

中国便利店行业市场发展分析与发展前景预测及投资咨询研究报告(2024-2029版)

报告简介

便利店是以经营食品和日用品为主，满足顾客即时性、服务性等便利需求为主要目的、采用自助式开架商品销售的一种零售方式。截至2020年末，中国传统便利店门店规模达到14.4万家，同比增长9%，增速基本与2019年一致，较前两年增速有所放缓。

由于人口与家庭结构的变化，越来越多的消费需求在贴近居民的中小业态零售模式中得以满足。同时消费者进入便利店消费往往目的性更明确，因而成交转化率也更高。2020年全国传统便利店销售额达到2716亿元，尽管受到疫情影响，但仍达到6%左右的增速。自2016年以来，我国传统便利店的销售额增速一直呈下降趋势。

从单店销售额来看，受疫情影响，2020年全国品牌连锁便利店平均单店日销售额同比下降2%至5167元。下降的主要原因是来客数量下降。

随着消费观念的变化，消费者的消费需求更加多样化，超市大卖场业态“大而全”的经营模式不再唱主角，“小而美”的模式逐渐被消费者更多地选择，便利店、生鲜体验店等社区门店开始兴起。虽然全国范围内超市大卖场门店业态数量不断下降，但便利店总数不断增长。中国便利店行业目前是零售各业态中销售额增幅最快的业态，销售、门店两个主要指标增长速度分别为2.5倍到3倍。不难看出，国内的便利店业态有着广阔的发展空间，正在形成一片新的蓝海。

结合日本总务省统计局发布的日本人口数量以及日本经济产业省发布的日本便利店数量，2020年，日本便利店行业市场渗透率为2245人/店，是中国的4倍之多，由此看来，我国便利店门店数量仍有较大上升空间。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、中国海关总署全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国便利店行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国便利店行业发展状况和特点，以及中国便利店行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球便利店行业发展态势作了详细分析，并对便利店行业进行了趋向研判，是便利店行业生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前便利店行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业发展综述

第一章 便利店行业发展概述

第一节 零售行业的相关概述

一、零售行业的基本概念

二、零售行业模式的发展

三、零售行业营销的特点

第二节 便利店的相关概述

一、便利店的定义

二、便利店的分类

三、便利店的特点

第三节 便利店行业概述

一、行业定义

二、行业发展条件

三、行业经营模式

第四节 便利店行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国便利店行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

一、全球宏观经济形势

二、全球贸易环境

三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节 中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况分析

二、消费价格指数cpi、ppi分析

三、全国居民收入情况解读

四、社会消费品便利店总额分析

五、工业发展形势走势

六、固定资产投资情况

七、对外贸易进出口分析

八、宏观经济环境对行业的影响

第三节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育情况分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

