

2026-2031年中国食品零售行业全景调研及发展战略咨询报告

报告简介

食品零售是指将食品类商品直接销售给最终消费者，以满足其个人或家庭日常饮食需求的商业活动，其核心在于完成食品从生产端到消费端的最终交付，并围绕这一过程构建商品组合、服务体验与销售场景。从商品范围看，食品零售涵盖预包装食品(如包装糕点、卤味、乳制品)与散装食品(如称重的坚果、干货、糖果)，同时包含特殊食品(如保健食品、婴幼儿配方乳粉)及部分即食类商品(如现场制作的面包、熟食)。

在经营形态上，食品零售呈现多元化特征。传统业态包括超市、便利店、食杂店等有店铺零售，其中超市以“一站式采购”为核心，商品结构覆盖生鲜、粮油、日用品等全品类;便利店则聚焦便利性，提供24小时服务与即时性商品(如关东煮、热饮);食杂店多位于社区周边，以香烟、饮料、休闲零食为主，满足居民日常补货需求。新兴业态则融合数字技术，如无人售货机通过智能设备实现24小时自动售卖，网络零售借助电商平台打破地域限制，直播电商通过主播互动激发消费欲望，社区团购以“预售+自提”模式降低物流成本。此外，部分业态还延伸出复合功能，例如面包房前店后厂，现场加工与销售一体化;三只松鼠投食店通过设置轻食区、周边产品区，将零食销售与品牌体验深度结合。

食品零售的价值不仅在于商品交易，更在于通过供应链优化、场景创新与数字化应用提升消费体验。例如，冷链技术保障生鲜食品品质，智能推荐系统实现个性化匹配，线上线下融合(O2O)模式让消费者既可到店选购，也能享受送货上门服务。随着消费升级，食品零售正从“商品中心”向“消费者中心”转型，通过健康化、便捷化、社交化的创新，持续满足日益多元化的饮食需求。

食品零售行业研究报告旨在从国家经济和产业发展的战略入手，分析食品零售未来的政策走向和监管体制的发展趋势，挖掘食品零售行业的市场潜力，基于重点细分市场领域的深度研究，提供对产业规模、产业结构、区域结构、市场竞争、产业盈利水平等多个角度市场变化的生动描绘，清晰发展方向。预测未来食品零售业务的市场前景，以帮助客户拨开政策迷雾，寻找食品零售行业的投资商机。报告在大量

的分析、预测的基础上，研究了食品零售行业今后的发展与投资策略，为食品零售企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

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刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合中道泰和公司对食品零售相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外食品零售行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要食品零售品牌的发展状况，以及未来中国食品零售行业将面临的机遇以及企业的应对策略。报告还分析了食品零售市场的竞争格局，行业的发展动向，并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是食品零售生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前食品零售行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。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 中国食品零售行业发展综述

第一节 行业定义与基本特征

- 一、食品零售行业的定义与范畴
- 二、食品零售行业的基本特征与运营模式
- 三、食品零售与其他相关行业的边界划分

第二节 行业发展历程回顾

- 一、2000-2010年：传统渠道主导阶段
- 二、2011-2020年：电商崛起与全渠道融合初期
- 三、2021-2025年：数字化转型加速与消费结构升级

第三节 报告研究方法数据来源说明

一、主要研究方法

二、核心数据来源

三、研究范围与限制条件说明

第二章 全球食品零售行业发展现状与趋势分析（2023-2025年）

第一节 全球食品零售市场总体规模与增长态势

一、2023-2025年全球食品零售市场规模(按美元计)

二、区域市场分布格局(北美、欧洲、亚太、拉美、中东非洲)

三、主要国家/地区发展特点(美国、德国、日本、韩国等)

第二节 全球食品零售业态演变趋势

一、大型商超收缩与社区零售兴起

二、生鲜电商与即时配送模式普及

三、可持续包装与低碳供应链成为新焦点

第三节 国际头部企业战略布局分析

一、沃尔玛公司(walmart inc.)

