



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年便利店市场运营态势 与战略咨询研究报告

一、调研说明

《2012-2016年便利店市场运营态势与战略咨询研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，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，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/206310.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

便利店作为一种零售业态，最初起源于美国，其兴起的主要原因是在超级市场步入大型化与郊外化后，给购物者带来在距离、时间、商品、服务等诸多方面的不便；郊区居民需驾车前往超市购物；超级市场卖场面积大，商品品种多，购物者要花费大量的时间和精力挑选商品，且还需忍受排长队结帐的麻烦。上述种种原因都使得那些想购买少量商品或满足即时所需的购物者深感不便。由此，促成了便利店的产生。日本便利店是60年代末从美国引进的，经营便利店最为成功，由于迅速增长的就业妇女、迅速增长单身家庭、越来越多的家庭妇女在餐桌上使用预煮食品、经济收入的提高以及娱乐活动的增加等原因，使人们更加追求购物的便利性，为便利店的发展创造了有利的客观条件。

从总体上来看，便利店是超级市场发展相对较为成熟的阶段后，从超级市场中分化出来的一种零售业态：一方面，超市的发展有其自身难以克服的障碍，即“购物的不便利”；另一方面，超市的发展为便利店提供了先进的销售方式和经营管理技术。便利店之所以能够出现并迅速发展，其原因还在于随着生活水平的提高和生活节奏的加快，消费者的生活方式和购物方式发生了很大的变化，主要体现为对“购物便利”的强烈需求，便利店正是能够满足这种需求的零售业态。

从总体上看目前中国便利店处于起步期。国民经济的发展和住房改革步伐的加快，使我国城市住宅产业的发展势头迅猛，引进中小超市、便利店入住社区，为居民提供一体化、品牌化的零售服务成了日益强烈的行业需求。入世前后国际连锁巨头纷纷抢滩大陆零售业，在大型超市的白热化竞争引起毛利率下降后，把目光瞄准了毛利率较高的便利店业态。国内一些地方政府（如北京、上海、深圳）及有关部门，已认识到便利店将成为继超市后发展最为迅速也是最有前景的零售业态，已纷纷出台有关支持性政策措施，加速便利店业态的发展。

尽管我国内地便利店起步较晚，但发展速度较快，1995年1月上海牛奶公司开设的“可的”食品便利店，以及其后相继出现的深圳7-11，华联罗森便利店为中国第一批出现的便利店。经过短短8年的光景，便利店在华南、华中和华东地区已成燎原之势。其中，上海的便利店发展最为成熟。据最新资料统计，截止到2010年底，上海已有24小时便利店3900家。目前，一些大的便利店巨头仍在加速发展，如“联华快客”现有门店800多家，“可的”门店700多家，“21世纪”门店600多家，并且意欲2012年再开500家，“好德”门店500多家，且还在以每天一家的速度向前推进。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年便利店市场运营态势与战略咨询研究报告》共十一章。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。

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。

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 2012-2016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 2011-2012年中国便利店产业发展环境分析

第一节 2012年中国宏观经济环境分析

- 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、2012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 2012-2016年中国便利店产业发展趋势预测分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国便利店产业盈利预测分析

第十一章 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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 艾凯数据研究中心建议

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：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2012年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2012年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2012.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2012年我国全社会固定资产投资额走势图（2012年不含农户）

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2012年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2012年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2012年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：我国主要商品价格监测分析

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：2012-2016年中国便利店产业市场预测分析

图表：2012-2016年中国便利店竞争格局预测分析

图表：2012-2016年中国便利店产业盈利预测分析

通过《2012-2016年便利店市场运营态势与战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/206310.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。