

2026-2031年中国连锁便利店市场投资风险及未来发展规划研究报告

报告简介

便利店是位于居民区附近，指以经营即时性商品为主，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。便利店，英文简称CVS(Convenience Store)是一种用以满足顾客应急性、便利性需求的零售业态。该业态最早起源于美国，继而衍生出两个分支，即传统型便利店与加油站型便利店，前者在日本、中国台湾等亚洲诸国得以发展成熟，后者则在欧美地区较为盛行。

便利店的兴起缘于超市的大型化与郊外化，超市的变化体现在距离、时间、商品、服务等诸多方面：如远离购物者的居住区，需驾车前往;卖场面积巨大，品种繁多的商品消耗了购物者大量的时间和精力;结账时还要忍受“大排长龙”等候之苦，以上种种使得那些想购买少量商品或满足即刻所需的购物者深感不便。于是人们需要一种能够满足便利店购买需求的小超市来填补空白。

便利店业态最初于1990年代引入国内市场。尽管起步较晚，但是伴随着经济的持续增长，便利店业态在我国取得了较快发展。“互联网+”给便利店行业带来巨大冲击。尽管便利店行业的增长速度远远超过线下零售的其他行业，但是相比线上零售业，便利店行业仍受到了极大的冲击。

区域格局明显，全国布局尚未出现，一二线城市是增长热点，市场空间大。运营成本快速上升。商品结构亟待提升。生鲜及半加工食品占比低，自有品牌占比低。加盟机制不完善。加盟占比较低，三成企业尚未开展加盟，加盟管理较为松散。数字化初见雏形。半数企业引入网购，网购占比约11%;移动支付技术普及，但使用率低。会员体系有待加强。55%企业建立了会员体系，有会员体系企业会员销售稳步上升。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢地锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

随着连锁便利店行业竞争的不断加剧，国内优秀的行业企业愈来愈重视对市场研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的行业企业迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚！

本报告利用中道泰和长期对连锁便利店行业市场跟踪搜集的一手市场数据，应用先进的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告结合连锁便利店行业的背景，深入而客观地剖析了中国连锁便利店行业的发展现状、发展规模和竞争格局；分析了行业当前的市场环境、行业竞争格局、产品的市场需求特征、行业领先企业的经营情况、行业未来的发展趋势与前景；同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个行业的市场走向和发展趋势。

本报告最大的特点就是前瞻性和适时性。报告根据连锁便利店行业的发展轨迹及多年的实践经验，对行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测，是连锁便利店行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品，也是业内第一份对行业上下游产业链以及行业重点企业进行全面系统分析的重量级报告。

本报告将帮助连锁便利店行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动向，及早发现行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点.....，前瞻性的把握行业未被满足的市场需求和趋势，形成企业良好的可持续发展优势，有效规避行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。

报告目录

第一章 连锁便利店行业发展综述

1.1 连锁便利店行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 连锁便利店行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 连锁便利店行业在产业链中的地位

1.2.3 连锁便利店行业生命周期分析

(1)行业生命周期理论基础

(2)连锁便利店行业生命周期

1.3 最近3-5年中国连锁便利店行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒/退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 连锁便利店行业运行环境（pest）分析

2.1 连锁便利店行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 连锁便利店行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 连锁便利店行业社会环境分析

2.3.1 连锁便利店产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 连锁便利店产业发展对社会发展的影响

2.4 连锁便利店行业技术环境分析

2.4.1 连锁便利店技术分析

2.4.2 连锁便利店技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国连锁便利店行业运行分析

3.1 我国连锁便利店行业发展状况分析

3.1.1 我国连锁便利店行业发展阶段

3.1.2 我国连锁便利店行业发展总体概况

3.1.3 我国连锁便利店行业发展特点分析

3.2 2021-2026年连锁便利店行业发展现状

3.2.1 2021-2026年我国连锁便利店行业市场规模

3.2.2 2021-2026年我国连锁便利店行业发展分析

3.2.3 2021-2026年中国连锁便利店企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2021-2026年重点省市市场分析

3.4 连锁便利店细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2021-2026年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 连锁便利店产品/服务价格分析

