

2022年中国便利店产业分析报告- 行业竞争现状与前景评估预测

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《2022年中国便利店产业分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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/liansou/530422530422.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，指以经营即时性商品或服务为主，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或网上商店。便利店的兴起缘于超市的大型化与郊外化，超市的变化体现在距离、时间、商品、服务等诸多方面：如远离购物者的居住区，需驾车前往；卖场面积巨大，品种繁多的商品消耗了购物者大量的时间和精力；结账时还要忍受“大排长龙”等候之苦，以上种种使得那些想购买少量商品或满足即刻所需的购物者深感不便。于是人们需要一种能够满足便利店购买需求的小超市来填补空白。

便利店业态最初于1990年代引入国内市场。尽管起步较晚，但是伴随着经济的持续增长，便利店业态在我国取得了较快发展。据国家统计局统计，截至2011年我国共有13000余家便利店，年商品销售额达到226亿元，从业人员超过100万。但是从便利店规模占比来看，便利店商品销售额占当年全部连锁零售企业总销售额（约3.5万亿）的比重仅为6.5%，占当年社零总额比重仅为1.2%，远低于日本的6.6%（便利店年销售额占日本零售行业比重）和美国的5%（便利店店内商品年销售额（不含油品）占美国零售和食品服务销售额（不含机动车及零部件）比重）。

便利店是服务保障民生、促进便利消费的重要商业设施，是便民惠民的重要零售业态。近年来，我国传统便利店门店数量逐年增长，但进入2019年以来，增速明显放缓。2020年，我国传统便利店门店数量达14.4万家，同比增速仅为9%。总体来看，在目前的国内市场，内资便利店在规模上占据优势。在便利店业态已实现导入的不同市场，行业呈现出不同的竞争格局。

根据我国国内贸易流通“十一五”计划至“十四五”规划，国家对便利店行业的支持政策经历了从“重点、积极发展便利店新业态”到“鼓励设立社区便利店”再到“完善便利店城市商业网点布局”的变化。

截至2021年中国有关便利店行业相关政策

日期

发布部门

政策名

重点内容

2021-07-22

商务部、发改委、民政部等11部门

《城市一刻钟便民生活圈建设指南》

重点发展品牌连锁店。构建多层次早餐供应体系。提高品牌连锁化覆盖率，连锁店数量占便民生活圆商业网点总量的比重应在30%以上。鼓励提供闲置资源和优惠政策，支持品牌连锁便利店企业进社区.发展智能社区商店(无人值守便利店、自助售卖机等)。鼓励便利店视情延长营业时间，有条件的可24小时营业。鼓励小商店、杂货店、副食店自愿向加盟连锁发展，提高商品质量和服务水平。

2021-07-22

商务部

《关于开展中小商贸企业服务月活动的通知》

渠道下沉服务。打造刻钟便民生活图，推动中小商贸企业进入社区；推动便利店品牌化、连锁化经营、加快线上线下陆合。

2021-07-09

商务部

《智慧商店建设技术指南(试行)》

推动门店场景数字化、供应链智能化、实现服务精准化等建设内容。

2021-06-11

商务部等17部门

《关于加强县城商业体系建设促进农村消费的意见》

鼓励商贸流通企业输出管理和服务，通过技术赋能、特许经营、供应链整合等方式，改造夫妻店等传统网点，发展新型乡村便利店。

2021-05-21

国务院

《关于推动城市停车设施发展意见的通知》

积极拓展配套服务功能.在不减少车位的前提下，可允许停车设施配建一定比例的便利店等便民设施，提升项目综合收益能力。

2021-03-30

国务院

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

支持便利店等商贸流通设施改造升级，发展无接触交易服务，加强商贸流通标准化建设和绿色发展。

2021-01-11

商务部

《关于推动电子商务企业绿色发展工作的通知》

鼓励电商企业参与快递包装循环利用新技术、新产品研发并积极推广应用，与便利店企业等创新合作.建立可循环快递包装回收渠道，探索建立上下游衔接、跨平台互认的运营体系。

2020-12-30

商务部

《关于促进社区消费切实解决老年人运用智能技术困难的通知》

加快发展社区品牌连锁便利店。支持便利店优化布局，加大门店建设拓展力度，推动便利店进街区社区。鼓励便利店在优化智能服务方式的同时，保留统现金支付方式，搭载书报经营、代扣代缴、代收代发、家政预约、送货到家等服务项目，提升便民服务的“温度”。

