

2024-2029年中国便利店行业战略投资研究报告

报告简介

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、中国工信部、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相关专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国便利店行业的现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对便利店行业的发展进行详尽深入的分析，并根据便利店行业的政策经济发展环境对行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后研究者提出对便利店行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一章 便利店行业概况及特性分析

第一节 零售行业相关概述

一、零售行业相关概况

(一)零售行业的定义

(二)零售贸易的特征

(三)零售业演变历程

二、零售业准入条件概述

(一)注册登记条件

(二)资金投入条件

(三)技术设备条件

三、零售业的业态概述

(一)零售业态划分标准

(二)零售业态发展规律

(三)有店零售业态概述

(四)无店零售业态概述

第二节 便利店相关概述

一、便利店的定义

二、便利店的分类

三、便利店的特征

四、便利店与超市的区别

第三节 便利店选址分析

一、便利店店址选择原则

二、交通条件与店址选择

三、客流规律与店址选择

四、竞争店铺与店址选择

五、地形特点与店址选择

六、城市规划与店址选择

第四节 便利店行业概述

一、便利店行业发展历程

二、便利店行业发展条件

三、便利店经营成功要素

第二章 世界便利店行业运行状况分析

第一节 世界零售行业发展概况

一、国际零售业特点分析

二、跨国零售商海外模式

三、西方零售业态的理论

四、零售巨头的发展分析

第二节 国外便利店经营特点分析

一、连锁化程度较高

二、营销手段较丰富

三、信息技术先进化

四、服务功能综合化

五、发展日趋国际化

第三节 美国便利店发展分析

一、美国零售业发展综述

二、美国便利店发展历程

三、美国便利店分布特点

四、美国加油便利店概况

第四节 日本便利店发展分析

一、日本零售业发展综述

二、日本便利店发展概况

三、日本便利店现状分析

四、日本便利店发展特点

五、日便利店国际化战略

(一)进入市场的选择

(二)进入时机的选择

(三)进入方式的选择

(四)业态模式的选择

(五)营销战略的选择

(六)管理方式的选择

第五节 台湾便利店发展分析

一、台湾零售业发展综述

二、台湾便利店发展概况

三、台湾便利店发展特点

四、台湾便利店发展优势

第六节 英国便利店发展分析

一、英国零售业发展综述

二、英国便利店发展概况

三、英国便利店发展现状

四、英国便利店绿色计划

第三章 中国便利店行业发展环境分析

第一节 中国便利店行业宏观经济环境分析

一、中国gdp增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全国居民收入增长分析

五、居民消费价格变化分析

六、对外贸易发展形势分析

第二节 中国便利店行业消费环境分析

一、城乡居民消费情况分析

(一)城乡居民消费支出情况

(二)农村居民消费特点分析

二、居民消费信心指数分析

第三节 中国便利店行业政策环境分析

一、中国零售连锁行业管理体制

二、便利店的相关法律法规介绍

三、商品零售场所限塑令的实施

四、扩大内需政策对便利店影响

五、零售业态分等定级制度扩大

六、外资便利店审核放权的影响

第四节 中国便利店行业社会环境分析

一、城市化进程拓宽农村市场

二、新农村建设孕育消费潜力

三、基础设施建设促行业发展

四、城市社区建设及发展分析

五、中国中产阶层正逐渐壮大

第四章 中国便利店行业发展现状分析

第一节 中国消费品市场运行情况分析

一、中国消费市场发展概况

