

中国便利店行业市场发展现状及前景趋势与投资分析研究报告(2026-2031版)

报告简介

便利店是位于居民区附近，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。其英文简称为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。便利店通常位于居民住宅区、学校以及客流量大的繁华地区，营业面积在50至150平方米不等，营业时间多为15至24小时，经营服务辐射半径约500米。经营品种多为食品、饮料，以即时消费、小容量、应急性为主。

便利店研究报告对行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。报告如实地反映客观情况，一切叙述、说明、推断、引用恰如其分，文字、用词表达准确，概念表述科学化。报告对行业相关各种因素进行具体调查、研究、分析，洞察行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在，评估行业投资价值、效果效益程度，提出建设性意见建议，为行业投资决策者和企业经营者提供参考依据。

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、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国便利店市场进行了分析研究。报告在总结中国便利店行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国便利店行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为便利店企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 便利店行业相关概述

第一节 便利店相关概述

一、便利店的概念

二、便利店的分类

三、与超市的区别

第二节 便利店业态特征

一、距离的便利性

二、即时的便利性

三、时间的便利性

四、服务的便利性

第二章 2021-2026年零售及新零售行业发展综述

第一节 零售和新零售行业概述

一、零售业基本介绍

二、新零售概念界定

三、新零售时代来临

四、零售与新零售对比

第二节 2021-2026年零售行业发展分析

一、零售行业发展变革

二、零售行业发展特点

三、社会消费品零售额

四、百强企业零售规模

五、零售行业发展业态

六、行业存在问题分析

七、行业发展策略建议

第三节 2021-2026年新零售行业发展状况

一、新零售的特点

二、技术基础分析

三、发展规模分析

四、发展效益成本

五、行业发展热点

六、重点细分市场

第四节 新零售行业发展措施建议

一、发挥大数据的作用

二、构建商业治理体系

三、建设农产品供应链

四、推动企业“走出去”

