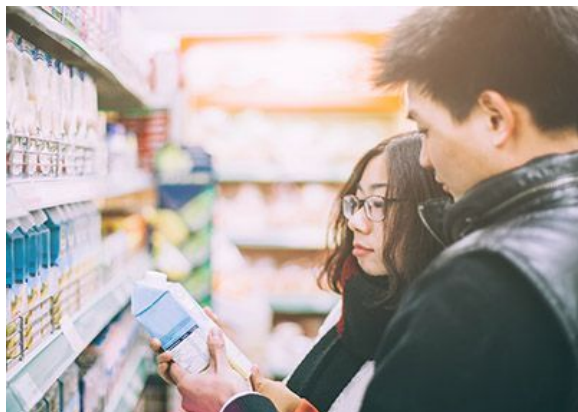


便利店 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“即使实体零售正面临重重挑战，便利店行业仍保持着两位数强劲增长，这得益于中国消费者对省时、可及性与即时满足性的追求。便利店的即食食品和现制饮料因其能提供快捷又实惠的正餐与下午茶选择，赢得了中国消费者的倾心。便利店品牌可探索新的可能性，将自身定位为城市中闲适的第三空间，更好地服务于当地社区和繁忙的上班族。”

— 赵鑫宇，初级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 城市居民的休闲新去处与社区空间
- 更好地了解与奖励忠实消费者
- 推出主题店/快闪店，从竞争中脱颖而出

不断加深的城市化进程与新兴生活方式持续刺激着便利店的的增长。尽管中国经济增速放缓，但便利店品类预计仍会蓬勃发展，这得益于中国消费者对省时、可及性与即时满足性的追求。此外，随着企业涉足电商平台并开始采用新的技术与设备（例如智能货架和店铺热力图），中国市场中会有越来越多新颖的小型零售模式问世。便利店还尝试利用消费者数据与当地人口统计特征数据来为当地提供更优质的服务与更定制化的产品。高端便利店正在通过提供座位区与更多即食食品和现制饮料向娱乐购物空间转型。

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 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

报告不包括

定义

综述

市场

尽管线下零售增速放缓，便利店仍强劲增长

数据1: 中国便利店零售销售额预测（最好和最差情形）（不包括加油站便利店），2014-2024年

数据2: 中国便利店数量预测（最好和最差情形）（不包括加油站便利店），2014-2024年

公司与品牌

大多数领先便利店的市场份额增势稳定

数据3: 领先连锁便利店的份额，2017/2018年

领先品牌推出了更多自有品牌产品

便利店也可推出购物节，以刺激短期消费

消费者

便利店在日常生活中不可或缺

数据4: 便利店购物频率，2019年3月

软饮料、乳制品与零食仍是便利店中最常被购买的产品

数据5: 在便利店所购商品，2019年3月

上班族用餐的实惠选择

数据6: 在便利店所购商品（按部分人口统计特征区分），2019年3月

高频消费者更在意便利店的服务

数据7: 选择便利店的影响因素，2019年3月

热门便利店品牌的优势

数据8: 被访者最常光顾的十大便利店，2019年3月

消费者期待便利店能有更多种类的即食餐点

数据9: 理想便利店，2019年3月

年轻消费者与女性消费者喜爱主题便利店与新产品

数据10: 对便利店的态度（按部分人口统计特征区分），2019年3月

我们的观点

议题与洞察

城市居民的休闲新去处与社区空间

现状

启示

数据11: 7-Eleven的咖啡馆，台湾

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 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据12: 全家湃客咖啡

更好地了解与奖励忠实消费者

现状

启示

数据13: 7-Eleven x 《复仇者联盟：终局之战》

推出主题店/快闪店，从竞争中脱颖而出

现状

启示

数据14: 罗森 x Hello Kitty

市场——您需要了解的

便利店模式前景广明

政府政策为生活服务提供者给予更多支持

与外卖平台合作，拓宽便利店覆盖范围

市场规模与预测

便利店销售额的增长超过大多数零售模式

数据15: 便利店销售收入（不包括加油站便利店），中国，2014-2019年

数据16: 中国便利店零售销售额预测（最好和最差情形）（不包括加油站便利店），2014-2024年

便利店数量在2018年陡增至75,000家

数据17: 便利店数量（不包括加油站便利店），中国，2014-2019年

数据18: 中国便利店数量预测（最好和最差情形）（不包括加油站便利店），2014-2024年

市场增长动力

对便利店的即食食品与轻食的限制放宽

年轻一代更注重便利性与即时满足性

数据19: 高频消费者的百分比（按代际区分），2019年3月

送货上门服务赋能便利店拓宽“最后一公里”的范围

重点企业——您需要了解的

领先便利店的市场份额保持相对稳定

领先品牌在店内推出更多自有品牌产品

便利店可自创购物节

市场份额

市场仍呈细分化，但领先品牌正极力扩张

数据20: 领先连锁便利店的份额（按门店数量区分），2017/2018年

美宜佳逾10,000家门店，并保持领先地位

电商企业强势进驻便利店市场

竞争策略

领先品牌推出自有品牌产品

2018年，过半便利店品牌推出顾客忠诚度计划与顾客管理体系

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 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据21: 中国便利店品牌的顾客忠诚度计划可及性，2017-2018年

根据当地社区与购买偏好推出不同产品

数据22: 杭州的罗森&鲜丰水果

谁在创新？

便利店中的品牌限量版产品正在兴起

数据23: 哈根达斯x To b. by agnes b.

