

2016-2022年中国便利店行业运营现状及十三五发展趋势前瞻报告

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《2016-2022年中国便利店行业运营现状及十三五发展趋势前瞻报告》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/baihuo/251955251955.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国便利店行业运营现状及十三五发展趋势前瞻报告》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。

报告简介

第一章便利店相关概述

1.1便利店简介

1.1.1便利店的定义

1.1.2便利店的分类

1.1.3便利店的特征

1.1.4便利店与超市的区别

1.2便利店行业概述

1.2.1便利店行业的发展历程

1.2.2便利店行业发展的条件

1.2.3便利店行业经营的成功要素

1.3中国便利店的管理体制

1.3.1中国便利店的主管部门

1.3.2便利店的相关法律法规

第二章2016年全球便利店发展情况分析

2.12016年世界零售业发展总体分析

2.1.1国际零售业的发展特点

2.1.2跨国零售企业进入海外市场的模式

2.1.3西方零售业态发展的两个理论分析

2.1.4国际三大零售巨头发展历程及启示

2.2世界部分国家和地区便利店发展情况

- 2.2.1美国便利店行业发展情况
- 2.2.2英国便利店行业发展情况
- 2.2.3日本便利店行业发展情况
- 2.2.4台湾便利店行业发展情况
- 2.2.5日本便利店进入新的竞争时期

2.32016-2022年世界便利店发展趋势分析

- 2.3.1商品销售中心
- 2.3.2社会服务中心
- 2.3.3物流中心
- 2.3.4信息中心

第三章2016年世界知名便利店运行透析

3.1日本伊藤洋华堂

- 3.1.1便利店基本概况
- 3.1.2日本伊藤洋华堂的经营特色
- 3.1.3日本伊藤洋华堂的经营之道
- 3.1.4日本伊藤洋华堂公司食品物流系统
- 3.1.5日本伊藤洋华堂在华经营情况分析

3.27-11便利店

- 3.2.1便利店基本概况
- 3.2.27-11便利店的配送系统
- 3.2.37-11便利店经营特色分析
- 3.2.47-11便利店在华运行情况分析
- 3.2.57-11便利店中国版图加速发展

