

# 2018年中国便利店市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国便利店市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/329494329494.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

### 一、日系便利店全球领先，7-11占据绝对领先地位

日本便利店发展全球领先，7-11 占据绝对领先地位。根据德勤发布的《2017年全球零售报告》，全球零售250强中上榜便利店企业共11家，其中日系便利店与其代理商占据5席，其收入总和占上榜便利店收入总和的52%。7-11及其代理商企业2015年营收达658亿美元，占上榜便利店收入总和的61%，处于绝对领先地位。

图表：全球零售250强上榜的便利店企业

图表：7-11 在全球范围内运营超 30000 家店铺

### 二、日本便利店复盘：二十年持续增长，寡头垄断格局稳固

日本便利店发展经历了萌芽期-高速成长期-加速整合期三个阶段。日本首家便利店诞生于20世纪70年代初，Family Mart、7-11、罗森先后于1973、1974、1975年开设第一家店铺，此后日本便利店行业从1998年至今维持了20年持续正增长，即便是在泡沫经济破灭以后经济增长停滞时期，便利店行业的增速也远超超市和百货业态，2016年日本便利店行业规模已达11.45万亿日元，约合6923亿元人民币。

1969-1975年：日本便利店萌芽期。20世纪70年代初，超市业态的迅猛发展对一般批发商和中小零售商带来较大冲击，日本自由连锁协会、日本能率协会举办有关便利店经营知识的讲座，日本中小企业厅制定《便利店手册》，对便利店概念的普及和经营技术的发展奠定了基础。这一阶段诞生了日本最早的便利店，主要由酒类、食品类批发商开设，以自由连锁为主要经营形式。

1976-1990年：日本便利店高速成长期。20世纪80年代中期以后日本经济增速放缓、消费疲软，多家地方中小连锁零售店破产，《大店法》颁布为便利店的发展创造了有利条件。这一时期便利店由自由连锁转变为以特许加盟为主要经营形式，1982-1991年期间日本个人零售店铺总数从102.7万家下降到68.2万家，中小零售商逐渐被便利店取代。

1990至今：日本便利店逐渐成熟进入加速整合期。泡沫经济破灭后日本经济增长几乎停滞，直到2010年起恢复正增长、开始缓慢复苏。在此期间，便利店始终保持正增长，2008年超过百货成为日本第二大零售业态，在日本零售店铺总数逐年减少的同时，便利店数量实现了稳步增长，排名前三的7-11、罗森和FamilyMart总店铺数超过15000家，寡头垄断格局越来越明显。

图表：日本便利店发展历程

图表：日本便利店销售额持续走高

图表：日本便利店数量不断增加

图表：便利店已成为日本第二大零售业态

图表：日本零售店总数逐年下降，便利店逐年增加

图表：1990以后日本便利店进入加速整合期

日本便利店行业规模效应远超超市行业，寡头垄断格局稳固。超市和便利店两种业态经营模式颇为相似，但超市行业的规模效应远不如便利店行业。以日本为例，日本超市行业CR4仅为27%，规模最大的Aeon集团的市占率为12%；而2016年2月便利店行业的CR4已达85%，前三大企业7-11、罗森、全家的市占率分别为39%/19%/18%。而且以7-11和全家为代表的便利店企业近年来市占率还处于持续提升的阶段，行业规模效应显著，龙头企业优势不断凸显。

图表：日本便利店市场集中度高

图表：日本前四大便利店企业门店数占比高达91%

图表：7-11在日本的市场份额最高

图表：日本最大超市Aeon市占率仅12%（2015）

观研天下发布的《2018年中国便利店市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、便利店T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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2015-2017年中国便利店行业发展概述

#### 第一节 便利店行业发展情况概述

##### 一、便利店行业相关定义

##### 二、便利店行业基本情况介绍

##### 三、便利店行业发展特点分析

## 第二节中国便利店行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、便利店行业产业链条分析
- 三、中国便利店行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

## 第三节 中国便利店行业生命周期分析

- 一、便利店行业生命周期理论概述
- 二、便利店行业所属的生命周期分析

## 第四节 便利店行业经济指标分析

- 一、便利店行业的赢利性分析
- 二、便利店行业的经济周期分析
- 三、便利店行业附加值的提升空间分析

## 第五节 国内便利店行业进入壁垒分析

- 一、便利店行业资金壁垒分析
- 二、便利店行业技术壁垒分析
- 三、便利店行业人才壁垒分析
- 四、便利店行业品牌壁垒分析
- 五、便利店行业其他壁垒分析

## 第二章 2015-2017年全球便利店行业市场发展现状分析

### 第一节 全球便利店行业发展历程回顾

### 第二节全球便利店行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲便利店行业地区市场分析

- 一、亚洲便利店行业市场现状分析
- 二、亚洲便利店行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲便利店行业市场前景分析

