

2014-2018年中国便利店市 场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国便利店市场监测及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/maoyi1310/J14380GGAG.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-10-31

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国便利店市场监测及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国便利店行业的概念，接着分析了中国便利店行业发展环境，然后对中国便利店行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国便利店行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国便利店行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

经过10多年时间的发展，便利店业态终于在中国的一二线城市觅到了盈利的可能，成为独立于大型商超之外的一股零售业的中坚力量。在此背景下，外资背景的便利店企业急于扩张，期望通过放开加盟的方式尽快补齐在门店数量与内资企业便利店的差距。

据国家统计局统计，截至2011年我国共有13000余家便利店，年商品销售额达到226亿元，从业人员超过100万。但是从便利店规模占比来看，便利店商品销售额占当年全部连锁零售企业总销售额（约3.5万亿）的比重仅为6.5‰，占当年社零总额比重仅为1.2‰，远低于日本的6.6%（便利店年销售额占日本零售行业比重）和美国的5%（便利店店内商品年销售额（不含油品）占美国零售和食品服务销售额（不含机动车及零部件）比重）。便利店业态在我国拥有十分广阔的成长空间。

2015年中国便利店销售总额有望从2010年的361亿元增至636亿元。随着国内外便利店运营商纷纷酝酿大规模扩张，今后两年中国便利店的总数预计将以每年11%的速度增长。

随着便利店企业加快布局，其经营活动中存在的问题也逐渐凸显，经营同质化问题首当其冲。大部分便利店经营的商品从品类到品牌和超市均无大的差异，相对于大超市而言，便利店规模较小，运营及物流成本较高，因此在价格上必然没有竞争优势。另一方面，就业态内部而言，除了标志不同和个别食品的差异之外，便利店同质化现象也很明显。

同质化经营造成便利店的重复建设和同业竞争的加剧，不利于整个业态的长期发展。因此，便利店经营的关键不在于同业之间的价格竞争，而更应该关注差异化经营。考虑到便利店企业特殊的性质和经营环境，依据门店所处的不同地段，具体将目标客户定位于居家顾客、学生族、白领、司机等人群，深入挖掘特定类型的顾客需求，形成竞争优势。

第一章 2012年全球零售业运行动态分析

第一节 2012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 2012年中国零售业运行走势分析

一、金融危机环境下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 2012年中国零售业存在问题及对策分析

第二章 2012年世界便利店产业运行状况分析

第一节 2012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 2012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 2014-2018年世界便利店产业发展趋势分析

第三章 2012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 2012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、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012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 2012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 2012年中国零售业运行态势分析

第一节 2012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、2012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 2012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 2012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五大特点

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2012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2012年中国便利店产业运行形势分析

第一节2012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2012年中国便利店市场暗战连连

第三节2012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2012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2012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2012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2012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2012年中国便利店产业市场竞争格局分析

第一节2012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2012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

第三节2012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2012年中国便利店产业优势企业竞争力分析（企业可自选）

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

第四节 喜士多

一、喜士多基本概述

二、喜士多缠斗7-11

三、喜士多中国分布图

四、喜士多投资环境分析

第五节 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

一、美宜佳基本概述

二、美宜佳市场定位

三、美宜佳发展战略

四、美宜佳发展规模

第六节 大连太阳系便利店

一、太阳系基本概述

二、太阳系便利店分布

三、太阳系最新资讯

第七节 千家伴

一、千家伴基本概述

二、千家伴公司快讯

三、千家伴超市市场推广策划方案

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、东莞市百川便利店有限公司

第十章 2014-2018年中国便利店产业发展趋势预测分析

第一节 2014-2018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 2014-2018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2014-2018年中国便利店产业盈利预测分析

第十一章2014-2018年中国便利店产业投资前景预测

第一节2012年中国便利店产业投资环境分析

第二节2014-2018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2014-2018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 博思数据专家建议

图表目录：（部分）

图表：美国便利店的总数及其增长率

图表：美国便利店的销售收入

图表：美国便利店的税前利润总额及其增长率

图表：美国便利店相关统计数据

图表：2009-2013年国内生产总值

图表：2009-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2009-2013年年末国家外汇储备

图表：2009-2013年财政收入

图表：2009-2013年全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：便利店市场暗战连连（图）

图表：可的便利历年营业额增长图

图表：可的便利历年代收公用事业费金额

图表：喜士多中国分布图

图表：地区人均GDP达3000元美金以上就初步具备开设便利店条件

图表：美宜佳市场定位

图表：美宜佳发展规模

图表：最新门店发展一览

图表：2014-2018年中国便利店产业市场预测分析

图表：2014-2018年中国便利店竞争格局预测分析

图表：2014-2018年中国便利店产业盈利预测分析

图表：略……

更多图表见报告正文

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1310/J14380GGAG.html>