

# 2024-2030年中国便利店市 场深度评估与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国便利店市场深度评估与市场年度调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202407/463769.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国便利店市场深度评估与市场年度调研报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

随着消费和零售行业不断发展，我国便利店行业也迎来了较大的发展机遇。但新冠疫情对便利店行业进行了一定的冲击，整体行业已步入整合发展期。便利店企业凭借“差异化的商品组合”与“供应链共享”强化自身价值核心，凭借优质服务与精细化运营提升收益水平。

近年来便利店行业规模增速表现显著高于线下零售市场整体水平。根据国家统计局数据，便利店行业销售额增速连续多年高于百货与大型超市的行业增速，成为线下零售业中增长最快的细分业态。

根据商务部办公厅关于开展便利店品牌化连锁化三年行动的通知，到2022年，全国品牌化连锁化便利店总量达到30万家，销售额累计增长超过50%，全国中等以上城市每百万人口不少于200家门店。预计2022-2027年我国便利店行业市场规模年复合增长率（CAGR）为12%，到2027年我国便利店行业市场规模将达到7781亿元。

报告目录：

第1章：中国便利店行业概念界定及发展环境剖析

1.1 中国便利店行业概念界定

1.1.1 便利店的概念界定

1.1.2 便利店的业态分类

1.2 中国便利店行业的不同经营模式

1.3 行业所属的国民经济分类

1.4 本报告数据来源及统计标准说明

1.4.1 本报告权威数据来源

1.4.2 本报告研究方法及统计标准说明

1.5 中国便利店行业的发展环境剖析

1.5.1 中国便利店行业政策环境剖析

(1) 便利店行业监管体制及监管机构介绍

- (2) 便利店行业相关标准汇总
- (3) 便利店行业国家政策汇总
- (4) 便利店行业地方政策汇总
- (5) 政策环境对行业发展的影响分析

#### 1.5.2 中国便利店行业经济环境剖析

- (1) 中国GDP及增长情况
- (2) 中国居民消费价格 (CPI)
- (3) 社会消费零售总额
- (4) 中国经济发展展望
- (5) 国际机构对中国GDP增速预测
- (6) 国内机构对中国宏观经济指标增速预测
- (7) 行业发展与宏观经济相关性分析

#### 1.5.3 中国便利店行业社会环境剖析

- (1) 中国人口规模及结构
- (2) 中国城镇化水平发展
- (3) 中国居民人均可支配收入
- (4) 中国居民人均消费支出及结构
- (5) 中国消费升级发展现状及其对便利店行业发展的影响
- (6) 中国线上经济发展现状及其对便利店行业的影响
- (7) 社会环境对便利店行业的影响总结

#### 1.5.4 中国便利店行业技术环境剖析

- (1) 影响便利店行业发展的关键技术分析
- (2) 便利店相关专利的申请及公开情况
- (3) 便利店技术发展趋势

## 第2章：全球便利店行业发展现状及经验启示

### 2.1 全球便利店行业发展情况

#### 2.1.1 全球便利店的概述及分类

#### 2.1.2 全球便利店的发展特点

### 2.2 全球便利店行业发展现状

#### 2.2.1 全球便利店行业发展规模

#### 2.2.2 全球便利店发展区域情况

- (1) 主要国家便利店销售额
- (2) 主要国家便利店门店数量
- 2.2.3 全球便利店市场渗透率
- 2.2.4 全球便利店产品结构分布
- 2.3 全球便利店市场竞争格局分析
  - 2.3.1 全球便利店行业企业竞争格局
  - 2.3.2 全球便利店行业区域发展格局及代表性区域发展现状
- 2.4 日本便利店行业发展及经验借鉴
  - 2.4.1 日本零售业态的发展历程及特点
  - 2.4.2 日本便利店发展现状
    - (1) 日本便利店数量
    - (2) 日本便利店销售额
    - (3) 日本便利店客流量
    - (4) 日本便利店客单价
    - (5) 日本便利店销售商品结构
  - 2.4.3 日本便利店的竞争格局
  - 2.4.4 日本便利店行业的成功经验
    - (1) 开放加盟：实现盈利和标准化扩张的关键
    - (2) 规模效应：区域密集扩店和共同配送提高运营效率
    - (3) 便利店特有“多温区+小量多次共同配送”模式有效提高物流效率
- 2.5 便利店行业代表性企业案例分析
  - 2.5.1 7-Eleven
    - (1) 企业发展历程及基本信息
    - (2) 企业经营情况
    - (3) 企业业务结构及销售网络布局
    - (4) 企业在华投资情况
  - 2.5.2 全家FamilyMart
    - (1) 企业发展历程及基本信息
    - (2) 企业经营情况
    - (3) 企业业务结构及销售网络布局
    - (4) 企业在华投资情况
  - 2.5.3 罗森lawson

