

2019年中国便利店市场分析报告- 市场发展现状与发展潜力预测

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《2019年中国便利店市场分析报告-市场发展现状与发展潜力预测》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。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/459263459263.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

【报告大纲】

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 2016-2019年零售及新零售行业发展综述

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 新零售概念界定

2.1.3 新零售时代来临

2.1.4 零售与新零售对比

2.2 2016-2019年零售行业发展分析

2.2.1 零售行业发展变革

2.2.2 零售行业发展特点

2.2.3 社会消费品零售额

2.2.4 百强企业零售规模

2.2.5 零售行业发展业态

2.2.6 行业存在问题分析

2.2.7 行业发展策略建议

2.3 2016-2019年新零售行业发展状况

2.3.1 新零售的特点

2.3.2 技术基础分析

2.3.3 发展规模分析

2.3.4 发展效益成本

2.3.5 行业发展热点

2.3.6 重点细分市场

2.4 新零售行业发展措施建议

2.4.1 发挥大数据的作用

2.4.2 构建商业治理体系

2.4.3 建设农产品供应链

2.4.4 推动企业“走出去”

第三章 2016-2019年国际便利店行业发展综述

3.1 日本便利店行业发展状况

3.1.1 行业特点分析

3.1.2 行业销售规模

3.1.3 行业带动作用

3.1.4 主要品牌分析

3.1.5 行业传统困境

3.1.6 行业变革方向

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 零售行业规模

3.2.3 行业发展状况

3.2.4 市场业务分析

3.2.5 行业营销技术

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 2016-2019年中国便利店行业发展环境

4.1 经济环境

4.1.1 世界经济发展形势

4.1.2 中国宏观经济概况

4.1.3 服务行业运行状况

4.1.4 国内宏观经济展望

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 居民消费水平

4.2.4 消费市场特征

4.2.5 移动支付普及

4.3 政策环境

4.3.1 零售行业相关政策

4.3.2 贸易流通发展规划

4.3.3 居民生活服务规划

4.3.4 供应链创新与应用

4.3.5 促进消费升级意见

4.3.6 区域配套扶持政策

第五章 2016-2019年中国便利店行业发展分析

5.1 2016-2019年便利店市场发展状况

5.1.1 营商环境分析

5.1.2 市场销售规模

5.1.3 门店经营状况

5.1.4 运营成本提升

5.1.5 资本引入计划

5.1.6 行业发展预期

5.2 中国便利店行业景气指数分析

5.2.1 便利店总体景气指数

5.2.2 便利店门店分项指数

5.2.3 便利店门店销售情况

5.2.4 便利店门店客户分析

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 市场竞争态势

5.3.3 行业竞争格局

5.3.4 区域分布格局

5.3.5 零售企业布局

5.3.6 店铺加盟机制

5.4 中国便利店内部管理状况调研

5.4.1 便利店运营管理

5.4.2 企业数字化转型

5.4.3 便利店人才储备

5.4.4 便利店商品结构

5.5 外资便利店品牌在我国布局分布状况

5.5.1 京津地区

5.5.2 华东地区

5.5.3 川渝地区

5.5.4 珠三角地区

5.6 中国便利店发展存在的主要问题

5.6.1 盲目扩张问题

5.6.2 商品缺乏特色

5.6.3 物流配送不足

5.6.4 信息管理不善

5.7 中国便利店提升竞争力的策略分析

5.7.1 实行连锁经营

5.7.2 注重特色发展

5.7.3 建立高效物流

5.7.4 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 无人零售产业链条

6.1.2 新零售便利店介绍

6.1.3 便利店时代的变革

6.1.4 便利店的转型升级

6.2 中国无人便利店市场引领新零售发展

6.2.1 消费流程介绍

6.2.2 发展模式演变

6.2.3 运营模式对比

6.2.4 市场发展规模

6.2.5 市场发展机遇

6.2.6 行业发展争议

6.3 国内外企业布局无人便利店发展动态

6.3.1 亚马逊无人便利店计划

6.3.2 7-11进军无人便利店

6.3.3 阿里布局无人便利店

