

便利店 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“近几年便利店市场的强劲增长并未缓解日益分化和地区化的竞争态势。尽管线上食品杂货零售的繁荣以及提供‘最后一公里’线上购物解决方案的新业务推动增长，但连锁便利店仍需强化自身的差异优势，以进行有效竞争。消费者希望便利店提供更多样的产品和服务，以及更多的送货上门服务，但他们也希望看到更多本地化和个性化服务。”

— 郭马修，亚太研究主任

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 在竞争激烈的市场中培育忠诚度
- 正确利用“新零售”
- 将日韩服务文化带入中国

尽管近几年增长强劲，但便利店市场竞争仍然激烈，并呈现出日益分化和地区化的趋势。另外，连锁超市/大卖场的送货上门服务日益兴起。虽然在当地社区中的地位难以撼动，但若要保持这种优势地位，便利店当下需提供更具个性化和本地化的服务，以满足当地消费者的需求。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

便利店 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

研究方法

综述

市场

数据 1: 连锁便利店市场总零售销售额预测（最好和最差情形），中国，2011-21年

公司与品牌

数据 2: 中国——前十大连锁便利店（按门店数目区分），2015-2016年

消费者

购买的产品

数据 3: 消费者在过去6个月从便利店购买的产品，2015年1月和2017年2月

使用的服务

数据 4: 过去6个月内消费者在便利店使用的服务，2015年1月和2017年2月

选择的因素

数据 5: 消费者决定去哪家便利店消费的时候会选择的因素，2017年2月和2015年1月

消费者的偏好

数据 6: 消费者光顾便利店时的偏好，2017年2月

寻求的服务

数据 7: 消费者需求的但便利店尚未提供的服务，2017年2月

主要消费群体

我们的观点

议题与洞察

在竞争激烈的市场中培育忠诚度

现状

启示

正确利用“新零售”

现状

启示

将日韩服务文化带入中国

现状

启示

市场——您所需要了解的

便利店的强劲增长期

打造便捷性和整合线上业务

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

便利店 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场规模与预测

强劲的销售和门店数量增长

数据 8: 连锁便利店市场总零售销售额的最好和最差预测情形，中国，2011-2021年

数据 9: 连锁便利店市场总门店数量的最好和最差预测情形，中国，2011-2021年

平均单店销售额也呈正增长

数据 10: 中国——便利店整体市场门店数量、销售额和平均单店销售额，2011-2021年

市场增长动力

便利店受益于“新零售”

数据 11: 杂货零售销售额，包括在线杂货零售（按细分市场区分），中国，2012-2016年

超市和大卖场进行反击

提供充值服务

位置和“最后一公里”

重点企业——您所需要了解的

从分化/地区化市场脱颖而出

填补服务空缺，以与其他便利店竞争

整合位置、忠诚度和新科技

市场份额

领先公司的门店数量所占份额

数据 12: 中国——前十大连锁便利店的门店数量份额，2015/2016年

增开门店的同时实现战略差别化

数据 13: 中国——领先的连锁便利店（按门店数量区分），2013-2016年

竞争策略

填补空缺

拓展增值服务

扩展餐饮服务

谁在创新？

定位追踪销售

会员奖励

无现金/无柜员结账

消费者——您所需要了解的

拓宽食品采购

实现无现金和线上零售

高质量和位置方便最重要

提供更多基础产品的大店

为顾客提供更多的便利

更加本地化和个性化

提供更多的便利、本地化和多样化

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

便利店 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

购买的产品

即食/即饮规则！

数据 14: 消费者在过去6个月从便利店购买的产品，2015年1月和2017年2月

数据 15: 消费者在过去6个月从便利店购买的产品，2015年1月和2017年2月

职场妈妈 vs 清闲男士

数据 16: 过去6个月在便利店购买过的产品（按性别和年龄区分），2017年2月

使用的服务

移动便利

数据 17: 过去6个月内消费者在便利店使用的服务，2015年1月和2017年2月

“新零售”的先锋

数据 18: 过去6个月内消费者在便利店使用的服务，2015年1月和2017年2月

压力较大的25-39岁消费者最有可能使用便利店服务

数据 19: 过去6个月在便利店使用过的服务（按年龄区分），2017年2月

没有明显的区域模式

数据 20: 过去6个月在便利店使用过的服务（按城市线级区分），2017年2月

选择的因素

更多的种类、更多的服务

数据 21: 消费者决定去哪家便利店消费的时候会选择的因素，2017年2月

数据 22: 消费者决定去哪家便利店消费的时候会选择的因素，2015年1月和2017年2月

人口特征影响因素选择

数据 23: 消费者决定去哪家便利店消费的时候会选择的因素（按性别和年龄区分），2017年2月

不同城市的消费者选择不同的因素

数据 24: 消费者决定去哪家便利店消费的时候会选择的因素（按城市区分），2017年2月

消费者的偏好

青睐实体便利店和线上便利店的消费者比例相当

数据 25: 消费者光顾便利店时的偏好，2017年2月

年龄是影响偏好的主要因素

数据 26: 消费者光顾便利店时的偏好（按年龄区分），2017年2月

迎合家庭需求

数据 27: 消费者光顾便利店时的偏好（按家庭状况区分），2017年2月

需求的服务

使生活需求更简单

数据 28: 消费者寻求的便利店尚未提供的服务，2017年2月

主要消费群体寻求的服务

数据 29: 消费者需求的但便利店尚未提供的服务（按主要消费群体区分），2017年2月

不同人口特征群寻求的服务

数据 30: 消费者需求的但便利店尚未提供的服务（按性别和年龄区分），2017年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

便利店 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者态度

将忠诚度打造成社区服务的一部分

数据 31: 消费者对便利店购物的态度，2017年2月

男性消费者是真的忠诚，还是只是懒惰？

数据 32: 消费者对便利店购物的态度（按年龄区分），2017年2月

职场妈妈是最大的拥护者

数据 33: 消费者对便利店购物的态度（按不同年龄的女性群体区分），2017年2月

主要消费群体

数据 34: 主要消费群体，2017年2月

便利寻求者

他们是谁

他们是怎样的消费者

如何向其营销？

品种多样化寻求者

他们是谁

他们是怎样的消费者

如何向其营销？

本地化者

他们是谁

他们是怎样的消费者

如何向其营销？

数据 35: 消费者光顾便利店时的偏好（按主要消费群体区分），2017年2月

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com