



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国便利店产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国便利店产业发展现状及市场监测报告》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/283678.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

便利店是位于居民区附近的实体店或提供网上购物的虚拟店，指以经营即时性商品或服务为主，以满足便利性需求为第一宗旨，采取自选式购物方式的小型零售店或网上商店。

2008年我国人均GDP已达3000美元，消费倾向开始向个性化和便利化方向发展。在过去的六年中，便利店的门店数量几乎翻倍，从2008年的13567家增加到2014年底的26345家，年均复合增长率达到11.7%；销售额也从2008年的178亿元增长到2014年的接近408亿元，年均复合增长率达到14.8%，便利店销售收入和门店数均保持迅速增长。我国已进入便利店的高增长时代，预计未来几年仍将保持门店和销售额的两位数增长。2008-2014年中国便利店业态的门店数量及复合增长率

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。

报告目录：

第一章 便利店相关概述 13

1.1 便利店简介 13

1.1.1 便利店的定义 13

1.1.2 便利店的分类 13

1.1.3 便利店的特征 13

1.1.4 便利店与超市的区别 15

1.2 便利店行业概述 15

1.2.1 便利店行业的发展历程 15

1.2.2 便利店行业发展的条件 16

1.2.3 便利店行业经营的成功要素 17

1.3 中国便利店的管理体制 20

1.3.1 中国便利店的主管部门 20

1.3.2 便利店的相关法律法规 20

第二章 2015年全球便利店发展情况分析 22

2.1 2015年世界零售业发展总体分析	22
2.1.1 国际零售业的发展特点	22
2.1.2 跨国零售企业进入海外市场的模式	26
2.1.3 西方零售业态发展的两个理论分析	31
2.1.4 国际三大零售巨头发展历程及启示	34
2.2 世界部分国家和地区便利店发展情况	39
2.2.1 美国便利店行业发展情况	39
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	46
2.2.5 日本便利店进入新的竞争时期	49
2.3 2017-2022年世界便利店发展趋势分析	51
2.3.1 商品销售中心	52
2.3.2 社会服务中心	52
2.3.3 物流中心	52
2.3.4 信息中心	52

第三章 2015年世界知名便利店运行透析 53

3.1 日本伊藤洋华堂	53
3.1.1 便利店基本概况	53
3.1.2 日本伊藤洋华堂的经营特色	54
3.1.3 日本伊藤洋华堂的经营之道	56
3.1.4 日本伊藤洋华堂公司食品物流系统	61
3.1.5 日本伊藤洋华堂在华经营情况分析	64
3.2 7-11便利店	65
3.2.1 便利店基本概况	65
3.2.2 7-11便利店的配送系统	69
3.2.3 7-11便利店经营特色分析	72
3.2.4 7-11便利店在华运行情况分析	78
3.2.5 7-11便利店中国版图加速发展	80
3.3 日本罗森株式会社	84
3.3.1 罗森基本概述	84

- 3.3.2 罗森经营特色分析 84
- 3.3.3 2015年罗森便利店经营情况 85
- 3.3.4 2015年罗森在华投资运营情况 85

第四章 2013-2015年中国便利店产业发展环境分析 87

- 4.1 经济环境 87
 - 4.1.1 2015年中国宏观经济运行情况 87
 - 4.1.2 2016年1季度中国经济运行情况 105
 - 4.1.3 2016年中国宏观经济形势展望 107
- 4.2 政策环境 110
 - 4.2.1 中国扩大内需对便利店发展的影响 110
 - 4.2.2 商务部零售业态分等定级制度扩大的影响 114
 - 4.2.3 商务部外资便利店审核权下的影响 115
- 4.3 社会环境 116
 - 4.3.1 中国城市社区建设与发展情况分析 116
 - 4.3.2 中国已进入中产阶级兴起的黄金期 118