3.5.1 2021-2026年连锁便利店价格走势

3.5.2 影响连锁便利店价格的关键因素分析

(1)成本

(2)供需情况

(3)关联产品

(4)其他

3.5.3 2026-2031年连锁便利店产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要连锁便利店企业价位及价格策略

第四章 我国连锁便利店行业整体运行指标分析

4.1 2021-2026年中国连锁便利店行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2021-2026年中国连锁便利店行业运营情况分析

4.2.1 我国连锁便利店行业营收分析

4.2.2 我国连锁便利店行业成本分析

4.2.3 我国连锁便利店行业利润分析

4.3 2021-2026年中国连锁便利店行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国连锁便利店行业供需形势分析

5.1 连锁便利店行业供给分析

5.1.1 2021-2026年连锁便利店行业供给分析

5.1.2 2026-2031年连锁便利店行业供给变化趋势

5.1.3 连锁便利店行业区域供给分析

5.2 2021-2026年我国连锁便利店行业需求情况

5.2.1 连锁便利店行业需求市场

5.2.2 连锁便利店行业客户结构

5.2.3 连锁便利店行业需求的地区差异

5.3 连锁便利店市场应用及需求预测

5.3.1 连锁便利店应用市场总体需求分析

(1)连锁便利店应用市场需求特征

(2)连锁便利店应用市场需求总规模

5.3.2 2026-2031年连锁便利店行业领域需求量预测

(1)2026-2031年连锁便利店行业领域需求产品/服务功能预测

(2)2026-2031年连锁便利店行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业连锁便利店产品/服务需求分析预测

第六章 连锁便利店行业产业结构分析

6.1 连锁便利店产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国连锁便利店行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 连锁便利店产业结构调整方向分析

6.3.5 建议

第七章 我国连锁便利店行业产业链分析

7.1 连锁便利店行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 连锁便利店上游行业分析

7.2.1 连锁便利店产品成本构成

7.2.2 2021-2026年上游行业发展现状

7.2.3 2026-2031年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对连锁便利店行业的影响

7.3 连锁便利店下游行业分析

7.3.1 连锁便利店下游行业分布

7.3.2 2021-2026年下游行业发展现状

7.3.3 2026-2031年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对连锁便利店行业的影响

第八章 我国连锁便利店行业渠道分析及策略

8.1 连锁便利店行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对连锁便利店行业的影响

8.1.3 主要连锁便利店企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 连锁便利店行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 连锁便利店行业营销策略分析

