

中国便利店行业运营动态分析与投资前景预测报告2024-2030年

产品名称	中国便利店行业运营动态分析与投资前景预测报告2024-2030年
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

章 2021-2024年全球零售业运行动态分析

节 2021-2024年世界零售业发展总体分析

一、当代国际零售业的特点

- 1、世界经济日益全球化带动世界零售业的国际化
- 2、三次科技革命技术成果的日益商用、民用带来零售业的自动化
- 3、现代生活多元化促使零售业态多样化

二、跨国零售商海外市场的进入模式和选择

- 1、并购（Merger & Acquisition）
- 2、特许（Franchising）
- 3、合资（Joint Venture）
- 4、有机增长（Organic Growth）
- 5、战略联盟（Strategic Alliance）

三、西方零售业态发展的两个理论分析

1、零售业态发展的循环论

2、零售业态发展的进化论

四、国际三大零售巨头发展历程及启示

第二节 2021-2024年中国零售业运行走势分析

一、中国零售业发展变化解析

1、国内消费进入增速下滑新常态

1.1 国内消费增速下滑，但对经济发展作用增强

1.2 网络零售快速增长成亮点，占比突破10%

2、春节零售额全国增11%，百家重点零企降1.8%

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

1、农村零售业利润低

2、布局不合理，新型业态比例较低

3、基础设施落后，其中尤以交通问题为严重

4、经营形式单一，无差异化导致竞争激烈

第三节 2021-2024年中国零售业存在问题及对策分析

一、中国零售业与外资企业的差距过大

1、企业经营理念的差距

2、规模经营的差距

3、现代技术运用方面的差距

二、零售业态布局结构不合理，发展不完善

- 1、零售业态布局不合理
 - 2、零售业态组织化程度低，运作不规范，各业态优势难以发挥
- 三、市场发育不均衡。

第二章 2021-2024年世界便利店产业运行状况分析

节 2021-2024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

第二节 2021-2024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调研
- 三、日本便利店经营的发展分析
- 四、中国台湾地区便利店行业的发展

第三节 2024-2030年世界便利店产业发展趋势预测

第三章 2021-2024年世界便利店运行透析

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
 - 1、彻底的单品管理模式
 - 2、独特的选址定位策略
 - 3、追求变化的卖场布置
 - 4、边缘业务的外部委托

5、合作式的供贷体制

6、高水准的服务意识和质量

三、日本伊藤洋华堂公司的食品物流系统

1、供应链的大幅度改革

2、由信息技术支撑的补货方式

3、川口加工食品共同配送中心

4、维持精度达49999/50000的作业系统

四、日本伊藤洋华堂在营情况分析

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

1、品牌特许VS渠道分销

2、店面选址VS经营决策

3、电子商务VS市场扩张

4、物流配送VS边际利润

5、共赢模式VS持续发展

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 2021-2024年中国便利店产业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、经济发展现状分析

二、当前经济主要问题

三、未来经济运行与政策展望

第二节 2021-2024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 2021-2024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 2021-2024年中国零售业运行态势分析

第一节 2021-2024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、中国零售业步入新的历史发展时期