五、生态环境分析

六、居民消费观念和习惯分析

七、社会环境对行业的影响

第四节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业未来规划

第三章 全球便利店运行状况分析

第一节 全球便利店市场总体情况

一、全球便利店行业的发展概况及特点

二、全球便利店市场结构

三、全球便利店行业竞争格局

四、全球便利店市场区域分布

第二节 主要国家便利店发展情况

一、美国便利店发展现状

二、日本便利店发展现状

三、英国便利店发展现状

第三节 国外便利店经营特征

一、连锁化程度分析

二、营销手段分析

三、服务功能分析

第四节 国内外便利店发展模式

一、总部盈利模式

二、规模扩张模式

三、总部服务模式

四、总部投资模式

五、商品采购模式

第二部分 行业深度分析

第四章 中国便利店行业运行现状分析

第一节 中国便利店行业发展现状分析

一、行业发展阶段

二、行业发展总体概况

三、行业发展特点分析

四、行业发展存在的问题分析

五、行业问题解决建议

第二节 2019-2023年便利店市场运行现状

一、便利店行业市场规模

二、便利店市场覆盖率

三、便利店行业销售额

四、便利店日均销售额

五、便利店销售额占零售总额比重

第三节 2019-2023年中国便利店行业企业分析

一、便利店数量区域分布

二、便利店数量及增长率

三、便利店门店数量占比

第五章 便利店行业消费者行为分析

第一节 消费者选择便利店的原因

一、就近原则

二、即时交付

三、简化服务

第二节 消费者便利店购买产品分析

一、主要偏向产品种类

二、购买产品结构分析

三、产品销售情况与陈列的关联度

第三节 不同人群便利店消费偏好分析

一、不同收入水平消费者便利店选择偏好

二、不同年龄的消费者便利店选择偏好

三、不同地区的消费者便利店选择偏好

四、不同性别的消费者便利店选择偏好

第四节 消费者通常选择便利店的场合

一、车站或机场附近

二、商圈内

三、社区内

第六章 便利店行业供需分析

第一节 中国零售行业发展分析

一、零售行业发展概况

二、零售行业销售总额及增长率

三、零售行业企业数量分析

四、零售行业发展趋势分析

第二节 中国便利店类型分析

一、传统型

1、传统型便利店介绍

2、传统型便利店数量分析

3、传统型便利店分布特点分析

二、加油站型

1、加油站型便利店介绍

2、加油站型便利店数量分析

3、加油站型便利店分布特点分析

第三节 社区便利店需求市场分析

一、中国社区便利店密度分析

二、中国社区便利店需求量分析

第三部分 行业竞争格局

第七章 便利店行业市场区域分析

第一节 华北地区

一、华北便利店行业发展概况

二、华北便利店数量及密度

三、华北便利店营运状态分析

四、华北便利店行业发展前景分析

第二节 东北地区

一、东北便利店行业发展概况

二、东北便利店数量及密度

三、东北便利店营运状态分析

四、东北便利店行业发展前景分析

第三节 华中地区

一、华中便利店行业发展概况

二、华中便利店数量及密度

三、华中便利店营运状态分析

四、华中便利店行业发展前景分析

第四节 华东地区

一、华东便利店行业发展概况

二、华东便利店数量及密度

三、华东便利店营运状态分析

四、华东便利店行业发展前景分析

第五节 华南地区

一、华南便利店行业发展概况

二、华南便利店数量及密度

三、华南便利店营运状态分析

四、华南便利店行业发展前景分析

第六节 西北地区

一、西北便利店行业发展概况

- 二、西北便利店数量及密度
- 三、西北便利店营运状态分析
- 四、西北便利店行业发展前景分析

第七节 西南地区

- 一、西南便利店行业发展概况
- 二、西南便利店数量及密度
- 三、西南便利店营运状态分析
- 四、西南便利店行业发展前景分析

第八章 2024-2029年便利店行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、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
- 6、竞争结构特点总结

二、便利店行业swot分析

- 1、便利店行业优势分析
- 2、便利店行业劣势分析
- 3、便利店行业机会分析
- 4、便利店行业威胁分析

第二节 便利店行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 便利店行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第九章 便利店行业领先企业分析

第一节 柒一拾壹(中国)投资有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第二节 上海全餐餐饮管理有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第三节 上海可的便利店有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第四节 联华超市股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第五节 美宜佳控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第六节 上海罗森便利有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第七节 上海喜士多便利连锁有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第八节 广东上好便利店有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第九节 苏果超市有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第十节 成都红旗连锁股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第四部分 投资发展前景

第十章 2019-2023年便利店行业投资发展前景

第一节 中国便利店行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 2019-2023年便利店行业投资情况分析

一、投资规模分析

二、投资结构分析

三、重点投资区域分析

第三节 2024-2029年便利店行业投资机会分析

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第四节 2024-2029年便利店行业发展前景预测

一、2024-2029年便利店行业市场规模预测

二、2024-2029年便利店行业销售规模预测

三、2024-2029年便利店行业企业数量预测

四、2024-2029年便利店行业供需平衡预测

第五节 中国便利店行业投资风险

- 一、行业政策险
- 二、行业关联产业风险
- 三、行业技术风险
- 四、行业其他风险

第十一章 便利店行业投资发展战略研究

第一节 便利店行业面临的机遇分析

第二节 中国便利店行业面临的挑战及对策

- 一、消费者结构和消费方式变化
- 二、客户忠诚度降低
- 三、电子商务的冲击
- 四、行业解决对策

第三节 便利店行业竞争战略研究

- 一、成本领先战略
- 二、蓝海战略
- 三、差异化战略
- 四、品牌经营战略
- 五、目标集聚战略
- 六、成本领先和目标集聚混合战略

第四节 便利店行业投资战略及建议

- 一、2022年行业投资战略
- 二、2024-2029年行业投资方式建议
- 三、2024-2029年行业投资方向建议

图表目录

图表：便利店行业产品的分类结构

图表：便利店行业成长周期图

图表：2019-2023年gdp初步核算数据

图表：gdp环比和同比增长速度

图表：2019-2023年中国gdp季度累计增长图

图表：2019-2023年中国消费价格指数增长趋势图

图表：2019-2023年中国居民人均收入情况

图表：2015-2019-2023年中国居民恩格尔系数情况

图表：2019-2023年中国居民可支配收入情况

图表：2019-2023年中国对外贸易进出口情况

图表：2019-2023年便利店行业区域集中度

图表：2019-2023年便利店行业企业集中度

图表：2019-2023年便利店行业市场集中度

图表：2019-2023年行业市场结构

图表：2019-2023年便利店行业企业数量

图表：2024-2029年便利店行业市场规模预测

图表：2024-2029年便利店行业销售规模预测

图表：2024-2029年便利店行业企业数量预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210709/217642.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)