二、消费品零售总额分析

三、消费零售总额主要数据

四、居民消费价格情况分析

第二节 中国零售行业发展概况

一、中国零售业发展概述

二、中国零售业态结构分析

三、零售业并购情况剖析

四、中国零售业信息化概况

五、中国连锁百强企业分析

六、外资零售企业发展分析

七、本土零售企业发展分析

第三节 中国便利店行业发展概况

一、中国便利店发展现状分析

二、中国便利店发展特点分析

三、中国便利店主要品牌分析

四、外资便利店在华发展现状

五、中国便利店top70排名分析

第四节 中国便利店行业市场规模分析

一、中国便利店总店数量统计

二、中国便利店经营规模统计

三、中国便利店销售规模统计

第五节 国内外便利店发展模式分析

一、总部赢利模式分析

二、规模扩张模式分析

三、总部服务模式分析

四、总部投资模式分析

五、商品采购模式分析

第六节 中国便利店发展问题及对策分析

一、中国便利店发展主要问题

二、连锁便利店发展问题分析

三、中国便利店发展策略分析

四、连锁便利店发展策略分析

第五章 中国加油站便利店发展分析

第一节 国外加油站便利店发展现状分析

一、欧洲加油站便利店管理特点

二、欧洲加油站便利店服务特色

三、部分国家加油站便利店概况

(一)德国加油便利店经营特色

(二)南非的四位一体服务模式

(三)意大利图标语言特色服务

第二节 中国加油站便利店发展现状及发展对策

一、中国加油站便利店经营概况

二、中国加油站便利店发展问题

三、加油便利店本土化经营分析

四、加油站便利店发展对策分析

第三节 中国加油站便利店4c营销策略分析

一、加油便利店消费者需求分析

二、加油便利店消费者愿付成本

三、加油便利店客户便利性策略

四、加油便利店消费者沟通策略

第四节 中国加油站便利店市场细分策略分析

一、城区加油站便利店营销策略

二、农村加油站便利店营销策略

三、高速路加油便利店营销策略

第六章 中国便利店行业营销策略分析

第一节 连锁便利店的一般营销策略剖析

一、统一品牌形象设计

二、商品的选择与配置

三、门店统一促销策略

四、商品配送策略分析

第二节 中国便利店商品定价策略分析

一、价格弹性定价策略

二、价值导向定价策略

三、服务差别定价策略

四、商品模糊定价策略

五、价格分割定价策略

第三节 中国便利店的产品策略分析

一、提高门店商品陈列利用率

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、便利店商品定位策略分析

第四节 中国便利店的分销策略分析

一、便利店分销渠道策略分析

二、建立统一的网络配送系统

三、加快商品周转以减少库存

四、完善信息系统以合理配送

第七章 中国便利店市场竞争态势分析

第一节 中国便利店行业竞争现状分析

一、中国便利店的竞争力分析

二、中国便利店竞争格局分析

三、外资便利店在华发展情况

四、区域型便利店的发展情况

第二节 中国便利店发展的swot分析

一、便利店的发展优势

二、便利店的发展劣势

三、便利店的发展机遇

四、便利店的发展威胁

第三节 中国便利店企业竞争策略分析

一、门店开发拓展策略

二、信息化建设及管理

三、电子商务应用策略

四、品牌的培育和管理

五、人力资源管理策略

六、企业文化建设策略

第八章 中国便利店竞争行业发展概况

第一节 百货业发展分析

一、连锁百货门店规模统计

二、连锁百货销售规模统计

三、连锁百货企业排名情况

四、本土百货发展优势分析

五、百货行业经营模式分析

六、百货业二三线城市概况

第二节 超市业发展分析

一、中国超市行业运行分析

二、中国超市业态发展规模

三、中国连锁超市企业排名

四、外资超市在华扩张情况

五、本土超市营销战略分析

六、超市消费者购买行为分析

第三节 购物中心发展分析

- 一、世界购物中心分类情况分析
- 二、中国购物中心类型形态分析
- 三、中国购物中心发展阶段分析
- 四、中国购物中心发展规模分析
- 五、中国购物中心发展指数分析
- 六、中国购物中心发展策略分析
- 七、购物中心未来发展前景分析