二、家乐福集团(carrefour sa)

三、阿尔迪集团(aldi group)

四、对中国的启示与借鉴

第三章 中国食品零售行业宏观环境分析（pest模型）

第一节 政策环境(p)

一、食品安全法及相关监管政策演进(2023-2025年更新)

二、“十四五”商贸流通规划对食品零售的指导方向

三、反垄断与平台经济治理对行业的影响

第二节 经济环境(e)

- 一、居民可支配收入与食品支出结构变化(2023-2025年)
- 二、城乡消费差距与下沉市场潜力
- 三、通胀与价格波动对零售定价策略的影响

第三节 社会环境(s)

- 一、健康饮食意识提升驱动品类结构调整
- 二、z世代与银发族消费行为差异分析
- 三、家庭小型化对包装规格与sku的影响

第四节 技术环境(t)

- 一、ai与大数据在选品与库存管理中的应用
- 二、无人零售与智能货架技术落地进展
- 三、区块链溯源系统在食品安全中的实践

第四章 中国食品零售行业市场容量与增长预测

第一节 市场规模历史数据(2023-2025年)

- 一、整体市场规模(按零售额，单位：亿元人民币)
- 二、线上与线下渠道占比变化
- 三、不同区域市场贡献度(华东、华南、华北、中西部等)

第二节 市场细分容量分析

- 一、按产品类型划分(生鲜、预包装食品、冷冻冷藏、休闲零食、粮油调味等)
- 二、按消费场景划分(家庭日常、即时餐饮、礼品馈赠、办公零食等)
- 三、按价格带划分(高端、中端、平价)

第三节 2026-2031年市场规模预测

- 一、复合年均增长率(cagr)测算依据
- 二、驱动因素与抑制因素综合评估
- 三、乐观/中性/悲观三种情景预测模型

第五章 中国食品零售行业产品分类与供应链体系

第一节 主要产品类别深度解析

- 一、生鲜类(果蔬、肉禽蛋、水产)
- 二、预包装食品(方便面、罐头、速食米饭等)
- 三、冷冻冷藏食品(速冻水饺、冰淇淋、预制菜等)
- 四、休闲食品(坚果、糖果、巧克力、膨化食品等)
- 五、粮油调味品(大米、食用油、酱油、醋等)

第二节 供应链结构与关键环节

- 一、上游：农产品基地、食品加工厂、品牌商
- 二、中游：仓储物流、冷链体系、分拣中心
- 三、下游：零售终端(商超、便利店、社区团购、电商平台)

第三节 冷链物流对食品零售的影响(2023-2025年)

- 一、冷链覆盖率与损耗率数据
- 二、国家冷链基础设施投资进展
- 三、预制菜爆发对冷链需求的拉动效应

第六章 中国食品零售行业渠道结构与业态创新

第一节 传统零售渠道现状(2023-2025年)

- 一、大型商超(大卖场、标准超市)
- 二、连锁便利店(24小时店、社区店)

三、农贸市场与夫妻老婆店

第二节 新兴零售渠道快速发展

- 一、社区团购(美团优选、多多买菜、淘菜菜)
- 二、直播电商与内容电商(抖音、快手、小红书)
- 三、即时零售(美团闪购、京东到家、饿了么)

第三节 全渠道融合趋势

- 一、o2o模式成熟度评估
- 二、私域流量运营与会员体系构建
- 三、门店数字化改造案例分析(如永辉、盒马)

第七章 中国食品零售行业竞争格局与集中度分析

第一节 市场竞争主体分类

- 一、全国性连锁零售企业
- 二、区域性龙头零售商
- 三、互联网平台型零售企业
- 四、外资零售企业在华布局

第二节 行业集中度指标(cr4、cr10)

- 一、2023-2025年cr值变化趋势
- 二、不同细分品类集中度差异(如生鲜 vs 零食)
- 三、并购整合对集中度的推动作用

第三节 竞争策略分析

- 一、价格战与促销常态化
- 二、自有品牌开发战略

三、差异化定位(高端 vs 平价 vs 健康)

