

中国便利店行业现状深度分析与发展趋势研究报告 (2022-2029年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国便利店行业现状深度分析与发展趋势研究报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/570696.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

便利店行业的产业链的最上游为商品供应商，提供各类商品；次上游为配送中心，配送方式包括：批发商配送、集约化配送(配送中心)、共同配送。中游为门店，下游为消费者。

我国便利店产业链上游包括供应商、设备支持、技术支持、物流配送，其中供应商包括批发商和厂商品牌商，设备支持包括五金货架、展示柜、冰箱、收银机等，技术支持包括移动支付、生物识别、人机交互、库存管理等，物流配送包括批发商配送、配送中心、共同配送等。

根据数据显示，2019年我国社会物流总额达到298.0万亿元，截止至2020年1-12月我国社会物流总额达到300.1万亿元，同比增长3.5%。

2014-2020年我国社会物流总额及增速

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国便利店产业链上游代表企业包括海信集团有限公司、迪堡金融设备有限公司、澳柯玛股份有限公司、美的集团股份有限公司、杭州博乐展具有限公司、支付宝、银联、财付通、德邦，新邦，天地华宇等。

我国便利店行业产业链上游代表企业优势分析

类别	企业名称	优势分析	设备支持
海信集团有限公司	技术优势	海信是国家首批技术创新示范企业，国家创新体系企业研发中心试点单位，中宣部、国务院国资委和中宣部共同推举的全国十大国企典型，两获“全国质量奖”的企业，拥有国家级企业技术中心、国家级博士后科研工作站、国家863成果产业化基地、国家火炬计划软件产业基地、数字多媒体技术国家重点实验室。技术立企是海信一直秉承的理念。海信研发系统遍布全球，除了青岛市的研发中心总部外，在上海、武汉、顺德、深圳等地设有研发机构，在美国、加拿大、德国等区域也设有海外研发中心	

澳柯玛股份有限公司技术优势：获得“国家级企业技术中心成就奖”，“国家重点新产品”、“国家火炬计划高新技术企业”等奖项，累计申请专利1200余项，参与10余项国家标准的制定及修订工作。美的集团股份有限公司资产优势：2019年9月1日，2019中国战略性新兴产业领军企业100强榜单在济南发布，美的集团股份有限公司排名第55位。[1] 2019中国制造业企业500强榜单排名第23位。2020中国民营企业500强榜单发布，美的集团股份有限公司位列第12名，营业收入27938050万元；位列“2020中国制造业民营企业500强”第6位。

杭州博乐展具有限公司 公司经营范围包括：展柜生产、加工；室内外装饰工程施工、建筑工程施工；销售：商业展柜，装饰材料，建筑材料，家具；展具研发、设计等。 技术支持

支付宝(中国)网络技术有限公司 用户规模优势：2014年，支付宝实名用户超过3亿，支付宝钱包活跃用户超过2.7亿，单日手机支付量超过4500万笔，超过2013年11.11创造的单日手机支付4518万笔的全球峰值纪录。2019年6月，支付宝及其本地钱包合作伙伴已经服务超12亿的全球用户。 中国银联 企业优势：作为中国的银行卡联合组织，中国银联处于我国银行

卡产业的核心和枢纽地位，对我国银行卡产业发展发挥着基础性作用，各银行通过银联跨行交易清算系统，实现了系统间的互联互通，进而使银行卡得以跨银行、跨地区和跨境使用。在建设和运营银联跨行交易清算系统、实现银行卡联网通用的基础上，中国银联积极联合商业银行等产业各方推广统一的银联卡标准规范，创建银行卡自主品牌；推动银行卡的发展和应用；维护银行卡受理市场秩序，防范银行卡风险。通过银联跨行交易清算系统，实现商业银行系统间的互联互通和资源共享，保证银行卡跨行、跨地区和跨境的使用。

财付通 产品优势：财付通通过了中国国家信息安全测评认证中心的安全认证，成为国内首家经权威机构认证的电子支付平台，同时，这也标志着中国电子支付行业在人们最关心的安全方面开始走向标准化、规范化。中国国家信息安全评测认证中心按照严格的认证程序，对财付通支付系统进行了全面审查，最终授予其一级安全认证资格。

