

2026-2031年中国便利店行业分析及发展趋势预测报告

报告简介

便利店，英文简称CVS(Convenience

Store)，是一种以自选销售为主，销售小容量应急性的食品、日常生活用品和提供商品性服务，满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。便利店最早起源于美国，是在20世纪40年代末期作为超市的补充形式而诞生一种零售业态。

随着资本的涌入，便利店市场开始提速发展，背靠资本使得一些便利店品牌不再由于缺乏资金而束手束脚，全国化布局开始成为可能。2019年中国便利店门店数量达到13.2万家，门店增速有所放缓，石油系及美宜佳在数量上遥遥领先;2019年中国便利店实现销售额2556亿元，行业规模增长，但增速放缓。2020年便利店行业景气指数为62.87，虽高于荣枯线50.0，但低于2019年67.08，为三年中最低(2018年为63.8、，2019年为67.08)。新冠肺炎疫情对于便利店行业的整体发展产生了较大的影响，同时影响到了行业中的各个方面。

从数据上看，便利店增长速度远超零售业态整体。2018年，零售百强销售增长、门店增长分别是7.7%和9.1%，其中，便利店百强销售额平均增长、门店增长达21.1%和18%。另外一方面，政策的扶植助力，加上资本的追逐，让这个行业始终处于风口浪尖之中。中国便利店的发展还有很大的空间，真正的黄金期应该在2021-

2022年。2020年4月，罗森正式宣布进军河北，开始了京津冀一体化布局，将进一步提高物流配送与门店拓展效率，进一步密集布点。2019-

2020年3月中国便利店行业投融资事件主要以本地生活为主。便利店行业投融资有利于推动行业创新发展。

2020年春节前夕，新冠疫情的爆发，使得新零售行业再度沸腾，成了大众关注的焦点。盒马鲜生、叮咚买菜、美团买菜、京东到家、每日优鲜等一些主打生鲜产品的新零售平台，在疫情期间订单量爆表，甚

至一度出现了运力超载的现象。相较于大部分传统零售商，防疫期间的生鲜新零售们，展现出了强大的活力。

2020年8月，7-11便利店母公司Seven & i

Holdings将斥资210亿美元收购美国最大的石油公司Marathon旗下的便利店业务Speedway。

2020年1月20日，商务部官网发布《关于推动品牌连锁便利店加快发展的指导意见》(以下简称《意见》)，《意见》提出，要健全城市公共服务基础设施，织密便民消费网格，优化便利店营商环境，推动便利店品牌化、连锁化、智能化发展，更好地发挥便利店服务民生和促进消费的重要作用。2020年4月30日商务部印发《关于加快推动品牌连锁便利店发展工作的通知》，要进一步提高认识，在严格落实防控措施的前提下推动便利店全面复工营业。2020年8月11日，商务部办公厅印发《关于开展便利店品牌化连锁化三年行动的通知》，拟在全国范围开展三年行动。加快网点布局，推动数字化改造，建立智慧供应链，全面推进便利店品牌化连锁化发展，力争到2022年，全国品牌连锁便利店门店总量达到30万家。区域政策方面，2020年11月，陕西省商务厅会同省委宣传部、省发改委、省工信厅等18个部门联合下发《关于促进品牌连锁便利店发展的若干措施》，文件指出要进一步提升城市消费，更好满足居民便利消费、品质消费。

2020年3月，全时便利店正在推进电商计划，2020年将重点开辟电商业务，还将尝试引入前置仓模式。

对于便利店来说，疫情电商到家的服务需求的同时，面对激烈的市场竞争和未知的商业模式，等待全时便利店的还将是全方位的挑战。

随着便利店行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的便利店企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。中道泰和利用多种独创的信息处理技术，对便利店行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递，为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务，最大限度地降低客户投资风险与经营成本，把握投资机遇，提高企业竞争力。

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、国内外相关报刊杂志的基础信息、行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国便利店市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了便利店企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对便利店市场风险进行了预测，为便利店生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在便利店行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国便利店行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 便利店行业发展概述

第一节 行业概述

一、便利店的定义

二、便利店的分类

三、便利店的特征

四、零售业准入条件

五、零售业业态划分标准和发展规律

第二节 行业特征分析

一、行业基本特点

二、行业分类

六、行业生命周期分析

第三节 便利店行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

第四节 便利店选址分析

一、便利店店址选择原则

二、交通条件与店址选择

三、客流规律与店址选择

四、竞争店铺与店址选择

五、地形特点与店址选择

六、城市规划与店址选择

第二章 2021-2026年中国便利店行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

三、十三五国内经济形势预测

四、宏观经济对产业影响分析

第二节 便利店行业政策环境分析

一、便利店行业的管理体制

二、便利店行业主要政策内容

1、扩大内需政策对便利店影响

2、零售业态分等定级制度扩大

3、外资便利店审核放权的影响

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节 便利店行业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