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况
- (3) 企业销售产品结构及销售网络布局
- (4) 企业在华投资情况

## 2.6 全球便利店行业发展趋势前景及经验借鉴分析

### 2.6.1 全球便利店行业发展趋势

- (1) 连锁化趋势
- (2) 营销手段日益丰富
- (3) 信息技术应用
- (4) 国际化趋势
- (5) 规模攀升

### 2.6.2 全球便利店市场前景预测

## 第3章：中国便利店行业发展现状解析

### 3.1 中国便利店发展历程及现状

#### 3.1.1 中国便利店发展历程

#### 3.1.2 中国便利店发展现状

- (1) 中国便利店门店数量
- (2) 中国便利店市场渗透率
- (3) 中国便利店销售收入
- (4) 中国便利店毛利率
- (5) 中国便利店单店营收

### 3.2 中国便利店市场经营特点

#### 3.2.1 中国便利店品类结构

#### 3.2.2 中国便利店门店分布

#### 3.2.3 中国便利店覆盖范围

#### 3.2.4 中国便利店会员体系

#### 3.2.5 中国便利店线上业务

#### 3.2.6 中国便利店客单价

#### 3.2.7 中国便利店日均客流量

### 3.3 便利店行业市场发展痛点分析

## 第4章：中国便利店行业竞争状态及竞争格局分布

### 4.1 中国便利店行业波特五力模型分析

#### 4.1.1 现有竞争者之间的竞争

#### 4.1.2 关键要素的供应商议价能力分析

#### 4.1.3 消费者议价能力分析

#### 4.1.4 行业潜在进入者分析

#### 4.1.5 替代品风险分析

#### 4.1.6 竞争情况总结

### 4.2 中国便利店行业投融资、兼并与重组分析

#### 4.2.1 中国便利店行业投融资现状

#### 4.2.2 中国便利店行业行业兼并与重组

### 4.3 中国便利店行业区域市场竞争格局

#### 4.3.1 中国便利店区域分布情况

#### 4.3.2 中国便利店区域代表性企业

### 4.4 中国便利店行业业态的竞争格局

#### 4.4.1 传统便利店与新型数字便利店

#### 4.4.2 普通便利店与无人智能便利店

### 4.5 中国便利店行业企业竞争格局

#### 4.5.1 中国便利店行业整体竞争格局

##### (1) 中国便利店企业排名情况

##### (2) 中国便利店企业竞争派系

#### 4.5.2 中国本土品牌与外资品牌的竞争

##### (1) 中国本土品牌和外资品牌模式对比

##### (2) 中国本土品牌和外资品牌优劣势对比

### 4.6 中国便利店行业市场集中度分析

## 第5章：便利店行业产业链全景预览及上游市场解析

### 5.1 中国便利店行业产业链全景预览

#### 5.1.1 中国便利店产业链分析

#### 5.1.2 中国便利店产业链企业情况

### 5.2 中国便利店行业供应市场

#### 5.2.1 中国便利店上游供应产品类型

- 5.2.2 中国便利店上游产品供给现状
- 5.2.3 中国便利店上游供应链流程
- 5.2.4 中国便利店上游供应市场对行业运营的影响
- 5.3 中国便利店行业配送市场
  - 5.3.1 中国便利店上游配送市场发展现状
  - 5.3.2 中国便利店上游配送情况分析
  - 5.3.3 中国便利店下游配送情况分析
  - 5.3.4 中国便利店配送对行业的影响分析

## 第6章：便利店行业不同业态发展现状及市场前景解析

- 6.1 便利店行业不同模式劣势与竞争力对比
- 6.2 便利店行业主要业态的发展现状及市场潜力分析
  - 6.2.1 本土便利店
    - (1) 发展现状
    - (2) 发展趋势与前景
  - 6.2.2 新型便利店
    - (1) 发展现状
    - (2) 发展趋势与前景
  - 6.2.3 夫妻便利店
    - (1) 发展现状
    - (2) 发展趋势与前景
- 6.3 便利店行业自营及加盟发展现状
  - 6.3.1 中国便利店行业自营及加盟分布情况
  - 6.3.2 中国便利店加盟方式的优势分析
  - 6.3.3 中国便利店加盟方式的发展前景

## 第7章：便利店行业重点区域市场发展现状及潜力解析

- 7.1 便利店行业重点城市发展情况
  - 7.1.1 中国便利店行业城市发展情况
  - 7.1.2 中国便利店行业城市排名情况
- 7.2 便利店行业重点区域市场发展现状及发展潜力
  - 7.2.1 广东省便利店行业发展情况