3.3日本罗森株式会社

- 3.3.1罗森基本概述
- 3.3.2罗森经营特色分析
- 3.3.32016年罗森便利店经营情况
- 3.3.42016年罗森在华投资运营情况

第四章2013-2016年中国便利店产业发展环境分析

4.1经济环境

- 4.1.12016年中国宏观经济运行情况
- 4.1.22016年一季度中国经济运行情况
- 4.1.32016年中国宏观经济形势展望

4.2政策环境

- 4.2.1中国扩大内需对便利店发展的影响

4.2.2 商务部零售业分等定级制度扩大的影响

4.2.3 商务部外资便利店审核权下的影响

4.3 社会环境

4.3.1 中国城市社区建设与发展情况分析

4.3.2 中国已进入中产阶级兴起的黄金期

第五章 2016年中国零售行业发展分析

5.1 2016年中国零售行业发展情况

5.1.1 2016年中国零售业总体发展状况

5.1.2 2016年中国连锁零售业经营规模分析

5.1.3 2016年中国连锁零售业市场规模分析

5.1.4 2016年中国特许经营零售业发展分析

5.1.5 2016年中国综合连锁零售百强企业排名

5.1.6 2016年中国快消品连锁零售企业排名

5.1.7 2016年中国外资连锁零售类企业排名

5.1.8 2016年中国连锁百货类零售企业排名

5.1.9 2016年中国连锁便利店企业排名

5.1.10 2016年中国零售百强企业分析

5.2 2016年中国零售行业发展分析

5.2.1 2016年中国消费品市场特点

5.2.2 2016年中国流通产业发展概况

5.2.3 中国大型零售企业的成长探讨

5.2.4 中国零售业行业发展战略分析

第六章 2016年中国便利店行业发展概述

6.1 2016年中国便利店的发展概况

6.1.1 中国便利店发展现状分析

6.1.2 中国主要便利店发展概况

6.1.3 中国本土便利店获巨额资本支持

6.1.4 世界各大便利店相继来华争夺市场

6.1.5 世界便利店企业加快抢滩北京市场

6.1.6 日本便利店连锁巨头布局天津市场

6.2 2016年中国便利店发展状况

6.2.1 2016年中国便利店总店数量统计

6.2.2 2016年中国便利店门店规模统计

6.2.3 2016年中国便利店销售规模统计

6.2.4 2016年中国便利店经营特点分析

- 6.32016年中国便利店经营情况
 - 6.3.12016年中国便利店企业经营情况
 - 6.3.22016年中国便利店企业门店情况
 - 6.3.32016年便利店企业市场份额分析
 - 6.3.42016年中国便利店渠道渗透情况
- 6.4中国主要城市便利店发展情况
 - 6.4.1广州市便利店行业发展情况
 - 6.4.2上海市便利店行业发展情况
 - 6.4.3北京市便利店行业发展情况
 - 6.4.4北京、上海、广州便利店行业比较分析
- 6.5中国便利店发展存在的问题及对策
 - 6.5.1中国便利店发展存在的问题
 - 6.5.2中国便利店的发展策略分析
 - 6.5.3提升便利店企业竞争力的对策
 - 6.5.4处于不同发展阶段便利店的竞争策略
- 6.6加油站便利店发展状况
 - 6.6.1国外加油站便利店的繁盛与发展
 - 6.6.2中国加油站便利店经营处起步阶段
 - 6.6.3中国加油站便利店发展缓慢的原因
 - 6.6.4加油站便利店需要注重本土化经营
- 第七章2013-2016年中国便利店产业市场竞争格局分析
 - 7.12016年中国便利店产业竞争现状分析
 - 7.1.1中国便利店的竞争力分析
 - 7.1.2中国便利店竞争格局分析
 - 7.1.3中国外资品牌便利店发展情况
 - 7.1.4中国跨区域便利店的发展情况
 - 7.1.5中国区域型便利店的发展情况
 - 7.22016年中国便利店行业竞争动态分析
 - 7.2.1上海便利店竞争趋白热化
 - 7.2.2广州便利店行业竞争激烈
 - 7.2.3中国加油站便利店竞争展开
 - 7.2.4中国便利店真正竞争尚未开始
 - 7.2.5便利店竞争正从商品转向服务
 - 7.3中国便利店行业业竞争策略分析
 - 7.3.1便利店竞争赢在高效物流配送

