

2024-2030年中国便利店行业发展战略规划及投资机会预测报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国便利店行业发展战略规划及投资机会预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202110/980449.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

为方便行业人士或投资者更进一步了解便利店行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国便利店行业发展战略规划及投资机会预测报告》（以下简称《报告》）。报告对中国便利店市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保便利店行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2023年便利店行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能便利店从业者抢跑转型赛道。

便利店是位于居民区附近，指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。便利店，英文简称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。

便利店作为一种新型的小型零售业态正在零售行业里扮演着不可或缺的角色。虽然便利店行业在疫情的影响下整体发展速度放缓，但仍然有很多城市和企业保持了较高的增长。据统计，截至2022年全国便利店销售额3834亿元，其中品牌连锁便利店为3264亿元，增速达到9.8%，便利店行业整体发展向好。

从门店规模看，2022年全国便利店门店规模达到30万家，按年增速约19%。2022年销售额统计中，受样本企业来客数减少的影响，便利店单店单日营收同比小幅下降6%，销售额为4794元，但客单价逆势上升，涨幅达13%。

对于零售行业而言，便利店行业的进入门槛相对较低，销售商品同质化严重、差异较小，只要店铺开发好，选址科学合理、定位准确、覆盖目标消费群体，资金回报相对稳定。

根据CCFA中国连锁经营协会2022年调研数据统计，目前国内门店数量最多的是在广州发家的美宜佳便利店，2022年门店数量超过中石化加油站的易捷连锁便利店，达到30008家；排第三位的是中国石油加油站的昆仑好客连锁便利店，2022年门店数量为20600家；排第四位的同样是在广州发家的天福便利店，门店数量为6970家。

自2021年商务部等11个部门联合印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》以来，各城市商务主管部门也相继出台了配套政策支持连锁便利店的发展。但从全国范围来看，各城市针对便利店的政策支持差异较大，便利店的健康可持续发展需要更多政策的引导和支持。

《2024-2030年中国便利店行业发展战略规划及投资机会预测报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是便利店领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

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 全球便利店行业运行状况分析

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年便利店行业市场运行现状

- 一、行业资产规模分析
- 二、行业市场规模分析
- 三、行业市场发展特点

第三节 2019-2023年便利店所属行业市场经营情况

- 一、行业销售规模分析
- 二、行业利润总额分析
- 三、行业盈利率分析

第四节 2019-2023年中国便利店所属行业企业分析

- 一、企业数量变化分析
- 二、不同规模企业结构分析
- 三、不同所有制企业结构分析
- 四、从业人员数量分析

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 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 我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 我国便利店类型分析

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、我国社区便利店密度分析

二、我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 2024-2030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

二、便利店行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

三、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 中国便利店行业竞争格局综述

一、便利店行业竞争概况

1、行业品牌竞争格局

2、行业企业竞争格局

3、行业产品竞争格局

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

第九章 便利店行业领先企业分析

第一节 柒 - 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

第二节 全家便利商店股份有限公司

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

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

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

第五节 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、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

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

第四部分 投资发展前景

第十章 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年便利店行业发展前景预测

一、2024-2030年便利店行业市场规模预测

二、2024-2030年便利店行业销售规模预测

三、2024-2030年便利店行业企业数量预测

四、2024-2030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

- 一、互联网+
- 二、“一带一路”
- 三、智能化数据时代

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、2023年行业投资战略
- 二、2024-2030年行业投资方式建议
- 三、2024-2030年行业投资方向建议

图表目录：部分

图表1：2018-2023年全球便利店销售额走势图

图表2：2023年全球便利店销售额格局

图表3：2023年全球便利店市场区域分布

图表4：2018-2023年美国便利店数量（家）

图表5：2018-2023年日本便利店数量变动趋势

图表6：2018-2023年中国便利店行业销售额走势

图表7：2018-2023年中国便利店行门店数量走势

图表8：2018-2023年中国便利店日均销售额走势

图表9：2024-2030我国便利店行业销售规模预测

图表10：2024-2030年我国便利店数量预测

图表11：2024-2030年中国便利店行业供需平衡预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980449.html>