8.3.1 中国连锁便利店营销概况

8.3.2 连锁便利店营销策略探讨

8.3.3 连锁便利店营销发展趋势

第九章 我国连锁便利店行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 连锁便利店行业竞争结构分析

(1)现有企业间竞争

(2)潜在进入者分析

(3)替代品威胁分析

(4)供应商议价能力

(5)客户议价能力

竞争结构特点总结

9.1.2 连锁便利店行业企业间竞争格局分析

9.1.3 连锁便利店行业集中度分析

9.1.4 连锁便利店行业swot分析

9.2 中国连锁便利店行业竞争格局综述

9.2.1 连锁便利店行业竞争概况

(1)中国连锁便利店行业竞争格局

(2)连锁便利店行业未来竞争格局和特点

(3)连锁便利店市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国连锁便利店行业竞争力分析

(1)我国连锁便利店行业竞争力剖析

(2)我国连锁便利店企业市场竞争的优势

(3)国内连锁便利店企业竞争能力提升途径

9.2.3 连锁便利店市场竞争策略分析

第十章 连锁便利店行业领先企业经营形势分析

10.1 7-11(seven-eleven)便利店

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 2021-2026年经营状况

10.1.5 2026-2031年发展规划

10.2 好德便利店

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 2021-2026年经营状况

10.2.5 2026-2031年发展规划

10.3 喜士多便利店

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 2021-2026年经营状况

10.3.5 2026-2031年发展规划

10.4 可的便利店

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 2021-2026年经营状况

10.4.5 2026-2031年发展规划

10.5 锦和便利店

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 2021-2026年经营状况

10.5.5 2026-2031年发展规划

10.6 罗森便利店

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 2021-2026年经营状况

10.6.5 2026-2031年发展规划

10.7 快客便利店

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业优势分析

10.7.3 产品/服务特色

10.7.4 2021-2026年经营状况

10.7.5 2026-2031年发展规划

10.8 国大便利店

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业优势分析

10.8.3 产品/服务特色

10.8.4 2021-2026年经营状况

10.8.5 2026-2031年发展规划

10.9 wowo便利店

10.9.1 企业概况

10.9.2 企业优势分析

10.9.3 产品/服务特色

10.9.4 2021-2026年经营状况

10.9.5 2026-2031年发展规划

10.10 全家便利店

10.10.1 企业概况

10.10.2 企业优势分析

10.10.3 产品/服务特色

10.10.4 2021-2026年经营状况

10.10.5 2026-2031年发展规划

第十一章 2026-2031年连锁便利店行业投资前景

11.1 2026-2031年连锁便利店市场发展前景

11.1.1 2026-2031年连锁便利店市场发展潜力

11.1.2 2026-2031年连锁便利店市场发展前景展望

11.1.3 2026-2031年连锁便利店细分行业发展前景分析

11.2 2026-2031年连锁便利店市场发展趋势预测

11.2.1 2026-2031年连锁便利店行业发展趋势

11.2.2 2026-2031年连锁便利店市场规模预测

11.2.3 2026-2031年连锁便利店行业应用趋势预测

11.2.4 2026-2031年细分市场发展趋势预测

11.3 2026-2031年中国连锁便利店行业供需预测

11.3.1 2026-2031年中国连锁便利店行业供给预测

11.3.2 2026-2031年中国连锁便利店行业需求预测

11.3.3 2026-2031年中国连锁便利店供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2026-2031年连锁便利店行业投资机会与风险

12.1 连锁便利店行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2026-2031年连锁便利店行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2026-2031年连锁便利店行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 连锁便利店行业投资战略研究

13.1 连锁便利店行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国连锁便利店品牌的战略思考

13.2.1 连锁便利店品牌的重要性

- 13.2.2 连锁便利店实施品牌战略的意义
- 13.2.3 连锁便利店企业品牌的现状分析
- 13.2.4 我国连锁便利店企业的品牌战略
- 13.2.5 连锁便利店品牌战略管理的策略
- 13.3 连锁便利店经营策略分析
 - 13.3.1 连锁便利店市场细分策略
 - 13.3.2 连锁便利店市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 连锁便利店新产品差异化战略
- 13.4 连锁便利店行业投资战略研究
 - 13.4.1 2021-2026年连锁便利店行业投资战略
 - 13.4.2 2026-2031年连锁便利店行业投资战略
 - 13.4.3 2026-2031年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 连锁便利店行业研究结论
- 14.2 连锁便利店行业投资价值评估
- 14.3 连锁便利店行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：连锁便利店行业生命周期

图表：连锁便利店行业产业链结构

图表：2021-2026年全球连锁便利店行业市场规模

图表：2021-2026年中国连锁便利店行业市场规模

图表：2021-2026年连锁便利店行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国连锁便利店市场占全球份额比较

图表：2021-2026年连锁便利店行业工业总产值

图表：2021-2026年连锁便利店行业销售收入

图表：2021-2026年连锁便利店行业利润总额

图表：2021-2026年连锁便利店行业资产总计

图表：2021-2026年连锁便利店行业负债总计

图表：2021-2026年连锁便利店行业竞争力分析

图表：2021-2026年连锁便利店市场价格走势

图表：2021-2026年连锁便利店行业主营业务收入

图表：2021-2026年连锁便利店行业主营业务成本

图表：2021-2026年连锁便利店行业销售费用分析

图表：2021-2026年连锁便利店行业管理费用分析

图表：2021-2026年连锁便利店行业财务费用分析

图表：2021-2026年连锁便利店行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年连锁便利店行业销售利润率分析

图表：2021-2026年连锁便利店行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年连锁便利店行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年连锁便利店行业集中度

图表：2026-2031年中国连锁便利店行业供给预测

图表：2026-2031年中国连锁便利店行业需求预测

图表：2026-2031年中国连锁便利店行业市场容量预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：109612

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190304/109612.shtml>

在线订购：[点击这里](#)