第五章 2015年中国零售行业发展分析 121

- 5.1 2015年中国零售行业发展情况 121
 - 5.1.1 2015年中国零售业总体发展状况 121
 - 5.1.2 2015年中国连锁零售业经营规模分析 122
 - 5.1.3 2015年中国连锁零售业市场规模分析 123
 - 5.1.4 2015年中国特许经营零售业发展分析 124
 - 5.1.5 2015年中国综合连锁零售百强企业排名 131
 - 5.1.6 2015年中国快消品连锁零售企业排名 137
 - 5.1.7 2015年中国外资连锁零售类企业排名 140
 - 5.1.8 2015年中国连锁百货类零售企业排名 141
 - 5.1.9 2015年中国连锁便利店企业排名 143
 - 5.1.10 2015年中国零售百强企业分析 144
- 5.2 2015年中国零售行业发展分析 150
 - 5.2.1 2015年中国消费品市场特点 150
 - 5.2.2 2015年中国流通产业发展概况 152

5.2.3 中国大型零售企业的成长探讨 154

5.2.4 中国零售业行业发展战略分析 160

第六章 2015年中国便利店行业发展概述 163

6.1 2015年中国便利店的发展概况 163

6.1.1 中国便利店发展现状分析 163

6.1.2 中国主要便利店发展概况 164

6.1.3 中国本土便利店获巨额资本支持 166

6.1.4 世界各大便利店相继来华争夺市场 167

6.1.5 世界便利店企业加快抢滩北京市场 169

6.1.6 日本便利店连锁巨头布局天津市场 171

6.2 2015年中国便利店发展状况 171

6.2.1 2015年中国便利店总店数量统计 171

6.2.2 2015年中国便利店门店规模统计 178

6.2.3 2015年中国便利店销售规模统计 180 2008-2014年中国便利店业态的销售额及复合增长率
(单位：百万元)

6.2.4 2015年中国便利店经营特点分析 181

6.3 2015年中国便利店经营情况 182

6.3.1 2015年中国便利店企业经营情况 182

6.3.2 2015年中国便利店企业门店情况 185

6.3.3 2015年便利店企业市场份额分析 189

6.3.4 2015年中国便利店渠道渗透情况 189

6.4 中国主要城市便利店发展情况 190

6.4.1 广州市便利店行业发展情况 190

6.4.2 上海市便利店行业发展情况 192

6.4.3 北京市便利店行业发展情况 194

6.4.4 北京、上海、广州便利店行业比较分析 196

6.5 中国便利店发展存在的问题及对策 201

6.5.1 中国便利店发展存在的问题 201

6.5.2 中国便利店的发展策略分析 202

6.5.3 提升便利店企业竞争力的对策 204

6.5.4 处于不同发展阶段便利店的竞争策略 206

6.6 加油站便利店发展状况 209

6.6.1 国外加油站便利店的繁盛与发展 209

6.6.2 中国加油站便利店经营处起步阶段 210

6.6.3 中国加油站便利店发展缓慢的原因 210

6.6.4 加油站便利店需要注重本土化经营 212

第七章 2013-2015年中国便利店产业市场竞争格局分析 213

7.1 2015年中国便利店产业竞争现状分析 213

7.1.1 中国便利店的竞争力分析 213

7.1.2 中国便利店竞争格局分析 217

7.1.3 中国外资品牌便利店发展情况 218

7.1.4 中国跨区域便利店的发展情况 219

7.1.5 中国区域型便利店的发展情况 220

7.2 2015年中国便利店行业竞争动态分析 220

7.2.1 上海便利店竞争趋白热化 220

7.2.2 广州便利店行业竞争激烈 228

7.2.3 中国加油站便利店竞争展开 232

7.2.4 中国便利店真正竞争尚未开始 233

7.2.5 便利店竞争正从商品转向服务 236

7.3 中国便利店行业竞争策略分析 237

7.3.1 便利店竞争赢在高效物流配送 237

7.3.3 中国便利店企业竞争策略 240

第八章 2013-2015年中国便利店行的选址与营销策略 245

8.1 中国便利店的选址策略 245

8.1.1 便利店店址选择原则 245

8.1.2 交通条件与店址选择 247

8.1.3 客流规律与店址选择 248

8.1.4 竞争店铺与店址选择 249

8.1.5 地形特点与店址选择 249

8.1.6 城市规划与店址选择 249

8.2 中国便利店的产品策略 250

- 8.2.1 提高门店商品陈列利用率 250
- 8.2.2 正确进行商品类型的选择 250
- 8.2.3 避免货架存在大面积空位 251
- 8.2.4 便利店的商品定位策略 251
- 8.3 中国便利店的分销策略 252
 - 8.3.1 建立统一网络配送系统 252
 - 8.3.2 加快商品周转减少库存 252
 - 8.3.3 便利店商品的价格策略 253
 - 8.3.4 连锁便利店的营销策略 257
- 8.4 中国加油站便利店的产品策略 258
 - 8.4.1 商品选择与配置 258
 - 8.4.2 替代性商品的选择 259
 - 8.4.3 商品的替换与更新 259
 - 8.4.4 货架陈列及店面设计 259