1、中国城乡居民消费支出情况

2、中国城镇居民消费特点分析

3、中国农村居民消费特点分析

七、社会环境对行业的影响分析

1、城市化进程拓宽农村市场

2、新农村建设孕育消费潜力

3、基础设施建设促行业发展

4、城市社区建设及发展分析

5、中国中产阶层正逐渐壮大

第四节 技术环境

一、主要生产技术分析

二、技术发展趋势分析

第三章 2021-2026年便利店行业总体发展状况

第一节 便利店行业概述

一、便利店行业发展历程

二、便利店行业发展条件

三、便利店经营成功要素

第二节 中国便利店行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第三节 中国便利店行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第四节 中国便利店行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五节 便利店行业产业链分析

一、便利店行业产业链简述

二、便利店行业产业链上游分析

三、便利店行业产业链下游分析

第四章 全球便利店行业运行状况分析

第一节 全球零售行业发展概况

一、国际零售业特点分析

二、跨国零售商海外模式

三、西方零售业态的理论

四、零售巨头的发展分析

第二节 国外便利店经营特点分析

一、连锁化程度较高

二、营销手段较丰富

三、信息技术先进化

四、服务功能综合化

五、发展日趋国际化

第三节 美国便利店发展分析

一、美国便利店行业发展历程

二、美国便利店行业发展概况

三、美国便利店行业运营模式

第四节 日本便利店发展分析

一、日本便利店发展概况

二、日本便利店现状分析

三、日本便利店发展特点

四、日便利店国际化战略

第五节 台湾便利店发展分析

一、台湾零售业发展综述

二、2021-2026年台湾便利店发展概况

三、台湾便利店发展特点

四、台湾便利店发展优势

第六节 英国便利店发展分析

一、英国零售业发展综述

二、英国便利店发展概况

三、英国便利店绿色计划

四、英国特易购发展剖析

第二部分 行业深度分析

第五章 2021-2026年便利店行业供需分析

第一节 中国便利店行业发展概况

一、中国便利店发展现状分析

二、中国便利店发展特点分析

三、中国主要便利店发展概况

四、外资便利店在华发展现状

五、2021-2026年中国连锁便利店50强企业排行榜

第二节 便利店市场现状分析及预测

一、2021-2026年我国便利店行业市场规模分析

二、2026-2031年我国便利店行业规模预测

第三节 中国便利店行业供求分析

一、中国便利店行业供给状况分析

二、中国便利店行业需求状况分析

三、中国便利店行业整体供求平衡分析

第四节 中国便利店行业市场规模分析

一、中国便利店总店数量统计

二、中国便利店门店规模统计

三、中国便利店销售规模统计

第五节 国内外便利店发展模式分析

一、总部赢利模式分析

二、规模扩张模式分析

三、总部服务模式分析

四、总部投资模式分析

五、商品采购模式分析

第六节 中国便利店发展问题及对策分析

一、中国便利店发展主要问题

二、连锁便利店发展问题分析

三、中国便利店发展策略分析

四、连锁便利店发展策略分析

第六章 中国加油站便利店发展分析

第一节 国外加油站便利店发展现状分析

一、欧洲加油站便利店管理特点

二、欧洲加油站便利店服务特色

三、部分国家加油站便利店概况

第二节 中国加油站便利店发展现状及发展对策

一、中国加油站便利店经营概况

二、中国加油站便利店发展问题

三、加油便利店本土化经营分析

四、加油站便利店发展对策分析

第三节 中国加油站便利店c营销策略分析

一、加油便利店消费者需求分析

二、加油便利店消费者愿付成本

三、加油便利店客户便利性策略

四、加油便利店消费者沟通策略

第四节 中国加油站便利店市场细分策略分析

一、城区加油站便利店营销策略

二、农村加油站便利店营销策略

三、高速路加油便利店营销策略

第三部分 市场全景调研

第七章 中国便利店行业营销策略分析

第一节 连锁便利店的一般营销策略剖析

一、统一品牌形象设计

二、商品的选择与配置

三、门店统一促销策略

四、商品配送策略分析

第二节 中国便利店商品定价策略分析

一、价格弹性定价策略

二、价值导向定价策略

三、服务差别定价策略

四、商品模糊定价策略

五、价格分割定价策略

第三节 中国便利店的产品策略分析

一、提高门店商品陈列利用率

二、正确进行商品类型的选择

三、避免货架存在大面积空位

四、便利店商品定位策略分析

第四节 中国便利店的分销策略分析

一、便利店分销渠道策略分析

二、建立统一的网络配送系统

三、加快商品周转以减少库存

四、完善信息系统以合理配送

第八章 便利店行业区域市场分析

第一节 华东地区便利店行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第二节 华北地区便利店行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 东北地区便利店行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 华中地区便利店行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华南地区便利店行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 西北地区便利店行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西南地区便利店行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

