

2015- 2020年中国便利店行业市场前景及投资咨 询报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国便利店行业市场前景及投资咨询报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国便利店行业市场前景及投资咨询报告
出版日期	2014年12月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□



二、研究报告目录

第一章2013-2014年全球零售业运行动态分析

第一节2013-2014年世界零售业发展总体分析

- (一)国际零售业的发展特点
- (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

第二节2013-2014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2013-2014年中国连锁零售行业发展分析

- (一)中国连锁零售业总体发展状况
- (二)中国特许经营连锁零售业发展分析
- (三)中国连锁零售业经营规模分析
- (四)中国连锁零售业市场规模分析

第四节2013-2014年中国零售业存在问题及对策分析

第二章2013-2014年世界便利店产业运行状况分析

第一节2013-2014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2013-2014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2013-2014年世界便利店产业发展趋势分析

第三章2013-2014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)日本伊藤洋华堂的经营之道

(四)日本伊藤洋华堂公司的食品物流系统

(五)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

(五)7-11便利店中国版图加速发展

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)日本罗森便利店经营情况

(四)罗森在华投资运营情况

第四章2013-2014年中国便利店产业发展环境分析

第一节2013-2014年中国宏观经济环境分析

(一)中国宏观经济运行状况

(二)中国经济运行分析

(三)下半年中国宏观经济总体发展形势

第二节2013-2014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)中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2013-2014年中国便利店产业社会环境分析

第五章2013-2014年中国便利店发展现状分析

第一节中国便利店的发展概况

- (一)中国便利店的发展现状
- (二)中国便利店连锁经营的现状
- (三)国内主要便利店品牌及其发展
- (四)特色经营是便利店的取胜关键

第二节[加油站](#)便利店发展状况

- (一)国外加油站便利店的繁盛与发展
- (二)中国加油站便利店经营处起步阶段
- (三)中国加油站便利店发展缓慢的原因
- (四)加油站便利店需要注重本土化经营

第三节2013-2014年中国便利店发展状况

- (一)中国便利店发展规模分析
- (二)中国便利店商品销售规模
- (三)中国便利店经营特点分析

第四节2013-2014年中国便利店经营情况

- (一)中国便利店企业经营情况
- (二)中国便利店企业门店情况
- (三)便利店企业市场份额分析
- (四)中国便利店渠道渗透情况

第五节2013-2014年中国便利店发展分析

- (一)零售巨头试水社区便利店

(二)中国便利店竞争策略

(三)日本连锁巨头抢滩天津市场

第六节中国便利店发展存在的问题及对策

(一)中国便利店发展存在的问题

(二)中国便利店的发展策略分析

(三)提升便利店企业竞争力的对策

第六章2013-2014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2013-2014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

(四)便利店的商品定位策略

第三节2013-2014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

(四)便利连锁店营销策略

第四节2013-2014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

第七章2013-2014年中国便利店产业市场竞争格局分析

第一节2013-2014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2013-2014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2013-2014年中国便利店的经营竞争情况

(一)中国便利店市场竞争格局分析

(二)中国外资品牌便利店发展情况

(三)中国跨区域便利店的发展情况

(四)中国区域型便利店的发展情况

第四节2013-2014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

第八章2013-2014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)可的便利简介

(二)上海可的便利店有限公司数据分析支持系统的建设

(三)上海可的便利店供应链一体化管理分析

(四)可的便利店市场规模分析

(五)可的便利代收公用事业费统计

第二节上海联华快客便利有限公司

(一)快客便利简介

(二)快客便利门店扩张情况

(三)快客便利市场规模分析

(四)快客便利经营策略分析

(五)上海联华快客公司积极迎世博

(六)快客便利门店赢利模式分析

第三节北京超市发便利店

(一)北京超市发连锁股份有限公司简介

(二)北京超市发经营规模分析

(三)北京超市发重点发展超市化菜市场模式

(四)北京超市发经营成功四因素分析

第四节上海喜士多便利连锁有限公司

(一)喜士多简介

(二)喜士多便利店中国区域分布及发展计划

(三)喜士多与7-11的竞争策略分析

第五节东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

(一)美宜佳简介

(二)美宜佳市场定位

(三)美宜佳门便利店市场规模分析

(四)美宜佳发展重点分析

(五)美宜佳将在惠州建大型物流配送中心

(六)美宜佳尝试多元化营销模式

第六节东莞市喜洋洋连锁便利店

(一)喜洋洋便利店简介

(二)喜洋洋便利店发展历程

(三)喜洋洋便利店经营情况

第七节京客隆便利店

(一)北京京客隆商业集团股份有限公司简介

(二)北京京客隆便利门店发展分析

(三)北京京客隆便利店市场规模情况

第八节华润万家便利店

(一)华润集团简介

(二)华润万家VanGO便利门店分布情况

(三)华润苏果便利门店发展情况

第九节OK便利店

(一)OK便利店简介

(二)OK便利店门店发展情况

(三)OK便利店市场规模情况

(四)OK便利店退出东莞市场

第十节上海良友金伴便利店

(一)上海良友金伴加盟便利连锁有限公司简介

(二)上海良友金伴便利门店发展情况

(三)上海良友金伴便利店市场规模分析

第十一节山西金虎便利店

(一)山西金虎便利连锁有限公司简介

(二)山西金虎便利店扩张及运营情况

第十二节特易购(Tesco)便利店

(一)特易购简介

(二)英国TESCO公司运营形式分类

(三)特易购便利店加速中国布局

(四)中国特易购便利店发展情况分析

...

第十六节大连太阳系便利店

第九章2015-2020年中国便利店发展前景预测分析

第一节中国零售业发展前景分析

(一)中国零售业发展关注的新趋势

(二)未来中国零售业发展前景展望

(三)连锁零售业市场规模预测

第二节中国便利店的发展趋势与前景

- (一)中国便利店的发展趋势分析
- (二)中国便利店的发展方向分析
- (三)中国加油站便利店发展前景
- (四)中国便利店的发展前景分析

第三节2015-2020年中国便利店发展预测

- (一)中国便利店市场竞争预测
- (二)中国便利店发展规模预测
- (三)中国便利店市场销售预测

第十章2015-2020年中国便利店投资前景分析

第一节便利店投资的概述

- (一)便利店的投资环境分析
- (二)投资便利店的主要条件
- (三)便利店投资效益的估算

第二节便利店投资风险

- (一)产业政策风险
- (二)市场竞争风险
- (三)物流配送风险

第三节便利店投资机会与策略

- (一)零售企业掀起便利店投资热潮
- (二)社区便利店投资机会分析
- (三)中国便利店区域投资分析
- (四)中国便利店投资策略分析

第十一章 金融危机对便利店投资影响及企业应对策略

第一节2015-2020年全球性金融危机形势分析

- (一)金融危机对中国经济的影响
- (二)中国应对金融危机措施分析

第二节2013-2014年金融危机下便利店成长性分析

- (一)金融危机对中国便利店影响
- (二)金融危机下便利店开拓金融票务增值服务
- (三)中国便利店企业应对金融危机的主要措施

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/12/25/135751cxzp.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□
□□□□

三、研究机构

公司介绍

核心优势

专业

团队

请选择报告版本： _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额： _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 （小写： _____元）

预计付款日期： _____年 _____月 _____日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐 号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

IPO咨询专线：400-788-9689

产业园区咨询专线：400-788-9700

可研报告¥商业计划书：400-788-9700

市场调研：400-666-1917

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。