物流配送 德邦 产品服务优势：始终紧随客户需求而持续创新，坚持自营门店与事业合伙人相结合的网络拓展模式，搭建优选线路，以优化运力成本，为客户提供快速高效、便捷及时、安全可靠的服务。截至2018年3月，公司网点近10000家，服务网络覆盖全国34个省级行政区，全国转运中心总面积超过124万平米。

天地华宇 企业优势：天地华宇物流有限公司为国家首批“AAAAA”级资质的物流企业，全球领先的国际快递公司在华全资子公司。天地华宇物流1995年成立于广州，总部设在上海；天地华宇拥有15,000多名员工，3000余台运输车辆，逾60万平方米仓储面积。在全国31个省、市、自治区下设56家一级公司.1500个营业网点，其1200条运输干线覆盖全国500多个城市。

供应商 杭州娃哈哈集团有限公司 杭州娃哈哈集团有限公司创建于1987年，为中国最大，全球第五的食品饮料生产企业。在销售收入、利润、利税等指标上已连续11年位居中国饮料行业首位，成为目前中国最大、效益最好、最具发展潜力的食品饮料企业。

康师傅控股有限公司 产品优势：主要从事方便面、饮品、糕饼以及相关配套产业的生产和经营。康师傅自1992年研发生产出第一包方便面后，迅速成长为国内乃至全球最大的方便面生产销售企业。1995年起陆续扩大产品范围至糕饼及饮品，先后在中国四十余个城市设立了生产基地。

资料来源：观研天下整理

我国便利店产业链下游主要面对的是终端用户，我国便利店分为传统型便利店以及加油站型便利店，终端用户也将分为两类居民用户和过路用户（散客）。根据数据显示，2018年，我国便利店行业市场渗透率达到11438人/店，2019年我国便利店行业市场渗透率达到10407人/店。

2015-2019年我国便利店行业市场渗透率变化情况

数据来源：观研天下整理

我国便利店行业产业链中游包括门店。现阶段，我国连锁便利店门店数量扩张迅速。根据数据显示，2020年我国便利店门店规模达到19.3万家，其中传统便利店14.4万家，增速约9%，基本维持2019年水平，规模门店增速放缓，其余门店贡献更高增速。

2015-2020年我国品牌连锁便利店门店数量及增速

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国便利店行业产业链中游主要连锁品牌包括易捷、昆仑好客、美宜佳、天福等。
(TJL)