6.3.4 京东智能无人便利店

6.3.5 缤果盒子无人便利店

6.3.6 苏宁无人店正式开业

6.4 中国无人便利店行业投资分析

6.4.1 行业投资背景

6.4.2 市场投资动态

6.4.3 行业危机显现

6.4.4 行业发展潜力

6.4.5 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内涵界定

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 中国零售业消费特征剖析

8.1.1 消费群体特征

8.1.2 消费偏好特征

8.1.3 消费内容特征

8.1.4 消费方式特征

8.2 中国便利店消费者的特性研究

8.2.1 研究目的和意义

8.2.2 研究方法分析

8.2.3 研究内容及结果

8.2.4 研究成果应用

8.3 中国便利店消费者行为分析

8.3.1 消费者需求增加

8.3.2 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 商品策略

9.1.2 渠道策略

9.1.3 价格策略

9.2 加油站便利店营销策略分析

9.2.1 品牌策略

9.2.2 商品策略

9.2.3 价格策略

9.2.4 促销策略

9.3 中国便利店营销核心竞争力探究

9.3.1 财务角度分析

9.3.2 能力提升方式

9.3.3 抢占市场要素

第十章 便利店行业商业案例——7-11经营模式解析

10.1 7-11便利店基本概况

10.1.1 企业起源介绍

10.1.2 控股集团业务

10.1.3 企业发展地位

10.1.4 企业经营状况

10.2 7-11便利店零售文化剖析

10.2.1 卖方社会阶段

10.2.2 买方社会阶段

10.2.3 价值共创经营

10.3 7-11便利店核心竞争力分析

10.3.1 供应端竞争优势

10.3.2 运营端创新模式

10.3.3 用户端服务升级

第十一章 中国便利店重点企业经营状况

11.1 上海福满家便利有限公司（全家）

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

11.2 上海联华超市股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

11.3 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

11.4 上海罗森便利有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

11.5 永辉超市股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

11.6 成都红旗连锁股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第十二章 2020-2026年中国便利店行业发展前景及趋势预测

12.1 中国零售行业未来发展趋势

12.1.1 商业结构调整优化

12.1.2 发展方式创新协同

12.1.3 跨界融合持续促进

12.1.4 市场环境不断完善

12.2 中国便利店行业未来发展趋势

12.2.1 全渠道整合

12.2.2 媒体营销趋势

12.2.3 品牌扩张态势

12.2.4 增值服务增多

12.2.5 分群促销方式

12.3 中国便利店行业发展前景分析

12.3.1 行业数字化赋能

12.3.2 便利店价值提升

12.3.3 便利店发展潜力

12.3.4 便利店业态融合

12.4 2020-2026年中国便利店行业预测分析

12.4.1 2020-2026年中国便利店行业影响因素分析

12.4.2 2020-2026年中国便利店行业销售额预测

附录

附录一：居民生活服务业发展“十三五”规划

附录二：关于推动实体零售创新转型的意见

附录三：关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见

图表目录

图表1 线上线下融合趋势显著

图表2 2019年全国社会消费品零售总额月度同比增长

图表3 2019年社会消费品零售总额主要数据

图表4 2016-2019年零售百强销售额及同比增速

图表5 社会消费品零售总额、实体店零售额、网上实物零售额同比增速

图表6 2016-2019年电商销售增速、对百强增长的贡献度及占比

图表7 2019年零售百强中7家电商销售情况

图表8 部分百货企业发展的购物中心、便利店和其他业态

图表9 百货店样本企业涉足其他业态情况

图表10 百货店样本企业当前所涉足的其他业态

图表11 百货店样本企业打算在未来一年内涉足其他业态情况

图表12 百货店样本企业打算在未来一年内涉足的其他业态

图表详见报告正文..... (GY YXY)

【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。《2019年中国便利店市场分析报告-市场发展现状与发展潜力预测》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/liansou/459263459263.html>