第四节 仓储式商场发展分析

- 一、仓储式商场发展历史浅析
- 二、仓储式商场营销特点分析
- 三、仓储式商场发展问题分析
- 四、仓储式商场发展策略分析

第九章 中国重点省市便利店发展分析

第一节 北京便利店行业发展分析

- 一、北京便利店宏观环境分析
- 二、北京市消费品零售额分析
- 三、北京便利店行业发展概况
- 四、北京便利店发展策略分析
- 五、北京市未来商业发展规划

第二节 上海便利店行业发展分析

- 一、上海便利店宏观环境分析
- 二、上海市消费品零售额分析
- 三、上海便利店行业发展概况

四、上海便利店竞争态势分析

五、上海便利店发展问题分析

六、上海便利店发展策略分析

第三节 广州便利店行业发展分析

一、广州便利店宏观环境分析

二、广州市消费品零售额分析

三、广州便利店行业发展概况

四、广州便利店发展问题分析

五、广州便利店竞争态势分析

第四节 深圳便利店行业发展分析

一、深圳便利店宏观环境分析

二、深圳市消费品零售额分析

三、深圳零售业发展历程分析

四、深圳便利店行业发展概况

五、深圳连锁便利店发展分析

第五节 东莞便利店行业发展分析

一、东莞便利店宏观环境分析

二、东莞市消费品零售额分析

三、东莞便利店行业发展概况

四、东莞网络便利店发展概况

第六节 天津便利店行业发展分析

一、天津便利店宏观环境分析

二、天津市消费品零售额分析

三、天津便利店行业发展概况

四、天津便利店发展问题分析

五、天津便利店发展对策分析

第七节 武汉便利店行业发展分析

一、武汉便利店宏观环境分析

二、武汉市消费品零售额分析

三、武汉便利店行业发展概况

四、武汉便利店市场格局分析

第八节 成都便利店行业发展分析

一、成都便利店宏观环境分析

二、成都市消费品零售额分析

三、成都便利店行业发展概况

四、成都便利店竞争格局分析

五、便利店电子商务发展分析

六、便利店电子商务发展策略

第九节 重庆便利店行业发展分析

一、重庆便利店宏观环境分析

二、重庆市消费品零售额分析

三、重庆便利店行业发展概况

第十节 江苏便利店行业发展分析

一、江苏便利店宏观环境分析

二、江苏省消费品零售额分析

三、江苏便利店行业发展概况

四、农村科技服务便利店分析

第十一节 浙江便利店行业发展分析

一、浙江便利店宏观环境分析

二、浙江省消费品零售额分析

三、浙江便利店行业发展概况

四、浙江便利店行业发展动态

第十二节 山东便利店行业发展分析

一、山东便利店宏观环境分析

二、山东省消费品零售额分析

三、山东便利店行业发展概况

四、山东政策支持智慧便利店发展

第十三节 福建便利店行业发展分析

一、福建便利店宏观环境分析

二、福建省消费品零售额分析

三、福建便利店发展概况

第十章 中国主要便利店经营情况分析

第一节 7-11便利店

一、7-11便利店基本概况

二、7-11便利店门店数量

三、7-11便利店经营特色

第二节 罗森便利店

一、罗森便利店基本情况

二、罗森便利店门店数量

三、罗森便利店经营特色

第三节 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

一、美宜佳基本情况分析

二、美宜佳经营情况分析

三、美宜佳市场定位分析

四、美宜佳营销模式分析

五、美宜佳发展战略分析

第四节 华润苏果超市有限公司(苏果、好的便利店)

一、苏果便利店基本情况

二、苏果便利店门店分析

三、苏果便利店物流中心

四、苏果便利店发展战略

第五节 广东天福连锁商业集团有限公司(天福便利店)