第九章 2015年中国便利店产业优势企业竞争力分析 261

- 9.1 上海农工商超市（好德、可的） 261
 - 9.1.1 农工商超市便利店简介 261
 - 9.1.2 2015年农工商便利店市场规模分析 262
 - 9.1.3 可的便利店数据分析支持系统分析 262
 - 9.1.4 2015年好德和可的承销世博会门票 265
- 9.2 上海联华快客便利有限公司 266
 - 9.2.1 上海联华快客便利简介 266
 - 9.2.2 2015年快客便利门店扩张情况 266
 - 9.2.3 2015年快客便利市场规模分析 267
 - 9.2.4 上海联华快客便利店经营策略分析 268
- 9.3 上海喜士多便利有限公司 272
 - 9.3.1 上海喜士多便利有限公司简介 272
 - 9.3.2 2015年喜士多中国门店发展情况 272
 - 9.3.3 2015年喜士多与7-11的竞争策略分析 272
- 9.4 上海良友金伴便利有限公司 275
 - 9.4.1 上海良友金伴简介 275

- 9.4.2 2015年良友金伴门店发展情况 275
- 9.4.3 2015年良友金伴市场规模分析 276
- 9.5 上海全家便利有限公司 277
 - 9.5.1 全家便利店简介 277
 - 9.5.2 2015年全家便利店门店发展情况 277
 - 9.5.3 2015年全家便利店加速门店扩张速度 278
 - 9.5.4 2015年全家便利店中国及全球发展规划 278
- 9.6 北京京客隆便利店 278
 - 9.6.1 北京京客隆商业集团股份有限公司简介 278
 - 9.6.2 2015年北京京客隆便利门店发展分析 279
 - 9.6.3 2015年北京京客隆便利店市场规模情况 280
- 9.7 北京超市发便利店 281
 - 9.7.1 北京超市发连锁股份有限公司简介 281
 - 9.7.2 2015年北京超市发经营规模分析 281
 - 9.7.3 2015年超市发菜市场超市化分析 282
 - 9.7.4 北京超市发经营成功四因素分析 282
- 9.8 东莞糖酒集团美宜佳便利店有限公司 285
 - 9.8.1 美宜佳简介 285
 - 9.8.2 2015年美宜佳市场规模分析 285
 - 9.8.3 2015年美宜佳发展重点分析 287
 - 9.8.4 2015年美宜佳建大型物流配送中心 287
 - 9.8.5 2015年美宜佳尝试多元化营销模式 288
- 9.9 东莞喜洋洋连锁便利店 289
 - 9.9.1 喜洋洋便利店简介 289
 - 9.9.2 喜洋洋便利店发展历程 289
 - 9.9.3 2015年喜洋洋便利店经营情况 290
- 9.10 香港OK便利店 290
 - 9.10.1 OK便利店简介 290
 - 9.10.2 2015年OK便利店门店发展情况 291
 - 9.10.3 2015年OK便利店市场规模情况 292
 - 9.10.4 2015年OK便利店退出东莞市场 292
- 9.11 华润万家便利店 292

