

2020-2026年中国便利店行业 前景展望与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国便利店行业前景展望与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202005/161437.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

炙手可热的便利店行业出现降温趋势。从整体来看，第三季度行业增长趋势放缓，行业整体发展出现小幅波动，但仍处于健康发展区间。

2019年第二季度便利店总体景气指数为70.25，高于荣枯线(荣枯线：50)20.25，环比下降1.59，同比去年下降3.7。截止到2019年第三季度便利店总体景气指数为64.12，高于荣枯线14.12，环比下降6.1，同比去年下降5.13。一方面由于融资来源突然中断，资金链断裂，从而引发关店潮。另一方面，无人店及无人货架在发展过程中的局限性也日益凸显，其面临的发展困境在逐步加大。再加上受季节周期性因素影响，店租、人力、水电等生产要素成本也未得到有效改善，2019年第三季度便利店行业的发展遇到了较大的挑战。

报告目录

第1章：中国便利店行业发展综述

1.1 中国便利店行业定义及分类

1.2 中国便利店行业发展环境

1.2.1 政策环境

1.2.2 技术环境

1.2.3 消费环境

1.2.4 经济环境

1.3 中国便利店行业关联行业分析

1.3.1 商业地产行业发展现状分析

1.3.2 物流行业发展现状分析

1.3.3 电子商务行业发展分析

第2章：国外便利店行业发展经验借鉴

2.1 美国便利店行业发展经验与启示

2.1.1 美国便利店行业发展现状分析

2.1.2 美国便利店行业运营模式分析

2.1.3 美国便利店行业发展经验借鉴

2.1.4 美国便利店行业对我国的启示

2.2 日本便利店行业发展经验与启示

2.2.1 日本便利店行业运作模式

- 2.2.2 日本便利店行业发展经验分析
- 2.2.3 日本便利店行业对我国的启示
- 2.3 韩国便利店行业发展经验与启示
- 2.3.1 韩国便利店行业运作模式
- 2.3.2 韩国便利店行业发展经验分析
- 2.3.3 韩国便利店行业对我国的启示
- 2.4 欧盟便利店行业发展经验与启示
- 2.4.1 欧盟便利店行业运作模式
- 2.4.2 欧盟便利店行业发展经验分析
- 2.4.3 欧盟便利店行业对我国的启示

第3章：中国便利店行业发展现状分析

- 3.1 中国便利店行业发展特点分析
- 3.1.1 即食品比例逐步上升
- 3.1.2 自有品牌比例逐步上升
- 3.1.3 加盟店比例逐步上升
- 3.1.4 电子商务在便利店行业逐步应用
- 3.1.5 移动支付技术在便利店已经普及
- 3.2 中国便利店行业发展规模分析
- 3.2.1 行业销售规模
- 3.2.2 行业门店数量规模
- 3.2.3 行业日均销售额规模
- 3.3 中国便利店行业运营情况分析
- 3.3.1 行业盈利能力分析
- 3.3.2 行业运营成本分析
- 3.3.3 行业成长性分析

