2018-2023年中国便利店行业市场发展动向调查及投资价值前景评估报告

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年中国便利店行业市场发展动向调查及投资价值前景评估报告》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://baogao.chinabaogao.com/baihuo/301654301654.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、引言

便利店最早起源于20世纪二十年代的美国，之后衍生出两个分支，传统型便利店和加油站型便利店，前者在日本、台湾发展成熟，后者在欧美比较盛行。从产生之日起，便利店便由于其在距离、时间、购物、服务上的便利极大的方便了人们的生活，弥补了由于超市的大型化和郊区化给购物带来的不便，从而快速地发展起来。九十年代我国开始引入这种业态，随着国内经济的持续增长，便利店业态在我国取得了较快的发展，尤其是伴随着信息时代的到来，在我国实体零售业普遍受到冲击的时候，便利店却是一枝独秀逆势增长，整个便利店行业商机与竞争并存，呈现出明显的特征。

图：便利店、百货和超市销售额增速（% ）
图：中国人均 GDP与便利店个数
二、行业发展现状

（1）、区域发展不平衡，城市间便利店发展差距较大

改革开放后随着我国经济快速发展，各地区由于经济发展情况和人口密度的不同，便利店的发展也表现出现明显的区域不平衡。总的来看，南方沿海地区便利店发展较好，便利店企业处于门店高速拓展期，西北、西南等内陆地区便利店则发展较为落后。

与区域发展不平衡相同的是，我国城市间便利店的发展也存在较大差距。根据中国连锁经营协会统计并发布的“2016中国城市便利店发展指数”显示，我国城市间便利店发展差距主要表现为以下几点：（1）城市间便利店发展水平差距较大。

以一线城市为例，北、上、广、深是我国便利店发展较为成熟地区，但是相对来讲，上海、深圳的便利店发展的更好，更接近日本和台湾的水平，北京、广州则差些。出现上述原因主要是由于上海、深圳处于我国改革前沿，其GDP最早达到人均GDP3000美元临界点，是我国发展便利店业态较早的城市。

（2）城市间便利店发展速度差距较大。从中国连锁经营协会调查统计36个城市的结果来看，哈尔滨、武汉、长沙是我国便利店增长速度最快的三个城市，上海市由于市场竞争激烈和趋近饱和，则没有较大的增长，仅为2.9%。

（2）、各大品牌抓紧布局与扩张，便利店市场竞争激烈

在我国传统零售业面临重重困难之际，便利店行业的高速发展吸引了各种资本的加入，至2016年，全国便利店品牌已将近300个。目前，各大品牌都在抓紧时间布局与扩张，此外，商超巨头的加入使便利店市场竞争异常激烈，主要表现为：（1）以日本7-11、罗森、全家等为主的外资便利店加大在华扩张速度，首选北上广等一线城市，二三线城市则相对布点较少。其中罗森、全家主要集中以上海为中心向外布局，7-11则注重对京津的布局并向外扩散。（2）从我国引入便利店业态以来，本土便利店在参与市场竞争的同时不断向外资便利店学习，提升竞争力，并抓住时机积极抢占弱竞争市场。目前发展较为突出有美宜佳、农工商、快客等便利店等，其中快客便利、红旗等已经成为我国上市公司，本土便利店发展势头强劲。（3）商超巨头纷纷涉足便利店，紧锣密鼓布局国内市场。网络销售的竞争以及租金的不断上涨致使我国大型零售店发展疲软，业绩大幅下滑。鉴于便利店良好的发展态势，2007年始，国内外商超巨头纷纷涉足便利店，这一情况到2014年表现愈加明显。随着商超巨头的加入，我国便利店行业竞争将更加白热化。

（3）、本土便利店经营管理水平落后，与外资便利店差距明显

尽管在和外资便利店的竞争与学习中，本土便利店不遗余力地向外资同行看齐，但迄今为止，本土便利店的学习和模仿依然停留在表面上，与外资品牌店在经营管理水平方面差距明显，主要表现为：（1）业态特征不清晰，未能同超市、杂货店等业态划分界限，不仅商品构成与之雷同，提供的便利性服务更是乏善可陈，总体上不能体现便利店所带来的便利性特点，使其在多重零售业态的竞争中显现不出自身的优势。（2）本土便利店在经营管理过程中，信息系统不完善，缺乏单品管理意识，缺少对顾客需求的精准分析，导致库存高企，流通缓慢。（3）根据国外便利店的经营经验，创新能力，尤其是总部对新商品持续开发能力对于便利店经营的成功至关重要。相比之下，本土便利店则缺乏强大的后台支持，从而致使产品同质化严重，大多没有特色，无法形成差异化竞争。

