

2026-2031年中国便利店行业深度分析与投资前景预测报告

报告简介

便利店行业研究报告主要分析了便利店行业的市场规模、便利店市场供需状况、便利店市场竞争状况和便利店主要企业经营情况、便利店市场主要企业的市场占有率，同时对便利店行业的未来发展做出科学的预测。中道泰和凭借多年的行业研究经验，总结出完整的产业研究方法，建立了完善的产业研究体系，提供研究覆盖面最为广泛、数据资源最为强大、市场研究最为深刻的行业研究报告系列。报告在公司多年研究结论的基础上，结合中国行业市场的发展现状，通过公司资深研究团队对市场各类资讯进行整理分析，并且依托国家权威数据资源和长期市场监测的中道泰和数据库，进行全面、细致的研究，是中国市场上最权威、有效的研究产品。便利店行业研究报告可以帮助投资者合理分析行业的市场现状，为投资者进行投资作出行业前景预判，挖掘投资价值，同时提出行业投资策略、生产策略、营销策略等方面的建议。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及便利店专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国便利店行业作了详尽深入的分析，为便利店产业投资者寻找新的投资机会。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准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 便利店相关概述 14

1.1 便利店简介 14

1.1.1 便利店的定义 14

1.1.2 便利店的分类 14

1.1.3 便利店的特征 14

1.1.4 便利店与超市的区别 15

1.2 便利店行业概述 16

1.2.1 便利店行业的发展历程 16

1.2.2 便利店行业发展的条件 18

1.2.3 便利店行业经营的成功要素 21

1.3 中国便利店的管理体制 23

1.3.1 中国便利店的主管部门 23

1.3.2 便利店的相关法律法规 24

第二章 2021-2026年全球便利店发展情况分析 27

2.1 2021-2026年世界零售业发展总体分析 27

2.1.1 国际零售业的发展特点 27

2.1.2 跨国零售企业进入海外市场的模式 29

2.1.3 西方零售业态发展的两个理论分析 33

2.1.4 国际三大零售巨头发展历程及启示 37

2.2 世界部分国家和地区便利店发展情况 41

2.2.1 美国便利店行业发展情况 41

2.2.2 英国便利店行业发展情况 42

2.2.3 日本便利店行业发展情况 43

2.2.4 台湾便利店行业发展情况 44

2.2.5 日本便利店进入新的竞争时期 45

2.3 2026-2031年世界便利店发展趋势分析 48

2.3.1 商品销售中心 48

2.3.2 社会服务中心 49

2.3.3 物流中心 49

2.3.4 信息中心 49

第三章 2021-2026年世界知名便利店运行透析 50

3.1 日本伊藤洋华堂 50

3.1.1 便利店基本概况 50

3.1.2 日本伊藤洋华堂的经营特色 51

3.1.3 日本伊藤洋华堂的经营之道 53

3.1.4 日本伊藤洋华堂公司食品物流系统 59

3.1.5 日本伊藤洋华堂在华经营情况分析 62

3.2 7-11便利店 63

3.2.1 便利店基本概况 63

3.2.2 7-11便利店的配送系统 65

3.2.3 7-11便利店经营特色分析 66

3.2.4 7-11便利店在华运行情况分析 72

3.2.5 7-11便利店中国版图加速发展 74

3.3 日本罗森株式会社 75

3.3.1 罗森基本概述 75

3.3.2 罗森经营特色分析 76

3.3.3 2021-2026年罗森便利店经营情况 76

3.3.4 2021-2026年罗森在华投资运营情况 77

第四章 2021-2026年中国便利店产业发展环境分析 78

4.1 经济环境 78

4.1.1 2021-2026年中国宏观经济运行情况 78

4.1.2 2021-2026年中国宏观经济运行情况 79

4.1.3 2021-2026年中国宏观经济形势展望 85

4.2 政策环境 86

4.2.1 中国扩大内需对便利店发展的影响 86

4.2.2 商务部零售业态分等定级制度扩大的影响 87

4.2.3 商务部外资便利店审核权下的影响 87

4.3 社会环境 88

4.3.1 中国城市社区建设与发展情况分析 88

4.3.2 中国已进入中产阶层兴起的黄金期 88

第五章 2021-2026年中国零售行业发展分析 90

5.1 2021-2026年中国零售行业发展情况 90