9.11.1 华润集团简介	292
9.11.2 2015年华润Vango便利店门店情况	293
9.11.3 2015年华润苏果便利门店发展情况	293
9.12 特易购 (Tesco) 便利店	293
9.12.1 特易购简介	293
9.12.2 特易购零售运营形态的分类	294
9.12.3 特易购进军中国便利店市场	294
9.12.4 2015年中国特易购便利店发展情况	295
9.13 河北国大36524便利店	295
9.13.1 河北国大连锁商业有限公司简介	295
9.13.2 2015年国大36524便利店发展情况	296
9.13.3 2015年国大36524便利店增加公共事业服务	296
9.13.4 2015年国大36524获中国特许经营年度大奖	297
9.14 山西金虎便利店	297
9.14.1 山西金虎便利有限公司简介	297
9.14.2 2015年山西金虎便利店门店扩张情况	298
9.14.3 山西金虎便利店经营理念及模式分析	299
9.15 辽宁大连太阳系便利店	303
9.15.1 太阳系简介	303
9.15.2 太阳系便利店经营策略介绍	303
9.15.3 2015年太阳系启用明珠公用卡消费	304
第十章 2017-2022年中国便利店发展前景预测分析	305
10.1 中国零售业发展前景分析	305
10.1.1 2015年中国零售业发展新趋势	305
10.1.2 2015年消费品市场趋势预测	306
10.1.3 未来中国零售业发展前景展望	310
10.1.4 2017-2022年连锁零售业市场规模预测	311
10.2 中国便利店的发展趋势与前景	312
10.2.1 中国便利店的发展趋势分析	312
10.2.2 中国便利店的发展方向分析	313
10.2.3 中国加油站便利店发展前景	313

10.2.4 中国便利店的发展前景分析	314
10.3 2017-2022年中国便利店发展预测	315
10.3.1 2017-2022年中国便利店市场竞争预测	315
10.3.2 2017-2022年中国便利店发展规模预测	315
10.3.3 2017-2022年中国便利店市场销售预测	316

第十一章 2017-2022年中国便利店投资前景分析 318

11.1 便利店投资的概述	318
11.1.1 便利店的投资环境分析	318
11.1.2 投资便利店的主要条件	319
11.1.3 便利店投资效益的估算	320
11.2 便利店投资风险	324
11.2.1 产业政策风险	324
11.2.2 市场竞争风险	324
11.2.3 物流配送风险	325
11.3 便利店投资机会与策略	325
11.3.1 2015年零售企业掀起便利店投资热潮	325
11.3.2 2017-2022年社区便利店投资机会分析	327
11.3.3 2017-2022年中国便利店区域投资分析	328
11.3.4 2017-2022年中国便利店投资策略分析	329

图表目录：

图表 1 便利店与超市的区别	15
图表 2 便利店主管部门监管领域情况	20
图表 3 中国便利店行业的主要法律法规列表	20
图表 4 跨国零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式	30
图表 5 跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素	31
图表 6 美国便利店总数量及其增长率	39
图表 7 美国便利店的销售收入统计	40
图表 8 美国便利店的税前总利润及其增长率	41
图表 9 美国便利店相关统计数据	41
图表 10 英国零售行业各业态收入份额图	42

- 图表 11 伊藤洋华堂集团在华子公司投资情况 64
- 图表 12 2015年中国7-11便利店经营格局及门店数量统计 79
- 图表 13 2015年北京7-11便利店各区分布统计 79
- 图表 14 2015年上海7-11便利店各区分布统计 80
- 图表 15 2009-2015年日本罗森便利店经营效益 85
- 图表 16 2000-2015年中国罗森便利店门店数量统计 86
- 图表 17 2013-2015年中国罗森便利店扩张趋势图 86
- 图表 18 2013-2015年中国国内生产总值增长趋势图 87
- 图表 19 2013-2015年中国居民消费价格涨跌幅度 88
- 图表 20 2015年中国居民消费价格比上年涨跌幅度 88
- 图表 21 2013-2015年中国年末国家外汇储备情况 89
- 图表 22 2013-2015年中国财政收入情况 89
- 图表 23 2013-2015年中国粮食产量情况 90
- 图表 24 2013-2015年中国工业增加值情况 91
- 图表 25 2015年中国主要工业产品产量及其增长速度 91
- 图表 26 2015年1-3月中国规模以上工业企业实现利润及其增长速度 93
- 图表 27 2013-2015年中国建筑业增加值情况 93
- 图表 28 2013-2015年中国全社会固定资产投资情况 94
- 图表 29 2015年中国分行业城镇固定资产投资及其增长速度 94
- 图表 30 2015年中国固定资产投资新增主要生产能力 95
- 图表 31 2015年中国房地产开发和销售主要指标完成情况 96
- 图表 32 2013-2015年中国社会消费品零售总额情况 97
- 图表 33 2015年中国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 97
- 图表 34 2015年中国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 98
- 图表 35 2013-2015年中国年末电话用户数情况 99
- 图表 36 2015年中国全部金融机构本外币存及其增长速度 100
- 图表 37 2013-2015年中国城乡人民币储蓄存款余额情况 100
- 图表 38 2013-2015年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 101
- 图表 39 2015年中国人口数及其构成情况 103
- 图表 40 2013-2015年中国农村居民人均纯收入情况 103
- 图表 41 2013-2015年中国城镇居民人均纯收入情况 104
- 图表 42 2015年按业态分连锁零售企业基本情况 121