我国便利店行业产业链中游代表品牌优势分析

品牌名称	优势分析
易捷	规模优势：根据中国连锁经营协会发布的2020年中国便利店TOP100榜单，易捷门店数量2.76万家，是中国数量最多的连锁便利店品牌。2020年品牌价值达到161.33亿元，位于零售行业前列。
昆仑好客	服务优势：加油站便利店要不断丰富销售品种，向超市、油站、餐饮甚至银行或药店为一体的“一站式购物场所”发展。为顾客提供尽可能多的便利，如停车、卫生间等服务。为顾客提供越来越多的服务功能，如ATM机、自助缴费、洗车服务、汽车穿梭窗口服务等。
美宜佳	产品升级优势：美宜佳“生活服务中心”的市场定位进一步深化，商品的品类更注重家庭消费，便利性的商品更加丰富，增值服务项目更加多样化，支付宝、E票联、E-POS、彩票、公交充值、EMS快递、拉卡拉、目录预购等服务，深受广大消费者的欢迎，大大地提升了门店的竞争力。
天福	产品优势：天福旗下农家绿园的农鲜网上线，推行“农业基地+实体连锁店+网上电子商城”的O2O模式。2014年8月，天福入股菜虫网，投资3000万元，持股菜虫网35%股权，双方合作试水社区O2O。号称在珠三角2300多家天福便利店里，都能看到菜虫网的LOGO及二维码；天福实体店同时作为菜虫网服务点，提升客户消费体验。
苏宁小店	主打生鲜果蔬：苏宁小店不同于其他便利店的方面是在于加大了生鲜果蔬的占比，使消费者在家门口就可以买到生鲜果蔬。在苏宁小店内，生鲜果蔬的占比可以达到总SKU的30%使顾客不必再去商超和农贸市场可在选购生鲜果蔬。
全家	产品优势：除了一般便利店提供的饮料，烟酒和报纸杂志，全家自主生产的主要产品集中在意大利面、快餐、甜点和冷饮。食品以及饮料占了大约64%的销售额。对于一般的便利商店，顾客群大致是买饮料和香烟的人，但是对于全家，因为有这些冷藏食品的存在，又产生了另一批消费群体。服务优势：全家还提供多样的服务来辅助消费。举例来说，在日本的全家，首先，根据顾客忠诚项目，它免费提供积分卡，实行积分制提供优惠项目。这个积分制不单单只使用全家便利商店，它和其他65个公司实行联合积分制，是日本最大的联合积分系统之一。有3400万的消费者参与。09年的战略是针对系统所记录的消费信息，全家把目光投向了不经常使用积分卡的消费群体，出台了相应的策略来吸引消费者光顾便利店。其次，全家是率先实行刷卡消费的便利店之一；再次，全家店内提供多媒体终端机器，可以购买电子券和在线捐献服务，该服务是全家最新的一项服务；另外，在大约8200家便利店中，有将近7000家提供店内ATM取款机，方便顾客也同时吸引顾客光顾便利店；最后，顾客可以通过网上，电话，多媒体终端机器订购商品，以避免商品缺货的尴尬。为了能在当今快速发展的社会中保持它的竞争力，全家不断推出新服务的消费者。
罗森	产业规模优势：罗森在日本的规模仅次于日本7-ELEVEN便利店，迄2010年1月止全日本店数9527家。2019年1月18日，中国罗森门店达到2000家。

森是首家完成全日本展店工作的便利商店业者，近年来由于致力改革，在业界的评价甚高，股价甚至超越日本7-ELEVEN，一度蔚为话题。7-ELEVEN 品牌优势：日本7-11是有着先进物流系统的连锁便利店集团。7-11在美国成名之后，被日本的主要零售商伊藤洋华堂引入，日本7-11作为下属公司成立于1973年，后由台湾统一集团代理进入港台地区和中国大陆。便利店依靠的是小批量的频繁进货，只有利用先进的物流系统才有可能发展连锁便利店，因为它使小批量的频繁进货得以实现。

资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《中国便利店行业现状深度分析与发展趋势研究报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国便利店行业发展概述

第一节 便利店行业发展情况概述

一、便利店行业相关定义

二、便利店行业基本情况介绍

三、便利店行业发展特点分析

四、便利店行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、便利店行业需求主体分析

第二节 中国便利店行业生命周期分析

一、便利店行业生命周期理论概述

二、便利店行业所属的生命周期分析

第三节 便利店行业经济指标分析

一、便利店行业的赢利性分析

二、便利店行业的经济周期分析

三、便利店行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球便利店行业市场发展现状分析

第一节 全球便利店行业发展历程回顾

第二节 全球便利店行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲便利店行业地区市场分析

一、亚洲便利店行业市场现状分析

二、亚洲便利店行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲便利店行业市场前景分析

第四节 北美便利店行业地区市场分析

一、北美便利店行业市场现状分析

二、北美便利店行业市场规模与市场需求分析

三、北美便利店行业市场前景分析

第五节 欧洲便利店行业地区市场分析

一、欧洲便利店行业市场现状分析

二、欧洲便利店行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲便利店行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界便利店行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球便利店行业市场规模预测

第三章 中国便利店行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 我国宏观经济环境对便利店行业的影响分析