2020-09-21

国务院

《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》

优化便利店等城乡商业网点布局，引导行业适度集中。完善社区便民消费设施。

2020-08-04

商务部

《关于开展便利店品牌化连锁化三年行动的通知》

加快推进便利店品牌化连锁化发展.进步提高质量效益和便民服务水平。鼓励便利店企业创新经营模式，提升品牌化、连锁化、智能化水平。充分发挥政府、协会、企业等各方面作用，加强梭向协同、纵向联动.共同推进便利店发展。做大便利店规模、推动提质增效、提升服务能力。

2020-07-21

商务部

《关于加快夜间经济发反促进消费增长的意见》

构建一批夜间消费商圈。以商业综合体、美食街、文化娱乐设施等商业集中区域为重点，整合资源、补齐短板。加强商旅文体融合，创新推广新业态新模式，提升消费品质，延长营业时间，开设深夜营业专区、24小时便利店等夜间消费场所，集中连片形成重点商圈夜间经济发展带。

2020-04-30

商务部

《关于加快推动品牌连锁便利店发展工作的通知》

全面推动便利店复工营业.组织编制品牌连锁便利店发展报告，总结推广各地品牌便利店工作的典型经验和做法。重点推进，适时扩大实施范围。

2020-04-28

商务部

《关于进一步完善重点零售企业联系制度的通知》

提出以连锁超市、便利店、专卖店为主营业态的，年销售规模需在10亿元以上，直营门店数量需占30%以上的指标要求。

2020-04-24

商务部

《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》

完善便民消费网络。 优化便利店网点、菜市场布局。推动品牌连锁便利店发展，充分发挥经营灵活、贴近社区居民的优势，打造“一刻钟便民生活服务圈”。

2020-03-24

商务部、发改委、卫建委

《关于支持商贸流通企业复工营业的通知》

发展便利店和菜市场，优化便利店网点等布局，推动品牌连锁便利店发展.打造“一刻钟便民生活服务圈”。打造城乡便民消费服务中心，推进便利店等生活服务集聚化、便利化发展，满足城乡居民日常生活服务需求。鼓励电商平台与便利店等合作，创新销售模式。提供集约化配送。

2020-01-22

商务部等13部门

《关于推动品牌连锁便利店加快发展的指导意见》

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。

2019-08-17

国务院

《关于加快发展流通促进商业消费的意见》

加快连锁便利店发展。深化“放管服”改革，在保障食品安全的前提下，探索进一步优化食品经营许可条件;将智能化、品牌化连锁便利店纳入城市公共服务基础设施体系建设。

2019-07-09

商务部

《关于推动便利店品牌知》

高度重视品牌连锁便利店发展工作，推动便利店品牌化连锁化发展，把发展品牌连锁便利店纳入重要工作日程，牌连锁便利店发展工作以城市为单位推进。完善支持品牌连锁便利店发展的政策体系，及时总结推广典型经验和做法。

资料来源：观研天下整理（WWTQ）

观研报告网发布的《2022年中国便利店产业分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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，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。（YYJ）

【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、便利店特点分析

三、便利店行业基本情况介绍

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影响因素分析

二、中国便利店行业市场集中度分析

第三节中国便利店行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

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

一、影响便利店行业区域市场分布的因素

二、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) 华南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、便利店行业产品策略

二、便利店行业定价策略

三、便利店行业渠道策略

四、便利店行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/530422530422.html>