第三章 2021-2026年便利店行业发展综况

第一节 日本便利店行业发展状况

一、行业特点分析

二、行业销售规模

三、行业带动作用

四、主要品牌分析

五、行业传统困境

六、行业变革方向

第二节 美国便利店行业发展状况

一、行业发展概况

二、零售行业规模

三、行业发展状况

四、市场业务分析

五、行业营销技术

第三节 中国台湾便利店行业发展

一、行业发展特点

二、行业发展规模

三、o2o运营模式

第四章 2021-2026年中国便利店行业发展环境

第一节 经济环境

一、世界经济发展形势

二、中国宏观经济概况

三、服务行业运行状况

四、国内宏观经济展望

第二节 社会环境

一、人口结构分析

二、居民收入水平

三、居民消费水平

四、消费市场特征

五、移动支付普及

第三节 政策环境

- 一、零售行业相关政策
- 二、贸易流通发展规划
- 三、居民生活服务规划
- 四、供应链创新与应用
- 五、促进消费升级意见
- 六、区域配套扶持政策

第五章 2021-2026年中国便利店行业发展分析

第一节 2021-2026年便利店市场发展状况

- 一、营商环境分析
- 二、市场销售规模
- 三、门店经营状况
- 四、运营成本提升
- 五、资本引入计划
- 六、行业发展预期

第二节 中国便利店行业景气指数分析

- 一、便利店总体景气指数
- 二、便利店门店分项指数
- 三、便利店门店销售情况
- 四、便利店门店客户分析

第三节 中国便利店市场竞争状况分析

- 一、市场扩张态势

二、市场竞争态势

三、行业竞争格局

四、区域分布格局

五、零售企业布局

六、店铺加盟机制

第四节 中国便利店内部管理状况调研

一、便利店运营管理

二、企业数字化转型

三、便利店人才储备

四、便利店商品结构

第五节 外资便利店品牌在我国布局分布状况

一、京津地区

二、华东地区

三、川渝地区

四、珠三角地区

第六节 中国便利店发展存在的主要问题

一、盲目扩张问题

二、商品缺乏特色

三、物流配送不足

四、信息管理不善

第七节 中国便利店提升竞争力的策略分析

一、实行连锁经营

二、注重特色发展

三、建立高效物流

四、提升服务质量

第六章 中国无人便利店行业投资潜力分析

第一节 新零售推动便利店转型发展

一、无人零售产业链条

二、新零售便利店介绍

三、便利店时代的变革

四、便利店的转型升级

第二节 中国无人便利店市场引领新零售发展

一、消费流程介绍

二、发展模式演变

三、运营模式对比

四、市场发展规模

五、市场发展机遇

六、行业发展争议

第三节 国内外企业布局无人便利店发展动态

一、亚马逊无人便利店计划

二、7-11进军无人便利店

三、阿里布局无人便利店

四、京东智能无人便利店

五、缤果盒子无人便利店

六、苏宁无人店正式开业

第四节 中国无人便利店行业投资分析

一、行业投资背景

二、市场投资动态

三、行业危机显现

四、行业发展潜力

五、行业投资建议

第七章 中国便利店o2o模式应用发展分析

第一节 便利店o2o模式基本概述

一、便利店o2o内涵界定

二、便利店o2o发展概况

三、便利店o2o运行模式

第二节 便利店o2o主要模式发展分析

一、商圈o2o便利店

二、社区o2o便利店

三、校园o2o便利店

四、未来模式发展趋势

第三节 便利店o2o运行模式相关建议

一、实体超市主导模式

二、电商企业主导模式

三、物流公司主导模式

第四节 便利店o2o营销模式构建分析

- 一、构建形式简介
- 二、信息系统建设
- 三、全渠道销售协同
- 四、经营服务项目设置
- 五、企业营销策略研究

第八章 中国便利店行业消费者行为调查研究

第一节 中国零售业消费特征剖析

- 一、消费群体特征
- 二、消费偏好特征
- 三、消费内容特征
- 四、消费方式特征

第二节 中国便利店消费者的特性研究

- 一、研究目的和意义
- 二、研究方法分析
- 三、研究内容及结果
- 四、研究成果应用

第三节 中国便利店消费者行为分析

- 一、消费者需求增加
- 二、消费者偏好原因

第九章 中国便利店市场营销研究分析

第一节 中国便利店市场营销策略

- 一、商品策略

二、渠道策略

三、价格策略

第二节 加油站便利店营销策略分析

一、品牌策略

二、商品策略

三、价格策略

四、促销策略

第三节 中国便利店营销核心竞争力探究

一、财务角度分析

二、能力提升方式

三、抢占市场要素

第十章 便利店行业商业案例——7-11经营模式解析

第一节 7-11便利店基本概况

一、企业起源介绍

二、控股集团业务

三、企业发展地位

四、企业经营状况

第二节 7-11便利店零售文化剖析

一、卖方社会阶段

二、买方社会阶段

三、价值共创经营

第三节 7-11便利店核心竞争力分析

一、供应端竞争优势

二、运营端创新模式

三、用户端服务升级

第十一章 2021-2026年中国便利店重点企业经营状况

第一节 上海福满家便利有限公司(全家)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、品牌发展优势

四、品牌经营理念

第二节 上海联华超市股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业效益分析

四、企业发展战略

第三节 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

一、企业发展概况

二、企业发展理念

三、企业经营状况

四、企业布局战略

第四节 上海罗森便利有限公司

一、企业发展概况

二、企业发展理念

三、企业布局历程

四、企业发展战略

第五节 永辉超市股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、企业业务布局

六、未来前景展望

第六节 成都红旗连锁股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、企业业务布局

七、未来前景展望

第十二章 2026-2031年中国便利店行业发展前景及趋势预测

第一节 中国零售行业未来发展趋势

一、商业结构调整优化

二、发展方式创新协同

三、跨界融合持续促进

四、市场环境不断完善

第二节 中国便利店行业未来发展趋势

一、全渠道整合

二、媒体营销趋势

三、品牌扩张态势

四、增值服务增多

五、分群促销方式

第三节 中国便利店行业发展前景分析

一、行业数字化赋能

二、便利店价值提升

三、便利店发展潜力

四、便利店业态融合

第四节 2026-2031年中国便利店行业预测分析

一、2026-2031年中国便利店行业影响因素分析

二、2026-2031年中国便利店行业销售额预测

图表目录

图表：线上线下融合趋势显著

图表：社会消费品零售总额、实体店零售额、网上实物零售额同比增速

图表：2021-2026年零售百强中7家电商销售情况

图表：部分百货企业发展的购物中心、便利店和其他业态

图表：融合后的新零售生态图

图表：新技术渗透新零售各个环节

图表：新零售坪效远高于传统门店

图表：无人零售的投入成本和运营成本

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：1541348

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20241210/1541348.shtml>

在线订购：[点击这里](#)