

# 2020年中国便利店市场现状分析报告- 行业深度调研与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国便利店市场现状分析报告-行业深度调研与未来趋势预测》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://baogao.chinabaogao.com/baihuo/514409514409.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

有网站推出最新的“知城·便利店指数”。根据数据显示，自2020年以来，全国共关了15万家便利店，超八成城市的便利店数量都在减少。其中上海总共关闭了4781家便利店，深圳关闭4733家，北京关闭4144家。而在大部分城市负增长的环境下，二、三线城市便利店的发展潜力体现了出来。惠州、乌鲁木齐、大理等城市的便利店增量首当其冲，强劲的成长力让其在今年便利店指数的总排名上跃进。

自2015年以来，我国便利店市场规模不断增长，销售额呈上升趋势。数据显示，2018年，我国便利店销售额达到2264亿元，销售额增长速度保持在20%-30%之间。初步估算2019年我国便利店行业销售额达到2812亿元，同比增长24.2%。

### 2015-2019年我国便利店销售额及增速情况

数据来源：公开数据整理

但从2019年的整体品牌便利店数量来看，首次出现了门店增速放缓的现象。数据显示，截至2019年末，中国便利门店数达到13.5万家，同比增长10.3%，增速较2019年的15.1%有所放缓。同时自2020年疫情以来，由于互联网的运用得到了飞速发展，而用互联网工具实现的销售也是呈爆发式增长。在此背景下，作为最适应变化的一个行业，便利店也开启了形式多样的销售方式。其中改变最为广泛的就是24小时营业。

### 2015-2019年中国便利门店数情况

数据来源：公开数据整理

24小时营业最初是从国外传进来的，采取24小时营业制度，一年365天，全年无休。受益于我国经济的发展，城市化程度越来越高，人们生活节奏不断加快，工作习惯的改变带来了一定的夜市发展。而有需求的地方就有市场，有市场的地方就有供应。因此，24小时营业顺应时代潮流的发展。预计将会成为各地大大小小便利店未来普遍的营业模式。

### 众多便利店选择24小时营业因素分析

#### 行业规则

便利店，最重要的是“便利”二字!便利店的主要卖点是方便和快捷，如果你有急需的东西要买，而便利店关门了，就会失去顾客信任。因此，即使在是三倍工薪的新年期间，商店也必须营业。

#### 运营成本

对于便利店来说，24小时营业可以降低成本。首先是收货的人工成本。其次是租金成本的分担。门店全天营业，成本主要是增加的人工成本和电费，但只要延长营业时间带来的利润大

于人工成本，那么24小时营业制度是成功的，值得坚持的。

#### 社会需求

便利店之所以24小时营业，是因为社会有这种需求。在北京、上海、广州、深圳等大城市，很多年轻人的夜生活才刚刚开始。根据一些连锁公司的销售数据，22:00到6:00之间的销售额可以占到全天营业额的30%至40%左右。所以24小时便利店可以满足消费者的需求。

#### 经济环境

一般来说，24小时便利店的数量不断增加，与城市的经济发展有关。经济实力雄厚，居民消费能力强，夜生活越丰富，越来越多的人晚上去购物，所以自然会有更多的24小时便利店。

#### 用户行为习惯

能起到品牌推广的作用，促进日常购买和消费。这和培养孩子学习写字是一样的。当消费者养成了特定的行为习惯后，消费者就会按照这种习惯购物。

#### 行业竞争激烈

由于便利店行业不同于高科技行业，其进入门槛较低，模式具有很强的可复制性。一旦存在一些超市和便利店24小时营业，就能吸引更多的消费者定期去那里。如果其他超市和便利店不想落后，就必须24小时营业，以增强竞争力。资料来源：公开资料整理

与此同时，由于“新零售”空间广阔，目前我国零售行业的总规模已达到4.5万亿美元，并正以每年10%的速度增长。在此背景下，受到资本青睐，互联网巨头相继布局，让无人零售成为近年资本追逐的风口。

无人零售是技术、资金、供应链等的结合体，随着技术费用投入力度越来越大，零售业相关技术将越来越完善，而这也加速了整个零售行业的“无人化”。尤其是自2020年初的疫情以来，“无人”服务正在不断充斥着我们的生活，无人货柜、无人店、无人咖啡零售机、自助收银等。

从落地形式来看，无人零售发展至今覆盖的品类越来越多，其中“自动贩卖”则被当做是新零售的突破口。但其实“自动贩卖”早已火遍全球。数据显示，目前美国自动贩卖机和便利店的比例约30:1;在日本东京平均每30人就能覆盖一台自动贩卖机。且种类繁多，包括饮品类、速食类、蔬果生鲜类等等，总共有2000多种机型、6000多种商品，可见这个市场之大。现阶段全世界至少有1800万台自动售货机处于运营中，而作为世界上最大的自动售货市场，日本拥有423万台自动售货机，在2019年年仅饮料的销售额就相当于1593亿元人民币。