一、天福便利店基本情况

二、天福便利店门店数量

三、天福便利店服务类型

四、天福便利店发展优势

五、天福便利店发展策略

第六节 成都红旗连锁股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第七节 全家便利商店股份有限公司

一、全家便利店基本情况

二、全家便利店在华发展历程

三、全家便利店在华门店数量

第八节 山西省太原唐久便利店

- 一、唐久便利店基本情况
- 二、唐久便利店经营情况
- 三、唐久便利店门店数量
- 四、唐久便利店物流中心

第九节 上海联华快客便利有限公司

- 一、快客便利店基本情况
- 二、快客便利店门店数量
- 三、快客便利店经营策略

第十节 浙江人本超市有限公司(十足、之上便利店)

- 一、之上便利店基本情况
- 二、之上便利店发展概况
- 三、十足、之上便利店门店分析
- 四、之上便利店加盟概述

第十一节 河北国大连锁商业有限公司(36524便利店)

- 一、国大36524基本情况
- 二、国大36524门店数量
- 三、国大36524连锁经营

第十二节 农工商超市(集团)便利店(可的、好德便利店)

- 一、农工商便利店基本情况
- 二、农工商便利店门店分析
- 三、农工商便利店经营分析
- 四、好德便利店经营特点分析
- 五、可的便利店数据系统概况

第十三节 四川舞东风超市连锁股份有限公司(舞东风便利店)

一、四川舞东风超市连锁股份有限公司基本情况

二、舞东风便利店门店数量

三、舞东风便利店经营策略

四、舞东风便利店经营优势

第十四节 中石化易捷销售有限公司(易捷便利店)

一、易捷便利店基本情况

二、易捷便利店门店数量

三、易捷便利店经营分析

第十五节 中石油昆仑好客有限公司

一、中石油昆仑好客有限公司基本情况

二、昆仑好客便利店门店分析

三、昆仑好客便利店动态分析

第十一章 2024-2029年中国便利店行业发展趋势及前景预测

第一节 2024-2029年中国零售业发展前景分析

一、中国零售行业发展趋势

二、中国消费市场发展方向

三、零售行业市场前景分析

四、零售细分行业发展前景

五、零售行业市场规模预测

(一)社会消费品零售额预测

(二)零售行业商品零售额预测

第二节 2024-2029年中国便利店的发展趋势与前景分析

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 2024-2029年中国便利店行业发展预测

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、中国便利店销售规模预测

第十二章 2024-2029年中国便利店行业投资可行性分析

第一节 中国便利店行业投资概述

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 中国便利店行业投资风险分析

一、便利店产业政策风险

二、便利店市场竞争风险

三、便利店物流配送风险

第三节 中国便利店行业投资机会与策略分析

一、社区便利店投资机会分析

二、中国便利店区域投资分析

三、中国便利店投资策略分析

第十三章 中国便利店投融资及IPO上市策略指导

第一节 便利店融资渠道与选择分析

一、便利店融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

四、适度债权融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 便利店境内ipo上市目的及条件

一、便利店境内上市主要目的

二、便利店上市需满足的条件

(一)企业境内主板 ipo 主要条件

(二)企业境内中小板ipo主要条件

(三)企业境内创业板ipo主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节 便利店ipo上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

(一)企业上市前综合评估

(二)企业的内部规范重组

(三)选择并配合中介机构

(四)应如何选择中介机构

第四节 便利店ipo上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第五节 企业ipo上市审核工作流程

一、企业ipo上市基本审核流程

二、企业ipo上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

图表目录

图表：2019-2023年中国连锁百货门店规模

图表：2019-2023年中国超市业态发展规模

图表：2019-2023年中国购物中心发展规模

图表：2019-2023年7-11便利店门店数量

图表：2019-2023年罗森便利店门店数量

图表：2019-2023年美宜佳经营情况

图表：2019-2023年苏果便利店门店分析

图表：2019-2023年天福便利店门店数量

图表：2019-2023年全家便利店在华门店数量

图表：2019-2023年快客便利店门店数量

图表：2019-2023年唐久便利店门店数量

图表：2024-2029年中国便利店发展规模预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190716/128221.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)