三、行业发展态势良好，企业成长空间巨大

研究显示，人均GDP变化与便利店的生命周期密切相关。当人均GDP达到3000美元时，便利店进入导入期，消费者开始接受便利店的概念；人均GDP达到5000美元时，便利店进入成长期；人均GDP达到1万美元时，进入行业激烈竞争期。近几年来随着我国人均GDP向1万美元迈近，消费者开始加速转向便利店，便利店行业呈现良好发展态势。如据中国连锁经营协会发布的《中国便利店发展报告》显示，从2012年始我国便利店增长快速，其增速远远高于百货店及超市等其他业态。此外，在便利店发展最好的日本和美国，2015年便

利店销售额占社会消费品零售总额的比重分别为7%和5%，而同年我国该比例仅为1.2‰；日本便利店和超市的市场份额比例约为54%：46%，而我国则只有8%：92%。

根据国外的经验，以上数据都说明我国便利店还有非常大的增长空间，我国已进入便利店的高增长时代。

便利店出现上述良好发展态势，主要是因为：（1）由于便利店主要满足顾客应急性、便利性需求，定价普遍偏高，因此需要一定水平的居民收入来保障。我国2008年开始人均GDP已经超过3000美元，经济水平和购买能力的整体提升，为我国便利店的发展提供了坚实的基础。（2）便利店的业态定位是面向学校、社区、办公楼等商圈，以满足顾客便利需求为主，因此特定的人口密度是保证其盈利的必要条件。随着我国城镇化建设的推进，城镇人口密度的不断增长，为我国便利店的快速成长提供了重要的保障。

四、小结

便利店行业健康发展不仅有利于匹配我国快速的城市化进程，满足并丰富人们的生活，同时也有利于整合我国城市的零售业态，促进城市流通现代化的发展。在我国便利店高增长时代背景下，随着各种资本的进入和各大品牌的抓紧布局，可以想象我国便利店行业的竞争将更加激烈。显而易见，在这个过程中，便利店企业只有加快自身优化，进行科学化管理才能更好的服务客户并在竞争中胜出。

观研天下发布的报告书内容严谨、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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 2017年全球零售业运行动态分析
第一节 2017年世界零售业发展总体分析
一、当代国际零售业的特点
二、跨国零售商海外市场的进入模式和选择
三、西方零售业态发展的两个理论分析
四、国际三大零售巨头发展历程及启示
第二节 2017年中国零售业运行走势分析
一、2017年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 2017年中国零售业存在问题及对策分析

第二章 2017年世界便利店产业运行状况分析
第一节 2017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 2018-2023年世界便利店产业发展趋势分析

第三章 2017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
三、日本伊藤洋华堂公司的食品物流系统
四、日本伊藤洋华堂在华经营情况分析
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
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、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2017年中国宏观经济发展预测分析
第二节2017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年中国零售业运行态势分析
第一节 2017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、2017年中国零售业表现可圈可点
三、中国零售业步入新的历史发展时期
四、金融危机环境下中国零售业发展变化解析
五、我国便利店盈利水平大幅提高
第二节2017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
三、国内农村零售业存在的主要问题
四、我国农村零售业发展的策略
第三节2017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年中国零售业热点问题及策略分析
一、中国零售业的弊病
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

第六章 2017年中国便利店产业运行形势分析
第一节 2017年中国便利店产业发展现状
一、国内外便利店成功案例分析
二、对中国便利店发展的思考
三、我国便利店盈利水平大幅提高
四、中国便利店市场探索分析
第二节 2017年中国便利店市场暗战连连
第三节 2017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

第七章2017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
二、提高商品周转率，减少库存
三、便利店的价格策略
第四节 2017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年中国便利店产业市场竞争格局分析
第一节 2017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
三、便利店支付竞争潜伏于未来
第二节 2017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
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 2017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

第九章 2017年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
一、便利店概述
二、上海可的便利店有限公司数据分析支持系统的建设
三、可的便利历年营业额增长
四、可的便利历年代收公用事业费金额
第二节 上海联华快客便利有限公司
一、快客便利基本概述
二、联华快客京城站稳脚跟
三、快客便利经营策略分析
第三节 北京超市发连锁股份有限公司
一、便利店概述
二、超市发便利店经营特色分析
三、超市发便利店最新动态分析
四、超市发主要便利店列表

第十章 博思数据关于中国便利店产业发展趋势预测分析

第一节 2018-2023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
三、便利店经营方向分析
第二节 2018-2023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 2018-2023年中国便利店产业盈利预测分析

第十一章 2018-2023年中国便利店产业投资前景预测
第一节 2017年中国便利店产业投资环境分析
第二节 2018-2023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 2018-2023年中国便利店产业投资风险分析
一、市场竞争风险分析
二、物流配送风险
三、进入退出风险分析
第四节 研究中心专家建议
更多图表详见正文（GYGSLJP）
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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/301654301654.html