- 图表 43 2008-2015年中国连锁零售企业经营规模统计 122
- 图表 44 2008-2015年中国连锁零售企业门店数量增长趋势图 122
- 图表 45 2008-2015年中国连锁零售企业门店数量分布趋势图 122
- 图表 46 2008-2015年中国连锁零售企业营业面积趋势图 123
- 图表 47 2008-2015年中国连锁零售企业从业人员增长趋势图 123
- 图表 48 2008-2015年中国连锁零售企业销售额统计 123
- 图表 49 2008-2015年中国连锁零售企业商品销售额增长趋势图 124
- 图表 50 2008-2015年中国连锁零售企业零售额增长趋势图 124
- 图表 51 2015年中国特许经营连锁120强企业排名 125
- 图表 52 2015年中国综合连锁零售百强企业排名 133
- 图表 53 2015年中国快速消费品连锁零售百强企业排名 137
- 图表 54 2015年中国外资连锁零售类企业排名 141
- 图表 55 2015年中国连锁百货类零售企业排名 142
- 图表 56 2015年中国连锁便利店企业排名 143
- 图表 57 2015年中国零售百强企业排名 147
- 图表 58 2010-2015年中国限额以上连锁便利店总店数量统计 172
- 图表 59 2010-2015年中国限额以上连锁便利店总店数量统计 172
- 图表 60 2010-2015年中国各省份限额以上连锁便利店总店数量统计 172
- 图表 61 2010-2015年上海市限额以上连锁便利店总店数量统计 173
- 图表 62 2010-2015年江苏省限额以上连锁便利店总店数量统计 173
- 图表 63 2010-2015年北京市限额以上连锁便利店总店数量统计 173
- 图表 64 2010-2015年广东省限额以上连锁便利店总店数量统计 174
- 图表 65 2010-2015年浙江省限额以上连锁便利店总店数量统计 174
- 图表 66 2010-2015年湖北省限额以上连锁便利店总店数量统计 174
- 图表 67 2010-2015年河北省限额以上连锁便利店总店数量统计 175
- 图表 68 2010-2015年福建省限额以上连锁便利店总店数量统计 175
- 图表 69 2010-2015年河南省限额以上连锁便利店总店数量统计 175
- 图表 70 2010-2015年湖南省限额以上连锁便利店总店数量统计 176
- 图表 71 2010-2015年辽宁省限额以上连锁便利店总店数量统计 176
- 图表 72 2010-2015年山西省限额以上连锁便利店总店数量统计 176
- 图表 73 2010-2015年广西区限额以上连锁便利店总店数量统计 177
- 图表 74 2010-2015年贵州省限额以上连锁便利店总店数量统计 177