自2010年以来，国内自动售货机行业增长快速。数据显示，2018年我国自动售货机市场规模为190亿元；初步估算，到2019年市场规模将达到285亿元。

2014-2019年我国自动售货机市场规模情况

数据来源：公开数据整理

但目前从存量上看，与日本等发达国家相比，我国自助售货机存量仍较小。在日本，平均每25人就拥有一台自动售货机，美国是每50至60人一台，欧洲则是每50至120人一台，我国人均自助售货机拥有量约为2200人/台，因而市场增长潜力巨大。

从我国万人自动售货机保有量来看，仅4台，与日本、美国的万人自动售货机保有量还有很大的差距。预计随着我国移动支付的快速普及，劳动力成本的不断攀升，我国自动售货行业将不断增长。预计到2020年我国自动售货机保有量有望达到154万台，按单台自动售货机1.4万元测算，2017年-2020年我国自动售货机市场空间有望合计达到510亿元。（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国便利店市场现状分析报告-行业深度调研与未来趋势预测》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。

它是业内企业、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。

**【报告大纲】**

## 第一章 2017-2020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、销售模式
- 五、便利店行业需求主体分析

### 第二节 中国便利店行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、便利店行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国便利店行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

### 第三节 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

### 第四节 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

### 第五节 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

## 第二章 2017-2020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 欧盟便利店行业地区市场分析

### 一、欧盟便利店行业市场现状分析

### 二、欧盟便利店行业市场规模与市场需求分析

### 三、欧盟便利店行业市场前景分析

## 第六节 2021-2026年世界便利店行业分布走势预测

## 第七节 2021-2026年全球便利店行业市场规模预测

## 第三章 中国便利店产业发展环境分析

### 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、全社会消费品便利店总额

#### 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 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

### 第三节 中国便利店产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、消费观念分析

## 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

##### 1、行业技术发展现状

##### 2、行业技术专利情况

##### 3、技术发展趋势分析

#### 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

### 第三节 中国便利店行业供应情况分析

### 第四节 中国便利店行业需求情况分析

### 第五节 我国便利店行业进出口形势分析

#### 一、进口形势分析

#### 二、出口形势分析

#### 三、进出口价格对比分析

### 第六节 我国便利店行业细分市场分析（2015-2019年）

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第七节 中国便利店行业供需平衡分析

### 第八节 中国便利店行业发展趋势分析

## 第五章 中国便利店所属行业运行数据监测

### 第一节 中国便利店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

## 第六章 2017-2020年中国便利店市场格局分析

### 第一节 中国便利店行业竞争现状分析

- 一、中国便利店行业竞争情况分析
- 二、中国便利店行业主要品牌分析

### 第二节 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分析
- 二、中国便利店行业企业集中度分析

### 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

### 第五节 中国便利店行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国便利店行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国便利店行业消费市场动态情况

### 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、渠道因素
- 四、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、中国便利店行业价格影响因素
- 二、中国便利店行业平均价格走势预测
- 三、中国便利店行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020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布

#### 第二节 中国华东地区便利店市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区便利店市场规模分析
- 四、华东地区便利店市场规模预测

#### 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、华中地区便利店市场规模分析
- 四、华中地区便利店市场规模预测

#### 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、华南地区便利店市场规模分析
- 四、华南地区便利店市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国便利店行业竞争情况

### 第一节 中国便利店行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国便利店行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国便利店行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国便利店行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 便利店行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026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 中国便利店行业市场发展预测

- 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

- 一、中国便利店行业毛利润同比增速预测
- 二、中国便利店行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国便利店行业投资风险与营销分析

### 第一节 便利店行业投资风险分析

- 一、便利店行业政策风险分析
- 二、便利店行业技术风险分析
- 三、便利店行业竞争风险分析
- 四、便利店行业其他风险分析

### 第二节 便利店行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国便利店行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国便利店行业品牌战略分析

- 一、便利店企业品牌的重要性
- 二、便利店企业实施品牌战略的意义
- 三、便利店企业品牌的现状分析
- 四、便利店企业的品牌战略
- 五、便利店品牌战略管理的策略

## 第二节 中国便利店行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

## 第三节 中国便利店行业战略综合规划分析

- 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

## 第四节 便利店行业竞争力提升策略

- 一、便利店行业产品差异性策略
- 二、便利店行业个性化服务策略
- 三、便利店行业的促销宣传策略
- 四、便利店行业信息智能化策略
- 五、便利店行业品牌化建设策略
- 六、便利店行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国便利店行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国便利店行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国便利店行业定价策略分析

### 第三节 中国便利店行业营销渠道策略

- 一、便利店行业渠道选择策略
- 二、便利店行业营销策略

### 第四节 中国便利店行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国便利店行业重点投资区域分析
- 二、中国便利店行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/514409514409.html>