第八节 重点省市发展分析

一、深圳

1、便利店宏观经济环境分析

2、消费品零售额分析

3、便利店行业发展概况

4、发展策略

二、北京

1、便利店宏观经济环境分析

2、消费品零售额分析

3、便利店行业发展概况

4、发展策略

三、上海

1、便利店宏观经济环境分析

2、消费品零售额分析

3、便利店行业发展概况

4、发展策略

第四部分 竞争格局分析

第九章 2026-2031年便利店行业竞争形势及策略

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、便利店行业企业间竞争格局分析

三、便利店行业集中度分析

四、便利店行业swot分析

第二节 中国便利店行业竞争格局综述

一、便利店行业竞争概况

二、中国便利店行业竞争力分析

三、中国便利店竞争力优势分析

四、便利店行业主要企业竞争力分析

第三节 便利店市场竞争格局总结

一、提高便利店企业竞争力的有力措施

二、提高便利店企业竞争力的几点建议

三、便利店提高核心竞争力的建议

第四节 中国便利店企业竞争策略分析

一、门店开发拓展策略

二、信息化建设及管理

三、电子商务应用策略

四、品牌的培育和管理

五、人力资源管理策略

六、企业文化建设策略

第十章 中国便利店竞争行业发展分析

第一节 中国百货业发展分析

一、连锁百货门店规模统计

二、连锁百货销售规模统计

三、连锁百货企业排名情况

四、本土百货发展优势分析

五、百货行业经营模式分析

六、中国百货业跨界商发展

七、百货业布局二三线城市

第二节 中国超市业发展分析

一、中国连锁超市发展概述

二、中国超市业态发展规模

三、中国连锁超市企业排名

四、外资超市在华扩张情况

五、本土超市营销战略分析

六、中国本土仓储式超市动态

七、超市消费者购买行为分析

第三节 中国购物中心发展分析

一、世界购物中心分类情况分析

二、中国购物中心类型形态界定

三、中国购物中心发展阶段分析

四、中国购物中心发展规模分析

五、中国购物中心发展指数分析

六、中国购物中心开发投资情况

七、中国购物中心发展策略分析

八、购物中心未来发展前景分析

第四节 中国仓储式商场发展分析

一、仓储式商场发展历史浅析

二、仓储式商场营销特点分析

三、中国仓储式商场存在的问题

四、发展仓储式商场的对策建议

第五节 中国网上便利店发展分析

一、网上便利店市场规模

二、网上便利店发展特点

三、网上便利店发展前景分析

第十一章 便利店行业相关企业经营形势分析

第一节 中国石化销售有限公司

一、易捷便利店基本概况

二、易捷便利店配送系统

三、易捷便利店经营特色

四、易捷便利店经营分析

第二节 中国石油销售公司

一、昆仑好客便利店基本情况

二、昆仑好客便利店规模分析

三、昆仑好客便利店经营分析

四、昆仑好客便利店经营特点分析

第三节 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司

一、美宜佳基本情况分析

二、美宜家经营情况分析

三、美宜家物流中心概况

四、美宜家营销模式分析

第四节 广东天福连锁商业有限公司

一、天福便利店基本情况

二、天福便利店发展历程

三、天福便利店服务类型

四、天福便利店资质能力

第五节 广州供销超市有限公司

一、供销便利和家连便利基本情况

二、供销便利和家连便利经营特色

三、供销便利和家连便利店运营分析

第六节 7-eleven便利店

一、7-eleven便利店基本概况

二、7-eleven便利店配送系统

三、7-eleven便利店经营特色

四、7-eleven便利店经营分析

五、7-eleven便利店在华布局

第七节 上海联华快客便利有限公司

一、快客便利店基本情况

二、快客便利店发展概况

三、快客便利店经营情况

四、快客便利店经营策略

第八节 广东上好便利店有限公司

一、上好便利店基本情况

二、上好便利店加盟概述

三、上好便利店经营分析

四、上好便利店营销模式

第九节 农工商超市(集团)有限公司

一、农工商便利店基本情况

二、农工商便利店规模分析

三、农工商便利店发展历程

四、农工商便利店经营分析

五、好德便利店经营特点分析

六、可的便利店数据系统概况

第十节 浙江十足商贸有限公司

一、浙江十足便利店基本情况

二、浙江十足便利店发展概况

三、浙江十足便利店发展策略

四、之上便利店发展特点分析

第十一节 成都红旗连锁股份有限公司

一、红旗连锁便利店基本情况

二、红旗连锁便利店发展概况

三、红旗连锁便利店经营分析

第十二节 山西省太原唐久便利店

一、唐久便利店基本情况

二、唐久便利店经营情况

三、唐久便利店物流中心

第十三节 华润苏果便利超市有限公司

一、苏果便利店基本情况

二、苏果便利店网点分布

三、苏果便利店经营情况

第十四节 全家便利店

一、全家便利店基本情况

二、全家便利店发展概况

三、全家便利店经营分析

第十五节 深圳市万店通商贸有限公司

一、万店通便利店基本情况

二、万店通便利店组织架构

三、万店通便利店发展历程

四、万店通便利店加盟概述

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年便利店行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年便利店市场发展前景

一、中国商业发展热点预测

二、中国零售行业发展趋势

三、中国消费市场发展方向

四、中国商业发展目标分析

第二节 2026-2031年便利店市场发展趋势预测

一、2026-2031年社会消费品零售额预测

二、2026-2031年零售行业商品零售额预测

三、2026-2031年连锁零售商品零售额预测