便利店也可以推广购物节

数据24: 全家“疯狂星期三”

新技术提高了便利店的运营效率

数据25: 亚洲消费电子展苏宁展台

消费者——您所需要了解的

仅有2%的被访消费者没去便利店购物过

即食食品日渐走俏

高频消费者对便利店的服务要求很高

哪些便利店品牌更受欢迎？

进口产品可以是便利店实现差异化的另一因素

年轻人与女性消费者更青睐主题便利店

购物频率

便利店在城市生活中起着至关重要的作用

数据26: 便利店购物频率，2019年3月

年轻人与已婚有孩子的消费者，更有可能是高频消费者

数据27: 高频消费者的比例（按代际和家庭构成区分），2019年3月

数据28: 全家收银区

对于高频消费者来说，便利店更多的是购物与就餐场所

数据29: 对便利店的态度（按不同购物频率的消费者群体区分），2019年3月

数据30: 对便利店的态度（按不同购物频率的消费者群体区分），2019年3月

数据31: 对便利店的态度（按不同购物频率的消费者群体区分），2019年3月

数据32: 罗森扭蛋自动贩卖机

所购商品

软饮料、乳制品与零食仍然是购买最多的产品

数据33: 在便利店所购商品，2019年3月

即食食品日渐走俏

数据34: 在便利店所购商品，2019年3月

数据35: 便利店内热的即食食品

上班族的新型“城市食堂”

数据36: 在便利店所购商品（按部分人口统计特征区分），2019年3月

数据37: 武汉7-Eleven的即食食品

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 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

选择便利店的重要因素

商品的质量与种类仍然是吸引客流的关键

数据38: 选择便利店的重要因素, 2019年3月

较低线城市消费者往往对价格更敏感

数据39: 对便利店的态度, 2019年3月

更好的服务是吸引高频消费者的关键

数据40: 选择便利店的重要因素 (按不同购物频率的消费者群体区分), 2019年3月

数据41: 全家与Fit&GO

最常光顾的便利店

全家在东部地区越来越受欢迎, 而7-Eleven则是南部地区的赢家

数据42: 被访消费者最常光顾的10大便利店, 2019年3月

数据43: 最常光顾的四大便利店 (按区域区分), 2019年3月

数据44: 最常光顾的四大便利店 (按城市区分), 2019年3月

即食食品与现制饮料是国外便利店品牌的优势

数据45: 最常光顾的四大便利店 (按所购商品区分), 2019年3月

领先便利店品牌的经营优势

数据46: 最常光顾的四大便利店 (按选择便利店的重要因素区分), 2019年3月

理想便利店

希望便利店有更多餐点种类

数据47: 理想便利店, 2019年3月

数据48: 全家新超值便当

30-49岁的消费者希望便利店有更多生活日用品

数据49: 选择因素——“更多生活日用品” (按部分人口统计特征区分), 2019年3月

进口产品可能是提升品牌的途径

数据50: 选择因素——“更多进口食品” (按部分人口统计特征区分), 2019年3月

购物偏好

位置和便利仍然是关键

数据51: 对便利店的态度, 2019年3月

消费者在产品的选择上更加理性

数据52: 对便利店的态度, 2019年3月

主题店与新产品对年轻人与女性消费者颇有吸引力

数据53: 对便利店的态度 (按部分人口统计特征区分), 2019年3月

数据54: 全家隐藏菜单

认识英敏特城市精英人群

两成英敏特城市精英人群是便利店高频消费者

数据55: 购物频率 (按部分人口统计特征区分), 2019年3月

商品的质量也是吸引英敏特城市精英人群的关键因素

数据56: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群 (参照标准) 的品牌好感度影响因素差异 (按部分人口统计特征区分), 2019年3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 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

便利店是英敏特城市精英人群闲暇购物的休闲场所

数据57: 对便利店的态度（按部分人口统计特征区分），2019年3月

附录——市场规模与预测

数据58: 中国便利店总销售额（不包括加油站便利店），2014-2024年

数据59: 中国便利店总数（不包括加油站便利店），2014-2024年

附录——研究方法与缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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