- (1) 广东省发展环境剖析
- (2) 广东省连锁便利店经营情况
- (3) 广东省便利店行业市场情况
- (4) 广东省便利店行业市场发展潜力

#### 7.2.2 江苏省便利店行业发展情况

- (1) 江苏省发展环境剖析
- (2) 江苏省连锁便利店经营情况
- (3) 江苏省便利店行业市场情况
- (4) 江苏省便利店行业市场发展潜力

#### 7.2.3 上海市便利店行业发展情况

- (1) 上海市发展环境剖析
- (2) 上海市连锁便利店经营情况
- (3) 上海市便利店行业市场情况
- (4) 上海市便利店市场发展潜力

#### 7.2.4 北京市便利店行业发展情况

- (1) 北京市发展环境剖析
- (2) 北京市连锁便利店经营情况
- (3) 北京市便利店行业市场情况
- (4) 北京市便利店市场发展潜力

### 第8章：便利店行业供应链代表性企业案例研究

#### 8.1 便利店行业代表性企业主要发展指标对比

#### 8.2 便利店行业代表性企业案例研究

##### 8.2.1 中石化易捷销售有限公司（易捷）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务布局
- (4) 企业便利店销售区域
- (5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

##### 8.2.2 中石油昆仑好客有限公司（昆仑好客）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业业务布局
- (4) 企业便利店销售布局
- (5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

#### 8.2.3 美宜佳控股有限公司（美宜佳）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业便利店业务模式
- (4) 企业便利店销售布局
- (5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

#### 8.2.4 广东天福连锁商业集团有限公司（天福）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业便利店业务模式
- (4) 企业便利店销售布局
- (5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

#### 8.2.5 成都红旗连锁股份有限公司（红旗连锁）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业业务架构
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业便利店业务布局
- (5) 企业便利店销售布局
- (6) 企业发展便利店业务的优劣势分析

#### 8.2.6 十足集团有限公司（十足、之上）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业便利店业务模式
- (4) 企业便利店销售布局
- (5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

#### 8.2.7 北京便利蜂连锁商业有限公司（便利蜂）

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业便利店业务布局

- (4) 企业便利店销售布局
- (5) 企业发展便利店业务的优劣势分析

## 第9章：便利店行业趋势前景及投资机会研究

### 9.1 中国便利店行业投资潜力分析

#### 9.1.1 行业投资促进因素分析

- (1) 政策因素
- (2) 社会因素
- (3) 科技因素

#### 9.1.2 行业投资制约因素分析

- (1) 市场因素
- (2) 消费因素
- (3) 竞争因素
- (4) 疫情因素

### 9.2 中国便利店发展前景预测

#### 9.2.1 行业市场规模预测

#### 9.2.2 行业发展趋势预测

### 9.3 中国便利店投资特性分析

#### 9.3.1 行业进入壁垒分析

- (1) 品牌壁垒
- (2) 规模壁垒
- (3) 位置壁垒
- (4) 采购壁垒
- (5) 人才壁垒

#### 9.3.2 行业投资风险预警

### 9.4 中国便利店投资价值与投资机会

#### 9.4.1 产业链投资机会分析

#### 9.4.2 重点区域投资机会分析

#### 9.4.3 细分市场投资机会分析

### 9.5 便利店投资策略与可持续发展建议

#### 9.5.1 行业投资策略建议

- (1) 不断发展优化“即食”和“自有品牌”商品，提升毛利率水平

(2) 利用与外资品牌合作及横向整合实现跨区域发展

(3) 消费人群的多样化带动需求延伸，积极开发便民利民的多项服务

## 9.5.2 行业可持续发展建议

(1) 政府层面

(2) 行业层面

(3) 企业层面

## 图表目录

图表1：商务部对便利店的定义

图表2：商务部&mdash;&mdash;零售业态分类标准

图表3：不同类型便利店经营模式优劣势对比

图表4：《国民经济行业分类与代码》中便利店行业归属

图表5：本报告权威数据资料来源汇总

图表6：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表7：中国便利店行业监管体系构成

图表8：中国便利店行业主管部门

图表9：中国便利店行业自律组织

图表10：截至2022年中国便利店行业标准体系建设（单位：项，%）

图表11：截至2022年中国便利店行业标准汇总

图表12：截至2022年便利店行业国家政策汇总

图表13：截至2022年便利店行业地方政策汇总

图表14：政策环境对中国便利店的行业发展的影响总结

图表15：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表16：2019-2023年中国CPI变化情况（单位：%）

图表17：2010-2022年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表18：部分国际机构对2022-2023年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表19：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表20：2017-2021年中国GDP增速及便利店行业销售增速（单位：%）

图表21：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，&permil;）

图表22：2010-2021年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）

图表23：中国城市化进程发展阶段

图表24：2011-2022年中国居民人均可支配收入（单位：元）

图表25：2010-2022年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表26：2013-2022年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表27：中国消费升级演进趋势

图表28：2015-2022年中国实物商品网上零售额及占社会消费品零售额比重（单位：亿元，%）

图表29：社会环境对便利店行业发展的影响分析

图表30：便利店行业发展关键技术简析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202407/463769.html>