数字化及供应链等体系的完善，其销售额将会进一步扩大。

2019-2023年我国便利店销售额

数据来源：公开资料整理

从便利店经营模式来看，目前我国便利店以加盟模式为核心，2016-2018年加盟比例持续上升。数据显示，2019年我国便利店加盟模式在便利店行业中的占比为48%，同比增长2%。

2016-2019年我国便利店加盟比例

数据来源：CCFA

从分布地区来看，目前我国便利店行业除少部分大型连锁店推进多地布局外，大部分企业以区域拓展为主。

数据显示，在区域性布局的便利店中，国有性质的美宜佳门店数量超过一万家，远超其他便利店品牌；而民营其他企业更倾向于在非北上广区域重点布局；外资则主要在国内经济最发达的北上广地区和其他一二线城市布局。

2019年我国便利店行业企业门店数量及区域布局对比

企业性质

企业名称

门店数量

门店分布

国有

易捷

27606

全国性

昆仑好客

19000

美宜佳

19000

区域性

民营

苏宁小店

5368

全国性

天福

4212

区域性

红旗连锁

3070

成都地区

十足/之上

2141

一二线城市

外资

全家

2571

浙江地区

罗森

2007

一二线城市

7-ELEVEN

2892 资料来源：公开资料整理

从行业集中度来看，我国便利店行业市场集中度呈下降态势。数据显示，2019年我国便利店行业CR3约为48.6%，CR5约为56.3%。但2020年受疫情影响，行业进入洗牌期，中小企业面临破产风险或出局，预计未来行业集中度将会有所提升。

2016-2019年我国便利店行业市场集中度 数据来源：公开资料整理（shz）

【报告大纲】

第一章 2017-2020年全球零售业运行动态分析

第一节 2017-2020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 2017-2020年中国零售业运行走势分析

一、中国零售业发展变化解析

1、国内消费进入增速下滑新常态

1.1 国内消费增速下滑，但对经济发展作用增强

1.2 网络零售快速增长成亮点，占比首次突破10%

2、春节零售额全国增11%，百家重点零企降1.8%

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

1、农村零售业利润低

2、布局不合理，新型业态比例较低

3、基础设施落后，其中尤以交通问题最为严重

4、经营形式单一，无差异化导致竞争激烈

第三节 2017-2020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 2017-2020年世界便利店产业运行状况分析

第一节 2017-2020年世界便利店产业发展概况

一、世界各大便利店集团将在中国展开争霸战

二、世界最大的便利店企业加快步伐抢滩北京市场

三、全球便利店7-11店铺总数居全球第一

第二节 2017-2020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调研

三、日本便利店经营的发展分析

四、中国台湾地区便利店行业的发展

第三节 2021-2026年世界便利店产业发展趋势预测

第三章 2017-2020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

4、维持精度达49999/50000的作业系统

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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020年中国零售业运行态势分析

第一节 2017-2020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、金融危机环境下中国零售业发展变化解析

（一）、金融危机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金融危机的利器

5、网络商店将迎来一次大好的发展机遇

（二）、零售企业应对金融危机的策略

四、我国便利店盈利水平较低

第二节 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020年中国便利店产业运行形势分析

第一节 2017-2020年中国便利店产业发展现状调研

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 2017-2020年中国便利店市场暗战连连

第三节 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020年中国便利店产业市场竞争格局分析

第一节 2017-2020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 2017-2020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” 电商已成发展趋势预测分析

第三节 2017-2020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 中国便利店行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 上海可的便利店有限公司

- 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

第二节 上海联华快客便利有限公司

- 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

第三节 北京超市发连锁股份有限公司

- 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

第四节 喜士多

- 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 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

第六节 大连太阳系便利店

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

第七节 千家伴

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 2021-2026年中国便利店产业发展前景预测

一、中国发展便利店的前景广阔

二、便利店的发展趋势预测

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 2021-2026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 2021-2026年中国便利店产业盈利预测分析

第十一章 2021-2026年中国便利店产业投资前景预测分析

第一节 2019年中国便利店产业投资环境分析

第二节 2021-2026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 2021-2026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（GYSYL）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国便利店市场现状分析报告-市场深度调研与发展动向预测》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/478135478135.html>