7.3.3中国便利店企业竞争策略

第八章2013-2016年中国便利店行的选址与营销策略

8.1中国便利店的选址策略

8.1.1便利店店址选择原则

8.1.2交通条件与店址选择

8.1.3客流规律与店址选择

8.1.4竞争店铺与店址选择

8.1.5地形特点与店址选择

8.1.6城市规划与店址选择

8.2中国便利店的产品策略

8.2.1提高门店商品陈列利用率

8.2.2正确进行商品类型的选择

8.2.3避免货架存在大面积空位

8.2.4便利店的商品定位策略

8.3中国便利店的分销策略

8.3.1建立统一网络配送系统

8.3.2加快商品周转减少库存

8.3.3便利店商品的价格策略

8.3.4连锁便利店的营销策略

8.4中国加油站便利店的产品策略

8.4.1商品选择与配置

8.4.2替代性商品的选择

8.4.3商品的替换与更新

8.4.4货架陈列及店面设计

第九章2016年中国便利店产业优势企业竞争力分析

9.1上海农工商超市（好德、可的）

9.1.1农工商超市便利店简介

9.1.22016年农工商便利店市场规模分析

9.1.3可的便利店数据分析支持系统分析

9.1.42016年好德和可的承销世博会门票

9.2上海联华快客便利有限公司

9.2.1上海联华快客便利简介

9.2.22016年快客便利门店扩张情况

9.2.32016年快客便利市场规模分析

9.2.4上海联华快客便利店经营策略分析

9.3上海喜士多便利有限公司

9.3.1上海喜士多便利有限公司简介

9.3.22016年喜士多中国门店发展情况

9.3.32016年喜士多与7-11的竞争策略分析

9.4上海良友金伴便利有限公司

9.4.1上海良友金伴简介

9.4.22016年良友金伴门店发展情况

9.4.32016年良友金伴市场规模分析

9.5上海全家便利有限公司

9.5.1全家便利店简介

9.5.22016年全家便利店门店发展情况

9.5.32016年全家便利店加速门店扩张速度

9.5.42016年全家便利店中国及全球发展规划

9.6北京京客隆便利店

9.6.1北京京客隆商业集团股份有限公司简介

9.6.22016年北京京客隆便利门店发展分析

9.6.32016年北京京客隆便利店市场规模情况

9.7北京超市发便利店

9.7.1北京超市发连锁股份有限公司简介

9.7.22016年北京超市发经营规模分析

9.7.32016年超市发菜市场超市化分析

9.7.4北京超市发经营成功四因素分析

9.8东莞糖酒集团美宜佳便利店有限公司

9.8.1美宜佳简介

9.8.22016年美宜佳市场规模分析

9.8.32016年美宜佳发展重点分析

9.8.42016年美宜佳建大型物流配送中心

9.8.52016年美宜佳尝试多元化营销模式

9.9东莞喜洋洋连锁便利店

9.9.1喜洋洋便利店简介

9.9.2喜洋洋便利店发展历程

9.9.32016年喜洋洋便利店经营情况

9.10香港OK便利店

9.10.1OK便利店简介

9.10.22016年OK便利店门店发展情况

- 9.10.32016年OK便利店市场规模情况
- 9.10.42016年OK便利店退出东莞市场
- 9.11华润万家便利店
 - 9.11.1华润集团简介
 - 9.11.22016年华润Vango便利店门店情况
 - 9.11.32016年华润苏果便利门店发展情况
- 9.12特易购 (Tesco) 便利店
 - 9.12.1特易购简介
 - 9.12.2特易购零售运营形态的分类
 - 9.12.3特易购进军中国便利店市场
 - 9.12.42016年中国特易购便利店发展情况
- 9.13河北国大36524便利店
 - 9.13.1河北国大连锁商业有限公司简介
 - 9.13.22016年国大36524便利店发展情况
 - 9.13.32016年国大36524便利店增加公共事业服务
 - 9.13.42016年国大36524获中国特许经营年度大奖
- 9.14山西金虎便利店
 - 9.14.1山西金虎便利有限公司简介
 - 9.14.22016年山西金虎便利店门店扩张情况
 - 9.14.3山西金虎便利店经营理念及模式分析
- 9.15辽宁大连太阳系便利店
 - 9.15.1太阳系简介
 - 9.15.2太阳系便利店经营策略介绍
 - 9.15.32016年太阳系启用明珠公用卡消费
- 第十章2016-2022年中国便利店发展前景预测分析
 - 10.1中国零售业发展前景分析
 - 10.1.12016年中国零售业发展新趋势
 - 10.1.22016年消费品市场趋势预测
 - 10.1.3未来中国零售业发展前景展望
 - 10.1.42016-2022年连锁零售业市场规模预测
 - 10.2中国便利店的发展趋势与前景
 - 10.2.1中国便利店的发展趋势分析
 - 10.2.2中国便利店的发展方向分析
 - 10.2.3中国加油站便利店发展前景
 - 10.2.4中国便利店的发展前景分析

10.32016-2022年中国便利店发展预测

10.3.12016-2022年中国便利店市场竞争预测

10.3.22016-2022年中国便利店发展规模预测

10.3.32016-2022年中国便利店市场销售预测

第十一章2016-2022年中国便利店投资前景分析

11.1便利店投资的概述

11.1.1便利店的投资环境分析

11.1.2投资便利店的主要条件

11.1.3便利店投资效益的估算

11.2便利店投资风险

11.2.1产业政策风险

11.2.2市场竞争风险

11.2.3物流配送风险

11.3便利店投资机会与策略

11.3.12016年零售企业掀起便利店投资热潮

11.3.22016-2022年社区便利店投资机会分析

11.3.32016-2022年中国便利店区域投资分析

11.3.42016-2022年中国便利店投资策略分析

图表目录

图表1便利店与超市的区别

图表2便利店主管部门监管领域情况

图表3中国便利店行业的主要法律法规列表

图表4跨国零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式

图表5跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表6美国便利店总数量及其增长率

图表7美国便利店的销售收入统计

图表8美国便利店的税前总利润及其增长率

图表9美国便利店相关统计数据

图表10英国零售行业各业态收入份额图

图表11伊藤洋华堂集团在华子公司投资情况

图表122015年中国7-11便利店经营格局及门店数量统计

图表132015年北京7-11便利店各区分布统计

图表142015年上海7-11便利店各区分布统计

图表152013-2015年日本罗森便利店经营效益

图表162013-2015年中国罗森便利店门店数量统计

- 图表172013-2015年中国罗森便利店扩张趋势图
- 图表182013-2015年中国国内生产总值增长趋势图
- 图表192013-2015年中国居民消费价格涨跌幅度
- 图表202015年中国居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表212013-2015年中国年末国家外汇储备情况
- 图表222013-2015年中国财政收入情况
- 图表232013-2015年中国粮食产量情况
- 图表242013-2015年中国工业增加值情况
- 图表252015年中国主要工业产品产量及其增长速度
- 图表262016年1-5月中国规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表272013-2015年中国建筑业增加值情况
- 图表282013-2015年中国全社会固定资产投资情况
- 图表292015年中国分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表302015年中国固定资产投资新增主要生产能力
- 图表312015年中国房地产开发和销售主要指标完成情况
- 图表322013-2015年中国社会消费品零售总额情况
- 图表332015年中国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表342015年中国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表352013-2015年中国年末电话用户数情况
- 图表362015年中国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
- 图表372013-2015年中国城乡人民币储蓄存款余额情况
- 图表382013-2015年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数
- 图表392015年中国人口数及其构成情况
- 图表402013-2015年中国农村居民人均纯收入情况
- 图表412013-2015年中国城镇居民人均纯收入情况
- 图表422015年按业态分连锁零售企业基本情况
- 图表432013-2015年中国连锁零售企业经营规模统计
- 图表442013-2015年中国连锁零售企业门店数量增长趋势图
- 图表452013-2015年中国连锁零售企业门店数量分布趋势图
- 图表462013-2015年中国连锁零售企业营业面积趋势图
- 图表472013-2015年中国连锁零售企业从业人员增长趋势图
- 图表482013-2015年中国连锁零售企业销售额统计
- 图表492013-2015年中国连锁零售企业商品销售额增长趋势图
- 图表502013-2015年中国连锁零售企业零售额增长趋势图
(GYYS)

图表详见正文

特别说明：中国报告网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/baihuo/251955251955.html>