第八章 中国食品零售行业领先企业分析

第一节 永辉超市股份有限公司

- 一、企业概况与主营业务
- 二、2023-2025年营收、净利润、门店数量变化
- 三、供应链与数字化转型进展
- 四、2026-2031年战略规划

第二节 高鑫零售有限公司

- 一、企业概况与主营业务
- 二、2023-2025年大润发与欧尚整合成效
- 三、阿里赋能下的全渠道布局
- 四、未来增长瓶颈与突破路径

第三节 家家悦集团股份有限公司

- 一、企业概况与区域优势(山东、东北)
- 二、2023-2025年生鲜供应链能力评估
- 三、自有品牌占比与毛利水平
- 四、扩张战略与风险控制

第四节 中百控股集团股份有限公司

- 一、企业概况与湖北市场地位
- 二、2023-2025年社区团购应对策略
- 三、国企改革对经营效率的影响
- 四、2026-2031年转型方向

第五节 步步高商业连锁股份有限公司

一、企业概况与湖南、广西布局

二、2023-2025年债务重组与业务聚焦

三、胖东来合作带来的运营改善

四、可持续发展路径

第六节 人人乐连锁商业集团股份有限公司

一、企业概况与西北、华南市场

二、2023-2025年扭亏为盈措施

三、数字化门店改造进展

四、未来资本运作可能性

第七节 华润万家有限公司

一、企业概况与华润集团背景

二、2023-2025年门店优化与高端化尝试

三、供应链协同与成本控制

四、2026-2031年全国扩张计划

第八节 物美科技集团有限公司

一、企业概况与多点dmall平台

二、2023-2025年麦德龙中国整合成果

三、数字化零售解决方案输出能力

四、国际化与资本化前景

第九节 盒马(上海)网络科技有限公司

一、企业概况与阿里巴巴生态

二、2023-2025年门店类型多元化

三、自营商品占比与用户复购率

四、盈利模型验证与扩张节奏

第十节 苏宁易购集团股份有限公司(含家乐福中国业务)

一、企业概况与零售+金融+物流生态

二、2023-2025年家乐福中国扭亏进展

三、线上线下协同能力评估

四、2026-2031年聚焦核心城市战略

第九章 下游消费行为与需求结构分析

第一节 消费者画像与购买决策因素

一、年龄、收入、地域维度交叉分析

二、价格敏感度 vs 品质偏好

三、信息获取渠道(社交媒体、kol、app推送)

第二节 消费场景变迁

一、家庭厨房回归 vs 外卖减少

二、一人食与小份装需求上升

三、节日礼赠市场结构性变化

第三节 健康与功能性食品需求增长

一、低糖、低脂、高蛋白产品热销

二、有机、绿色、地理标志产品溢价能力

三、功能性零食(益生菌、胶原蛋白等)市场教育进展

第十章 行业技术发展趋势与数字化转型

第一节 零售科技应用现状(2023-2025年)

- 一、智能收银与自助结账普及率
- 二、电子价签与动态定价系统
- 三、ai选品与需求预测模型

第二节 数据中台与用户运营

- 一、会员数据资产化程度
- 二、ltv(用户生命周期价值)提升策略
- 三、私域社群与复购率关联分析

第三节 未来五年技术投入重点方向(2026-2031年)

- 一、自动化仓储与机器人分拣
- 二、ar/vr虚拟试吃与购物体验
- 三、碳足迹追踪与esg信息披露系统

第十一章 行业政策法规与监管环境展望

第一节 食品安全监管体系强化

- 一、2023-2025年重大食品安全事件回顾
- 二、抽检合格率与处罚力度变化
- 三、《食品生产经营监督检查管理办法》实施效果

第二节 反垄断与平台责任

- 一、社区团购“九不得”规定执行情况
- 二、电商平台“二选一”整治成效
- 三、公平竞争审查制度对中小零售商保护

第三节 esg与可持续发展政策导向

- 一、限塑令升级对包装成本影响
- 二、绿色商场认证标准推广
- 三、碳达峰目标下物流减排要求

第十二章 区域市场发展格局与机会分析

第一节 东部沿海地区(长三角、珠三角、京津冀)

- 一、高消费力与高竞争并存
- 二、新零售试点城市政策红利
- 三、外资品牌与本土品牌博弈

第二节 中部与成渝地区

- 一、人口回流带动消费增长
- 二、武汉、郑州、成都零售枢纽地位
- 三、冷链物流节点城市建设机遇

第三节 西北与东北地区

- 一、市场渗透率低但潜力大
- 二、特色农产品上行通道构建
- 三、国企改革释放零售活力

第十三章 行业投资热点与资本运作分析

第一节 2023-2025年投融资事件回顾

- 一、社区团购融资降温
- 二、预制菜供应链企业受资本青睐
- 三、无人零售技术公司退出潮

第二节 上市公司估值与市值表现

- 一、食品零售板块pe/pb水平对比
- 二、高增长企业与价值型企业分化
- 三、港股与a股市场流动性差异

第三节 2026-2031年潜在投资方向

- 一、县域下沉市场连锁化机会
- 二、跨境食品零售(进口商品专营)
- 三、老年食品与银发经济配套零售

第十四章 行业风险与挑战分析

第一节 宏观经济波动风险

- 一、消费信心指数下滑对非必需食品影响
- 二、房地产下行对社区商业租金压力

第二节 供应链安全风险

- 一、极端天气对农产品供应冲击
- 二、国际地缘冲突对进口食品成本影响
- 三、冷链断链导致的质量事故

第三节 技术与数据安全风险

- 一、用户隐私泄露事件频发
- 二、系统宕机对即时零售履约影响
- 三、ai算法偏见引发的选品失衡

第十五章 2026-2031年中国食品零售行业发展战略建议

第一节 企业层面战略路径

- 一、聚焦核心品类打造差异化竞争力

二、构建柔性供应链应对不确定性

三、深化会员运营提升ltv

第二节 渠道层面优化方向

一、关闭低效门店，优化网点密度

二、发展“店仓一体”提升履约效率

三、探索跨界合作(如药店+食品、加油站+便利店)