5.1.1 2021-2026年中国零售业总体发展状况 90

5.1.2 2021-2026年中国连锁零售业经营规模分析 96

5.1.3 2021-2026年中国连锁零售业市场规模分析 97

5.1.4 2021-2026年中国特许经营零售业发展分析 98

5.1.5 2021-2026年中国综合连锁零售百强企业排名 99

5.1.6 2021-2026年中国快消品连锁零售企业排名 105

5.1.7 2021-2026年中国外资连锁零售类企业排名 108

5.1.8 2021-2026年中国连锁百货类零售企业排名 108

5.1.9 2021-2026年中国连锁便利店企业排名 109

5.1.10 2021-2026年中国零售百强企业分析 111

5.2 2021-2026年中国零售行业发展分析 114

5.2.1 2021-2026年中国消费品市场特点 114

5.2.2 2021-2026年中国流通产业发展概况 114

5.2.3 中国大型零售企业的成长探讨 116

5.2.4 中国零售业行业发展战略分析 129

第六章 2021-2026年中国便利店行业发展概述 133

6.1 2021-2026年中国便利店的发展概况 133

6.1.1 中国便利店发展现状分析 133

6.1.2 中国主要便利店发展概况 133

6.1.3 中国本土便利店获巨额资本支持 134

6.1.4 世界各大便利店相继来华争夺市场 134

6.1.5 世界便利店企业加快抢滩北京市场 135

6.1.6 日本便利店连锁巨头布局天津市场 136

6.2 2021-2026年中国便利店发展状况 137

6.2.1 2021-2026年中国便利店总店数量统计 137

6.2.2 2021-2026年中国便利店门店规模统计 137

6.2.3 2021-2026年中国便利店销售规模统计 137

6.2.4 2021-2026年中国便利店经营特点分析 137

6.3 2021-2026年中国便利店经营情况 138

6.3.1 2021-2026年中国便利店企业经营情况 138

6.3.2 2021-2026年中国便利店企业门店情况 138

6.3.3 2021-2026年便利店企业市场份额分析 140

6.3.4 2021-2026年中国便利店渠道渗透情况 142

6.4 中国主要城市便利店发展情况 143

6.4.1 广州市便利店行业发展情况 143

6.4.2 上海市便利店行业发展情况 144

6.4.3 北京市便利店行业发展情况 145

6.4.4 北京、上海、广州便利店行业比较分析 146

6.5 中国便利店发展存在的问题及对策 149

6.5.1 中国便利店发展存在的问题 149

6.5.2 中国便利店的发展策略分析 150

6.5.3 提升便利店企业竞争力的对策 151

6.5.4 处于不同发展阶段便利店的竞争策略 152

6.6 加油站便利店发展状况 153

6.6.1 国外加油站便利店的繁盛与发展 153

6.6.2 中国加油站便利店经营处起步阶段 154

6.6.3 中国加油站便利店发展缓慢的原因 154

6.6.4 加油站便利店需要注重本土化经营 155

第七章 2021-2026年中国便利店产业市场竞争格局分析 157

7.1 2021-2026年中国便利店产业竞争现状分析 157

7.1.1 中国便利店的竞争力分析 157

7.1.2 中国便利店竞争格局分析 158

- 7.1.3 中国外资品牌便利店发展情况 160
- 7.1.4 中国跨区域便利店的发展情况 162
- 7.1.5 中国区域型便利店的发展情况 162
- 7.2 2021-2026年中国便利店行业竞争动态分析 162
 - 7.2.1 上海便利店竞争趋白热化 162
 - 7.2.2 广州便利店行业竞争激烈 164
 - 7.2.3 中国加油站便利店竞争展开 164
 - 7.2.4 中国便利店真正竞争尚未开始 165
 - 7.2.5 便利店竞争正从商品转向服务 168
- 7.3 中国便利店行业竞争策略分析 170
 - 7.3.1 便利店竞争赢在高效物流配送 170
 - 7.3.3 中国便利店企业竞争策略 173

第八章 2021-2026年中国便利店行的选址与营销策略 176

- 8.1 中国便利店的选址策略 176
 - 8.1.1 便利店店址选择原则 176
 - 8.1.2 交通条件与店址选择 177
 - 8.1.3 客流规律与店址选择 178
 - 8.1.4 竞争店铺与店址选择 179
 - 8.1.5 地形特点与店址选择 179
 - 8.1.6 城市规划与店址选择 180
- 8.2 中国便利店的产品策略 180
 - 8.2.1 提高门店商品陈列利用率 180