### 第四节 北美便利店行业地区市场分析

- 一、北美便利店行业市场现状分析
- 二、北美便利店行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美便利店行业市场前景分析

### 第五节 欧盟便利店行业地区市场分析

- 一、欧盟便利店行业市场现状分析
- 二、欧盟便利店行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟便利店行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界便利店行业分布走势预测

## 第七节 2018-2024年全球便利店行业市场规模预测

### 第三章 2015-2017年中国便利店产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品零售总额

##### 五、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

##### 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国便利店行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国便利店产业社会环境发展分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、便利店环境分析

##### 三、文化环境分析

##### 四、生态环境分析

##### 五、消费观念分析

### 第四章 2015-2017年中国便利店行业运行情况

#### 第一节 中国便利店行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国便利店行业市场规模分析

#### 第三节 中国便利店行业供应情况分析

#### 第四节 中国便利店行业需求情况分析

#### 第五节 中国便利店行业供需平衡分析

#### 第六节 中国便利店行业发展趋势分析

### 第五章 中国便利店所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国便利店所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国便利店所属行业产销与费用分析

##### 一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国便利店所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国便利店市场格局分析

第一节 中国便利店行业竞争现状分析

一、中国便利店行业竞争情况分析

二、中国便利店行业主要品牌分析

第二节 中国便利店行业集中度分析

一、中国便利店行业市场集中度分析

二、中国便利店行业企业集中度分析

第三节 中国便利店行业存在的问题

第四节 中国便利店行业解决问题的策略分析

第五节 中国便利店行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国便利店行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国便利店行业消费特点

第二节 中国便利店行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

## 四、其他偏好

### 第二节 便利店行业成本分析

### 第三节 便利店行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第四节 中国便利店行业价格现状分析

### 第五节 中国便利店行业平均价格走势预测

#### 一、中国便利店行业价格影响因素

#### 二、中国便利店行业平均价格走势预测

#### 三、中国便利店行业平均价格增速预测

## 第八章 2015-2017年中国便利店行业区域市场现状分析

### 第一节 中国便利店行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地便利店市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区便利店市场规模分析

#### 四、华东地区便利店市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区便利店市场规模分析

#### 四、华中地区便利店市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区便利店市场规模分析

## 第九章 2015-2017年中国便利店行业竞争情况

### 第一节 中国便利店行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

## 第二节 中国便利店行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

## 第三节 中国便利店行业竞争环境分析（便利店T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 便利店行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国便利店行业发展前景分析与预测

第一节 中国便利店行业未来发展前景分析

一、便利店行业国内投资环境分析

二、中国便利店行业市场机会分析

三、中国便利店行业投资增速预测

第二节 中国便利店行业未来发展趋势预测

第三节 中国便利店行业市场发展预测

一、中国便利店行业市场规模预测

二、中国便利店行业市场规模增速预测

三、中国便利店行业产值规模预测

四、中国便利店行业产值增速预测

五、中国便利店行业供需情况预测

第四节中国便利店行业盈利走势预测

一、中国便利店行业毛利润同比增速预测

二、中国便利店行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国便利店行业投资风险与营销分析

第一节 便利店行业投资风险分析

一、便利店行业政策风险分析

二、便利店行业技术风险分析

三、便利店行业竞争风险析

四、便利店行业其他风险分析

第二节 便利店行业企业经营发展分析及建议

一、便利店行业经营模式

二、便利店行业销售模式

三、便利店行业创新方向

第三节 便利店行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国便利店行业发展策略及投资建议

第一节 中国便利店行业品牌战略分析

一、便利店企业品牌的重要性

二、便利店企业实施品牌战略的意义

三、便利店企业品牌的现状分析

四、便利店企业的品牌战略

五、便利店品牌战略管理的策略

第二节中国便利店行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国便利店行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国便利店行业发展策略及投资建议

第一节 中国便利店行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国便利店行业定价策略分析

第二节 中国便利店行业营销渠道策略

一、便利店行业渠道选择策略

二、便利店行业营销策略

第三节 中国便利店行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国便利店行业重点投资区域分析

二、中国便利店行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/329494329494.html>