第4章：中国便利店行业竞争及投资分析

- 4.1 中国便利店行业竞争分析
- 4.1.1 行业企业竞争态势
- 4.1.2 行业区域竞争态势
- 4.1.3 主要区域便利店品牌数量

4.2 中国便利店行业投融资分析

4.2.1 行业投资总体情况

4.2.2 行业投资主体分析

4.2.3 行业投资动因分析

4.2.4 行业投资方式分析

4.2.5 行业投资趋势分析

第5章：中国便利店行业经验模式分析

5.1 好德、可的便利店经营模式分析

5.1.1 经营模式简介

5.1.2 经营模式优势

5.1.3 经营模式不足

5.2 7-11便利店经营模式分析

5.2.1 经营模式简介

5.2.2 经营模式优势

5.2.3 经营模式不足

第6章：中国便利店行业数字化变革分析

6.1 便利店行业数字化变革影响因素分析

6.1.1 消费者层面的数字化变革

6.1.2 互联网巨头推动便利店数字化变革

6.1.3 传统便利店积极拥抱数字化变革

6.2 便利店行业数字化变革发展现状

6.2.1 中国无人便利店市场规模

6.2.2 中国无人便利店主要形态

6.3 互联网巨头布局数字化便利店

6.3.1 京东

6.3.2 阿里巴巴

6.4 传统便利店数字化变革案例分析

6.4.1 7-11便利店

6.4.2 全家便利店

6.4.3 罗森

6.5 便利店数字化发展趋势及建议

第7章：中国便利店行业领先企业分析

7.1 农工商超市（集团）有限公司

7.1.1 公司发展简况分析

7.1.2 企业主营业态分析

7.1.3 公司门店分布情况

7.1.4 企业经营情况分析

7.1.5 企业经营优劣势分析

7.2 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

7.2.1 公司发展简况分析

7.2.2 企业主营业态分析

7.2.3 公司门店分布情况

7.2.4 企业经营情况分析

7.2.5 企业经营优劣势分析

7.3 川省互惠商业有限责任公司

7.3.1 公司发展简况分析

7.3.2 企业主营业态分析

7.3.3 公司门店分布情况

7.3.4 企业经营情况分析

7.3.5 企业经营优劣势分析

7.4 北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司

7.4.1 公司发展简况分析

7.4.2 企业主营业态分析

7.4.3 公司门店分布情况

7.4.4 企业经营情况分析

7.4.5 企业经营优劣势分析

7.5 全家便利商店股份有限公司

7.5.1 公司发展简况分析

7.5.2 企业主营业态分析

7.5.3 公司门店分布情况

7.5.4 企业经营情况分析

7.5.5 企业经营优劣势分析

7.6 柒一拾壹（北京）有限公司

7.6.1 公司发展简况分析

7.6.2 企业主营业态分析

7.6.3 公司门店分布情况

7.6.4 企业经营情况分析

7.6.5 企业经营优劣势分析

第8章：中国便利店行业发展趋势及投资建议

8.1 中国便利店行业发展趋势分析

8.1.1 便利店行业市场趋势分析

8.1.2 便利店行业竞争趋势

8.1.3 便利店行业技术趋势

8.2 便利店行业投资特性分析

8.2.1 便利店行业进入壁垒分析

8.2.2 便利店行业投资风险分析

8.3 便利店行业投资潜力与建议

8.3.1 便利店行业投资机会剖析

8.3.2 便利店行业投资潜力分析

8.3.3 行业投资建议

图表目录

图表1：中国便利店行业定义

图表2：2016-2019年商业地产投资完成额情况（单位：亿元，%）

图表3：2016-2019年商业地产销售面积情况（单位：万平方米，%）

图表4：2016-2019年商业用地地价季度变化情况（单位：元/平方米，%）

图表5：2020-2026年商业地产投资完成额预测情况（单位：亿元）

图表6：2016-2019年中国社会物流总额变动情况（单位：万亿元，%）

图表7：2019年中国社会物流总额构成（单位：%）

图表8：2016-2019年中国社会物流总费用及GDP比重（单位：万亿元，%）

图表9：2016-2019年中国社会物流总费用变动情况（单位：万亿元，%）

图表10：2019年中国社会物流总费用构成占比（单位：%）

图表11：2016-2019年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元）

图表12：促进我国移动电子商务健康发展的举措

图表13：美国便利店行业发展历程

图表14：美国便利店数量及增速

图表15：美国便利店各品类占比

图表16：便利店即食食品比例

图表17：便利店自有品牌比例

图表18：便利店加盟店比例

图表19：便利店电子商务应用比例

图表20：便利店移动支付应用比例

图表21：2016-2019年中国便利店行业销售规模

图表22：2016-2019年中国便利店行业门店数量规模

图表23：2016-2019年中国便利店行业日均销售规模

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/161437.html>