8.2.2 正确进行商品类型的选择 180

8.2.3 避免货架存在大面积空位 181

8.2.4 便利店的商品定位策略 181

8.3 中国便利店的分销策略 182

8.3.1 建立统一网络配送系统 182

8.3.2 加快商品周转减少库存 182

8.3.3 便利店商品的价格策略 183

8.3.4 连锁便利店的营销策略 183

8.4 中国加油站便利店的产品策略 185

8.4.1 商品选择与配置 185

8.4.2 替代性商品的选择 185

8.4.3 商品的替换与更新 186

8.4.4 货架陈列及店面设计 186

第九章 中国便利店产业优势企业竞争力分析 187

9.1 上海农工商超市(好德、可的) 187

9.1.1 农工商超市便利店简介 187

9.1.2 农工商便利店市场规模分析 187

9.1.3 可的便利店数据分析支持系统分析 190

9.1.4 好德和可的承销世博会门票 193

9.2 上海联华快客便利有限公司 194

9.2.1 上海联华快客便利简介 194

9.2.2 快客便利门店扩张情况 194

- 9.2.3 快客便利市场规模分析 195
- 9.2.4 上海联华快客便利店经营策略分析 195
- 9.3 上海喜士多便利有限公司 196
 - 9.3.1 上海喜士多便利有限公司简介 196
 - 9.3.2 喜士多中国门店发展情况 197
 - 9.3.3 喜士多与7-11的竞争策略分析 197
- 9.4 上海良友金伴便利有限公司 198
 - 9.4.1 上海良友金伴简介 198
 - 9.4.2 良友金伴门店发展情况 198
 - 9.4.3 良友金伴市场规模分析 199
- 9.5 上海全家便利有限公司 199
 - 9.5.1 全家便利店简介 199
 - 9.5.2 全家便利店门店发展情况 199
 - 9.5.3 全家便利店加速门店扩张速度 199
 - 9.5.4 全家便利店中国及全球发展规划 200
- 9.6 北京京客隆便利店 201
 - 9.6.1 北京京客隆商业集团股份有限公司简介 201
 - 9.6.2 北京京客隆便利门店发展分析 201
 - 9.6.3 北京京客隆便利店市场规模情况 202
- 9.7 北京超市发便利店 202
 - 9.7.1 北京超市发连锁股份有限公司简介 202
 - 9.7.2 北京超市发经营规模分析 202

- 9.7.3 超市发菜市场超市化分析 203
- 9.7.4 北京超市发经营成功四因素分析 203
- 9.8 东莞糖酒集团美宜佳便利店有限公司 204
 - 9.8.1 美宜佳简介 204
 - 9.8.2 美宜佳市场规模分析 204
 - 9.8.3 美宜佳发展重点分析 204
 - 9.8.4 美宜佳建大型物流配送中心 205
 - 9.8.5 美宜佳尝试多元化营销模式 206
- 9.9 东莞喜洋洋连锁便利店 208
 - 9.9.1 喜洋洋便利店简介 208
 - 9.9.2 喜洋洋便利店发展历程 209
 - 9.9.3 喜洋洋便利店经营情况 210
- 9.10 香港ok便利店 210
 - 9.10.1 ok便利店简介 210
 - 9.10.2 ok便利店门店发展情况 210
 - 9.10.3 ok便利店市场规模情况 211
 - 9.10.4 ok便利店退出东莞市场 212
- 9.11 华润万家便利店 212
 - 9.11.1 华润集团简介 212
 - 9.11.2 华润vango便利店门店情况 213
 - 9.11.3 华润苏果便利门店发展情况 214
- 9.12 特易购(tesco)便利店 215

- 9.12.1 特易购简介 215
- 9.12.2 特易购零售运营形态的分类 215
- 9.12.3 特易购进军中国便利店市场 216
- 9.12.4 中国特易购便利店发展情况 216
- 9.13 河北国大36524便利店 217
- 9.13.1 河北国大连锁商业有限公司简介 217
- 9.13.2 国大36524便利店发展情况 218
- 9.13.3 国大36524便利店增加公共事业服务 218
- 9.13.4 国大36524获中国特许经营年度大奖 218
- 9.14 山西金虎便利店 219
- 9.14.1 山西金虎便利有限公司简介 219
- 9.14.2 山西金虎便利店门店扩张情况 219
- 9.14.3 山西金虎便利店经营理念及模式分析 219
- 9.15 辽宁大连太阳系便利店 223
- 9.15.1 太阳系简介 223
- 9.15.2 太阳系便利店经营策略介绍 223
- 9.15.3 太阳系启用明珠公用卡消费 224
- 第十章 2026-2031年中国便利店发展前景预测分析 225**
- 10.1 中国零售业发展前景分析 225
- 10.1.1 2021-2026年中国零售业发展新趋势 225
- 10.1.2 2021-2026年消费品市场趋势预测 226
- 10.1.3 未来中国零售业发展前景展望 228