第三节 中国便利店行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对便利店行业的影响分析

第五节 中国便利店行业产业社会环境分析

第四章 中国便利店行业运行情况

第一节 中国便利店行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国便利店行业市场规模分析

一、影响中国便利店行业市场规模的因素

二、中国便利店行业市场规模

三、中国便利店行业市场规模解析

第三节 中国便利店行业供应情况分析

一、中国便利店行业供应规模

二、中国便利店行业供应特点

第四节 中国便利店行业需求情况分析

一、中国便利店行业需求规模

二、中国便利店行业需求特点

第五节 中国便利店行业供需平衡分析

第五章 中国便利店行业产业链和细分市场分析

第一节 中国便利店行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、便利店行业产业链图解

第二节 中国中国便利店行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对便利店行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对便利店行业的影响分析

第三节 我国便利店行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国便利店行业市场竞争分析

第一节 中国便利店行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节 中国便利店行业竞争现状分析

一、中国便利店行业竞争格局分析

二、中国便利店行业主要品牌分析

第三节 中国便利店行业集中度分析

一、中国便利店行业市场集中度影响因素分析

二、中国便利店行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国便利店行业模型分析

第一节 中国便利店行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国便利店行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国便利店行业SWOT分析结论

第三节 中国便利店行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国便利店行业需求特点与动态分析

第一节 中国便利店行业市场动态情况

第二节 中国便利店行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 便利店行业成本结构分析

第四节 便利店行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国便利店行业价格现状分析

第六节 中国便利店行业平均价格走势预测

一、中国便利店行业平均价格趋势分析

二、中国便利店行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国便利店行业所属行业运行数据监测

第一节 中国便利店行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国便利店行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国便利店行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2018-2022年中国便利店行业区域市场现状分析

第一节 中国便利店行业区域市场规模分析

影响便利店行业区域市场分布的因素

中国便利店行业区域市场分布

第二节 中国华东地区便利店行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区便利店行业市场分析
 - (1) 华东地区便利店行业市场规模
 - (2) 华东地区便利店行业市场现状
 - (3) 华东地区便利店行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区便利店行业市场分析
 - (1) 华中地区便利店行业市场规模
 - (2) 华中地区便利店行业市场现状
 - (3) 华中地区便利店行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区便利店行业市场分析
 - (1) 华南地区便利店行业市场规模
 - (2) 华南地区便利店行业市场现状
 - (3) 华南地区便利店行业市场规模预测

第五节 华北地区便利店行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区便利店行业市场分析
 - (1) 华北地区便利店行业市场规模
 - (2) 华北地区便利店行业市场现状
 - (3) 华北地区便利店行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区便利店行业市场分析
 - (1) 东北地区便利店行业市场规模
 - (2) 东北地区便利店行业市场现状

(3) 东北地区便利店行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区便利店行业市场分析

(1) 西南地区便利店行业市场规模

(2) 西南地区便利店行业市场现状

(3) 西南地区便利店行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区便利店行业市场分析

(1) 西北地区便利店行业市场规模

(2) 西北地区便利店行业市场现状

(3) 西北地区便利店行业市场规模预测

第十一章 便利店行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2022-2029年中国便利店行业发展前景分析与预测

第一节 中国便利店行业未来发展前景分析

一、便利店行业国内投资环境分析

二、中国便利店行业市场机会分析

三、中国便利店行业投资增速预测

第二节 中国便利店行业未来发展趋势预测

第三节 中国便利店行业规模发展预测

一、中国便利店行业市场规模预测

二、中国便利店行业市场规模增速预测

三、中国便利店行业产值规模预测

四、中国便利店行业产值增速预测

五、中国便利店行业供需情况预测

第四节 中国便利店行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国便利店行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国便利店行业进入壁垒分析

一、便利店行业资金壁垒分析

二、便利店行业技术壁垒分析

三、便利店行业人才壁垒分析

四、便利店行业品牌壁垒分析

五、便利店行业其他壁垒分析

第二节 便利店行业风险分析

一、便利店行业宏观环境风险

二、便利店行业技术风险

三、便利店行业竞争风险

四、便利店行业其他风险

第三节 中国便利店行业存在的问题

第四节 中国便利店行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国便利店行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国便利店行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国便利店行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 便利店行业营销策略分析

一、便利店行业产品营销

二、便利店行业定价策略

三、便利店行业渠道选择策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/570696.html>