1、实体零售仍将占主导

2、有效增长是重中之重

3、两极分化更加明显

4、新一轮整合强力推进

5、中小企业或现蝴蝶效应

6、关店现象将频频上演

三、金融危机环境下中国零售业发展变化解析

(一)、xinguan疫情对中国零售业的影响

1、将促进我国零售业进一步整合

2、折扣店、中心等业态将成为零售业的亮点

3、开发自有品牌将成为零售商经营战略的重中之重

4、大规模的降价促销仍将是零售商应对金融危机的利器

5、网络商店将迎来一次大好的发展机遇

(二)、零售企业应对金融危机的策略

四、我国便利店盈利水平较低

第二节 2021-2024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

1、有助于全面小康社会的建设

2、引导和满足农民消费需求

3、促进农业发展农民增收

4、增加地方财政收入

三、国内农村零售业存在的主要问题

1、农村零售业分布不合理

2、农村零售业销售产品单一

3、农村零售业进货渠道不规范

- 4、农村零售业的从业人员素质不高
- 5、农村零售业缺乏品牌意识，没有自己的独特品牌

四、我国农村零售业发展的策略

1、政府的方面措施

1.1 政府的监管

1.2 政府的扶植

2、农村零售业自身的改善措施

2.1 提高商品质量，优化商品结构

2.2 提高从业人员的素质，提高服务质量

2.3 提供便民服务

2.4 采用连锁加盟的形式促进发展

2.5 做好促销工作

第三节 2021-2024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 2021-2024年中国零售业热点问题及策略分析

一、中国零售业的弊病

(一) 中国零售业与外资企业的差距过大

(二) 零售业态布局结构不合理，发展不完善

(三) 市场发育不均衡

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

1、政府规制重建

2、企业战略重塑

第六章 2021-2024年中国便利店产业运行形势分析

第一节 2021-2024年中国便利店产业发展现状调研

一、国内外便利店成功案例分析

1、国内便利店

2、国外便利店

二、对中国便利店发展的思考

三、我国便利店面临盈利压力

四、中国便利店市场探索分析

第二节 2021-2024年中国便利店市场暗战连连

第三节 2021-2024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

1、商品科学组合策略

2、商品科学订货策略

3、新品培育推广策略

4、价格业态错位策略

5、成本有效控制策略

6、便利温馨服务策略

7、错位经营

8、科学定价

9、创造良好的购物环境

第七章 2021-2024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 2021-2024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 2021-2024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

（一）物流配送模式的复合化

（二）实现共同配送

（三）建立高效的配送中心

（四）注重物流信息化建设

二、提高商品周转率，减少库存

（一）库存周转次数

（二）提高库存周转的几个关键点

三、便利店的价格策略

- 1、依据价格弹性，分类定价
- 2、依据价值导向定价
- 3、服务差别化定价
- 4、模糊发定价
- 5、价格分割定价

第四节 2021-2024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 2021-2024年中国便利店产业市场竞争格局分析

节 2021-2024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
 - 1、潜在竞争对手的进入风险
 - 2、产业内现有竞争对手的强度
 - 3、供应商讨价还价的能力
 - 4、买方的议价能力
 - 5、产业替代性产品的相似度
- 三、便利店支付竞争潜伏于未来

- 1、互联网阵营

2、支付宝、微信VS银联、拉卡拉

3、传统支付阵营

第二节 2021-2024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

1、便利店公司进一步向大型商社实行规模集中

2、在中小型商店的发展中出现了以便利店为竞争目标的态势

3、便利店的自身发展开始了新一轮内容

二、上海便利店竞争白热化

三、加油站便利店竞争展开

四、7-11便利店24日正式入驻重庆 特色面食是全国首创

五、上海推广便利店代收快递模式

六、山西便利店“触电” 电商已成发展趋势预测分析

第三节 2021-2024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

1、可的物流模式

2、“拆零配货”型物流

3、技术与管理结合

第九章 中国便利店产业优势企业竞争力分析

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

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、东莞想家便利店有限公司

第十章 中国便利店产业发展趋势预测分析

节 2024-2030年中国便利店产业发展前景预测

一、中国发展便利店的前景广阔

二、便利店的发展趋势预测

1、全渠道整合

2、在线/社群媒体营销

3、自有品牌扩张

4、增值服务

5、分群促销

三、便利店经营方向分析

第二节 2024-2030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 2024-2030年中国便利店产业盈利预测分析

第十一章 2024-2030年中国便利店产业投资前景预测分析

节 2024年中国便利店产业投资环境分析

第二节 2024-2030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 2024-2030年中国便利店产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

1、零售行业竞争日趋激烈

2、便利店行业进入门槛低，新加入者众多

3、许多日用品受国家相关政策调控，导致利润微薄

4、员工问题迫在眉睫

二、物流配送风险

三、进入退出风险分析