图表 75 2010-2015年重庆市限额以上连锁便利店总店数量统计 177

图表 76 2010-2015年山东省限额以上连锁便利店总店数量统计 178

图表 77 2008-2015年中国便利店经营规模统计 178

图表 78 2008-2015年中国便利店门店数量增长趋势图 178

图表 79 2008-2015年中国便利店业门店数量分布趋势图 179

图表 80 2008-2015年中国便利店营业面积趋势图 179

图表 81 2008-2015年中国便利店从业人员增长趋势图 180

图表 82 2008-2015年中国便利店商品销售规模统计 180

图表 83 2008-2015年中国便利店商品销售额增长趋势图 180

图表 84 2008-2015年中国便利店零售额增长趋势图 181

图表 85 2015年中国便利店样本企业经营情况 182

图表 86 2015年中国便利店样本企业销售情况 183

图表 87 2015年便利店样本企业平均经营规模 183

图表 88 2015年便利店样本企业人效和坪效 183

图表 89 2015年便利店样本企业费用构成情况 184

图表 90 2008-2015年便利店样本企业毛利率 184

图表 91 2015年便利店样本门店平均规模 185

图表 92 2009便利店样本门店经营效率 186

图表 93 2015年便利店样本门店平均日交易次数和客单价 186

图表 94 2015年便利店样本门店费用情况 186

图表 95 2015年便利店样本门店毛利率情况 187

图表 96 2008-2015年便利店样本直营店和加盟店经营效率比较 187

图表 97 2015年便利店样本门店费用情况 188

图表 98 2015年不同面积便利店销售情况及经营效率比较 188

图表 99 2015年中国便利店门店集中情况 189

图表 100 中国便利店的区域市场发展分析 190

图表 101 2013-2015年上海市连锁便利店数量趋势图 193

图表 102 中国便利店行业按主体分竞争格局分析 218

图表 103 中国便利店行业按资本类型分竞争格局分析 218

图表 104 中国便利店行业按市场区域分竞争格局分析 218

图表 105 中国主要外资便利店企业和分布区域 219

图表 106 2015年上海农工商超市便利店门店数量统计 262

图表 107 上海可的便利数据分析支持系统结构图 265

图表 108 2000-2015年快客便利门店数量统计 266

图表 109 2013-2015年快客便利门店数量增长趋势图 267

图表 110 2008-2015年快客便利经营情况统计 267

图表 111 2013-2015年快客便利销售规模增长趋势图 267

图表 112 2013-2015年上海良友金伴便利店门店数量统计 275

图表 113 2013-2015年上海良友金伴便利店门店数量变化趋势图 276

图表 114 2013-2015年上海良友金伴便利店营业额统计 276

图表 115 2013-2015年上海良友金伴便利店营业收入增长趋势图 276

图表 116 2013-2015年全家便利店门店数量及分布统计 277

图表 117 2008-2015年北京京客隆便利店门店数量统计 279

图表 118 2013-2015年北京京客隆便利店门店数量扩张趋势图 280

图表 119 2013-2015年北京京客隆便利店销售规模统计 280

图表 120 2013-2015年北京京客隆便利店销售规模增长趋势图 280

图表 121 2015年北京超市发连锁股份有限公司经营情况 281

图表 122 2013-2015年美宜佳门店数量统计 286

图表 123 2013-2015年美宜佳门店数量增长趋势图 286

图表 124 2008-2015年美宜佳营业收入统计 286

图表 125 2008-2015年美宜佳营业收入增长趋势图 287

图表 126 2013-2015年东莞市喜洋洋连锁便利店经营情况统计 290

图表 127 2008-2015年OK便利店门店类型和数量统计 291

图表 128 2008-2015年OK便利店门店增长趋势图 291

图表 129 2008-2015年OK便利店区域分布统计 291

图表 130 2008-2015年OK便利店营业额统计 292

图表 131 2008-2015年华润万家Vango便利店门店数量统计 293

图表 132 2013-2015年苏果便利店门店数量统计 293

图表 133 2015年H特易购便利店上海区域分布 295

图表 134 2013-2015年国大36524便利店门店类型及营业额统计 296

图表 135 2013-2015年山西金虎便利店门店数量及营业额统计 299

图表 136 2017-2022年中国连锁零售企业销售额预测 311

图表 137 2017-2022年中国连锁零售企业销售额预测趋势图 311

图表 138 中国和日本消费者对比 312

图表 139 2013-2015年中国加油站经营状况统计 314

图表 140 2017-2022年中国便利店经营规模统计 316

图表 141 2017-2022年中国便利店门店数量预测趋势图 316

图表 142 2017-2022年中国便利店营业面积预测趋势图 316

图表 143 2017-2022年中国便利店商品销售规模预测 317

图表 144 2017-2022年中国便利店商品销售额预测趋势图 317

图表 145 2017-2022年中国便利店零售额预测趋势图 317

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283678.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。