10.1.4 2026-2031年连锁零售业市场规模预测 230

10.2 中国便利店的发展趋势与前景 231

10.2.1 中国便利店的发展趋势分析 231

10.2.2 中国便利店的发展方向分析 233

10.2.3 中国加油站便利店发展前景 234

10.2.4 中国便利店的发展前景分析 235

10.3 2026-2031年中国便利店发展预测 235

10.3.1 2026-2031年中国便利店市场竞争预测 235

10.3.2 2026-2031年中国便利店发展规模预测 238

10.3.3 2026-2031年中国便利店市场销售预测 238

第十一章 2026-2031年中国便利店投资前景分析 239

11.1 便利店投资的概述 239

11.1.1 便利店的投资环境分析 239

11.1.2 投资便利店的主要条件 240

11.1.3 便利店投资效益的估算 242

11.2 便利店投资风险 242

11.2.1 产业政策风险 242

11.2.2 市场竞争风险 243

11.2.3 物流配送风险 243

11.3 便利店投资机会与策略 243

11.3.1 零售企业掀起便利店投资热潮 243

11.3.2 2026-2031年社区便利店投资机会分析 245

11.3.3 2026-2031年中国便利店区域投资分析 247

11.3.4 2026-2031年中国便利店投资策略分析 247

图表目录

图表：便利店行业相关产业政策 24

图表：根据文化距离与市场进入难度确定进入模式 32

图表：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素 33

图表：2021-2026财年沃尔玛营业额统计：百万美元 37

图表：沃尔玛海外市场布局：家 37

图表：2021-2026年乐购营业额统计：亿美元 38

图表：美国便利店数量 42

图表：2021-2026年日本便利店数量变动趋势：家 43

图表：2021-2026年日本便利店行业销售收入统计：百万日元 43

图表：全家(familymart)历年门店数变化分析 44

图表：亚太主要国家地区智能手机普及率 45

图表：2021-2026年国内生产总值初步核算数据 78

图表：gdp环比增长速度 79

图表 2021-2026年gdp初步核算数据 79

图表 gdp环比增长速度 80

图表 2021-2026年我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 83

图表 2021-2026年份社会消费品零售总额主要数据 83

图表 2021-2026年中国月度进出口及贸易差额情况 85

图表：2021-2026及2021-2026年全国零售业经营单位数(单位：万个) 90

图表：2021-2026年全国零售业经营单位销售额及增速(单位：万亿元) 90

图表：不同规模企业销售额占比 91

图表：销售额地区分布 91

图表：2021-2026及2021-2026年全国零售业经营单位从业人数(单位：万人) 92

图表：2021-2026及2021-2026年零售业法人企业年末营业面积(单位：亿平方米) 92

图表：法人企业营业利润增速 92

图表：2021-2026年销售额各业态占比及较上年增减情况 94

图表：2021-2026年营业面积各业态占比及较上年增减情况 94

图表：从业人数各业态占比及较上年增减情况 95

图表：2021-2026年中国连锁百强榜单 100

图表：2021-2026年中国快速消费品连锁百强 105

图表：2021-2026年主要外资连锁企业经营情况 108

图表：2021-2026年主要连锁百货企业经营情况 108

图表：2021-2026年主要连锁便利店企业发展情况 109

图表：零售百强销售额及同比增速(%) 116

图表：2021-2026年零售百强中8家网上零售企业概况 116

图表：(不含网上零售企业)的百强销售规模及增速(%) 117

图表：2021-2026年零售百强企业入围门槛 117

图表：零售百强中销售规模超过百亿元的企业数量(个) 118

图表：2021-2026年零售百强销售规模占社会消费品零售总额的比重 119

图表：2021-2026年零售百强企业销售规模所占比重 119

图表：2021-2026年零售百强企业销售规模增速对比(%) 120

- 图表：2021-2026年零售百强企业单店销售和门店增长及贡献度情况(%) 122
- 图表：2021-2026年相零售百强企业业态变化情况 123
- 图表：2021-2026年零售百强企业中上市企业净利润增速(%) 123
- 图表：2021-2026年销售规模过100亿元企业中跨区域企业与区域性企业数量(家) 124
- 图表：2021-2026年零售百强企业中外资零售企业销售额占比及增速(%) 126
- 图表：2021-2026年主要外资零售企业在华开店情况 126
- 图表：主要外资零售企业在华新开门店对比(家) 127
- 图表：2021-2026年主要外资零售企业新开门店分布(%) 128
- 图表：2021-2026年中国便利店总店数量统计 137
- 图表：2021-2026年中国便利店总店销售规模统计 137
- 图表：2021-2026年主要连锁便利店企业发展情况 138
- 图表：主要外资便利店在我国(大陆)市场布局情况 161
- 图表：可的便利数据分析指出系统结构 193
- 图表：中国便利店数量增长预测 238
- 图表：中国便利店销售额发展预测 238

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：76407

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170513/76407.shtml>

在线订购：[点击这里](#)