

June 2017

便利店 - China

“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。因此，连锁便利店应快速应对消费者不断变化的需求。另外，消费者还偏好非现金支付、更大的店面、更多的店内就餐选择，因此，便利店仍需提供更多的能满足当地社区消费需求的产品和服务。若要提升顾客的忠诚度，便利店还需改善门店的外观和店内氛围，并营造更舒服的环境。便利店可通过这些方式区别于其他竞争对手和提高客户保持率。”

— 郭马修，亚太研究主任

May 2017

Convenience Stores - China

“Strong recent growth in the convenience store market has not yet alleviated the fragmentation and regionalised nature of the competition. The rise of online grocery retailing and new business from providing ‘last mile’ online shopping solutions have helped drive growth, but convenience store chains must increasingly differentiate to effectively compete ...