第三节 政策与行业协会建议

一、推动零售行业标准化体系建设

二、设立食品零售数字化转型专项基金

三、加强中小零售商数字化培训支持

第十六章 结论与展望

第一节 核心研究结论总结

第二节 对2030年行业格局的前瞻性判断

第三节 研究局限性与后续跟踪建议

图表目录

图表：2023-2025年全球食品零售市场规模(亿美元)

图表：2023-2025年全球食品零售区域市场份额(%)

图表：2023-2025年中国食品零售行业市场规模(亿元)

图表：2023-2025年中国食品零售线上/线下渠道占比(%)

图表：2023-2025年中国食品零售华东/华南/华北/中西部区域贡献率(%)

图表：2023-2025年中国生鲜食品零售市场规模(亿元)

图表：2023-2025年中国预包装食品零售市场规模(亿元)

图表：2023-2025年中国冷冻冷藏食品零售市场规模(亿元)

图表：2023-2025年中国休闲食品零售市场规模(亿元)

图表：2023-2025年中国粮油调味品零售市场规模(亿元)

图表：2023-2025年中国社区团购gmv(亿元)

图表：2023-2025年中国即时零售食品订单量(亿单)

图表：2023-2025年中国直播电商食品销售额(亿元)

图表：2023-2025年食品零售行业cr4集中度(%)

图表：2023-2025年食品零售行业cr10集中度(%)

图表：2023-2025年永辉超市股份有限公司营业收入(亿元)

图表：2023-2025年永辉超市股份有限公司净利润(亿元)

图表：2023-2025年高鑫零售有限公司营业收入(亿元)

图表：2023-2025年高鑫零售有限公司门店数量(家)

图表：2023-2025年家家悦集团股份有限公司生鲜销售占比(%)

图表：2023-2025年中百控股集团股份有限公司毛利率(%)

图表：2023-2025年步步高商业连锁股份有限公司资产负债率(%)

图表：2023-2025年人人乐连锁商业集团股份有限公司门店坪效(元/□)

图表：2023-2025年华润万家有限公司高端门店(olé/blt)数量(家)

图表：2023-2025年物美科技集团有限公司数字化门店占比(%)

图表：2023-2025年盒马(上海)网络科技有限公司用户数(万人)

图表：2023-2025年苏宁易购集团股份有限公司家乐福中国ebitda(亿元)

图表：2023-2025年中国消费者食品购买渠道偏好(%)

图表：2023-2025年中国z世代食品消费支出占比(%)

图表：2023-2025年中国银发族健康食品购买频率(次/月)

图表：2023-2025年中国冷链食品零售渗透率(%)

图表：2023-2025年中国食品零售行业平均库存周转天数(天)

图表：2023-2025年中国食品零售行业人工成本占比(%)

图表：2023-2025年中国食品零售行业租金成本占比(%)

图表：2026-2031年中国食品零售行业市场规模预测(亿元，中性情景)

图表：2026-2031年中国食品零售线上渠道占比预测(%)

图表：2026-2031年中国生鲜食品零售市场规模预测(亿元)

图表：2026-2031年中国预制菜零售市场规模预测(亿元)

图表：2026-2031年中国社区团购食品gmv预测(亿元)

图表：2026-2031年中国即时零售食品订单量预测(亿单)

图表：2026-2031年食品零售行业cr10集中度预测(%)

图表：2026-2031年永辉超市股份有限公司门店数量预测(家)

图表：2026-2031年高鑫零售有限公司数字化投入占比预测(%)

图表：2026-2031年家家悦集团股份有限公司省外扩张速度预测(家/年)

图表：2026-2031年盒马(上海)网络科技有限公司盈亏平衡点预测

图表：2026-2031年中国食品零售行业冷链覆盖率预测(%)

图表：2026-2031年中国食品零售行业自有品牌销售占比预测(%)

图表：2026-2031年中国食品零售行业会员复购率预测(%)

图表：2023-2025年食品零售行业消费者满意度指数(csi)

图表：2023-2025年食品零售行业esg评级分布(家)

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：4064980

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4064980.shtml>

在线订购：[点击这里](#)