第三节 中国便利店的发展趋势与前景分析

一、中国便利店的发展趋势分析

二、中国便利店的发展方向分析

三、第五代便利店发展前景分析

四、中国加油站便利店发展前景

五、中国便利店的发展前景分析

第四节 2026-2031年中国便利店行业发展预测

一、中国便利店市场竞争预测

二、中国便利店发展规模预测

三、中国便利店销售规模预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、影响企业销售与服务方式的关键趋势

二、影响企业融资渠道的关键因素

第十三章 2026-2031年便利店行业投资机会与风险防范

第一节 便利店行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、便利店行业投资现状分析

第二节 便利店行业投资机会分析

一、便利店的投资环境分析

二、投资便利店的主要条件

三、便利店投资效益的估算

第三节 2026-2031年中国便利店行业发展预测分析

一、未来便利店发展分析

二、未来便利店行业技术开发方向

第四节 2026-2031年便利店行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、竞争风险及防范

三、供求风险及防范

四、物流配送风险及防范

第六部分 发展战略研究

第十四章 便利店行业发展战略研究

第一节 便利店行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国便利店品牌的战略思考

一、便利店品牌的重要性

二、便利店实施品牌战略的意义

三、便利店企业品牌的现状分析

四、我国便利店企业的品牌战略

五、便利店品牌战略管理的策略

六、国内外便利店品牌对比及策略建议

第三节 便利店经营策略分析

一、便利店市场细分策略

二、便利店市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、便利店新产品差异化战略

第四节 便利店行业投资战略研究

一、2026-2031年便利店行业投资战略

二、2026-2031年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 便利店行业研究结论及建议

第二节 便利店子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和便利店行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：便利店与超市的区别

图表：跨国零售业进入模式

图表：跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素

图表：日本便利店在海外的店铺分布

图表：日本便利店首次进入海外部分市场情况

图表：罗森便利店与联华便利店的加盟店条件之比较

图表：2021-2026年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表：2021-2026年中国人均国内生产总值变化趋势图

图表：2021-2026年中国全部工业增加值及增长速度趋势图

图表：2021-2026年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2021-2026年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度

图表：2021-2026年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表：2021-2026年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表：2021-2026年农村居民纯收入及增长情况统计

图表：2021-2026年中国货物进出口总额及其增长速度

图表：2021-2026年中国进出口总额增长趋势图

图表：2021-2026年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图

图表：2021-2026年农村居民人均消费性支出及增长趋势图

图表：中国便利店行业的主要法律法规列表

图表：2021-2026年中国城市化进程走势图

图表：2021-2026年城镇居民与农村居民人均消费支出比较情况

图表：2021-2026年中国各类运输线路长度统计

图表：2021-2026年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图

图表：2021-2026年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表：2021-2026年社会消费品零售总额主要数据

图表：2021-2026年社会消费品零售总额主要数据

图表：2021-2026年中国居民消费价格月度涨跌情况

图表：2021-2026年中国居民消费价格同比涨跌幅度情况

图表：2021-2026年中国居民消费价格同比涨跌情况

图表：2026-2031年社会消费品零售额预测

图表：2026-2031年零售行业商品零售额预测

图表：2026-2031年连锁零售商品零售额预测

图表：2026-2031年中国便利店发展规模预测

图表：2026-2031年中国便利店销售规模预测

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：3645

本文地址：<https://www.51baogao.cn/lingshou/bianlidian.shtml>

在线订购：[点击这里](#)