

中国零食折扣店行业发展深度分析与未来前景调研报告（2023-2030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《中国零食折扣店行业发展深度分析与未来前景调研报告（2023-2030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趋势、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.chinabaogao.com/baogao/202304/631236.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

1、概述：零食折扣店准选品+严控质量+压低价格三合一

回顾发展历程，零食连锁业态经历四轮门店迭代：在20世纪80-90年代，零食渠道以商贩沿街售卖为主，主打炒货等散装形式；2000-2010年，由于来伊份和良品铺子为代表的品牌零食店推出，零食品牌连锁模式初定形态；2010-2019年，在电商兴起的背景下，多品类经营下主打平价亲民且以三方品牌为主的量贩类连锁门店涌现，如浙江老婆大人、福建糖巢为代表，折扣店雏形出现；进入2020年，在疫情影响下国内消费分层显著，以零食很忙为代表的零食折扣店兴起，并且在资本加持下跑马圈地快速拓店。

零食连锁模式的变迁

数据来源：观研天下整理

根据观研报告网发布的《》显示，零食折扣店确定了基于中低端、大量、爆品等零食需求，使得自身在与品牌方、供货商的合作中有较大主动权，且集合了各品牌的爆品、优品，精准选品+严控质量+压低价格三合一，对消费者来说是购买零食很好的场景选择。

零食折扣与传统商超区别

数据来源：观研天下整理

2、零售折扣店是线下零食版的“拼多多”，核心竞争力强

零食折扣店凭借高性价比优势，在低线城市迅速扩张且广受消费者喜欢，可以称其为一种线下零食版的“拼多多”，其核心竞争力为：品牌运营能力、供应链整合能力（实现高性价比）、对消费者洞察力（选品效率、驱动高周转），规模效应进一步放大其优势。

零售折扣店的核心竞争力详解 序号 核心竞争力详解 1 零食折扣店不收进场费、条码费，采用无账期的现金结算，使得在和零食品牌商谈判时（尤其是在该地区品牌力不强的零食品牌）取得优势的价格。随着零食折扣店体量做大，进一步提高其议价权，放大高性价比优势，同步提升与头部零食品牌商话语权（如不进场等于放弃该地区市场），进入良性成长循环2 和传统的商超渠道、来伊份等自有品牌门店相比，零食折扣店通常是前者价格的7-8折，通过高性价比在下沉渠道发展。根据公司公告和官网，2021年良品铺子和来伊份门店零售的毛利率分别为48%和51%，而零食很忙、零食优选、好想来门店综合毛利率仅18%、22%和20%3 基于消费者需求，更精准化选品，实现选品端的效率提升。和商超、自有品牌零食店相比，零食折扣店会更注重选品。零食行业多SKU属性使得品牌商很难做到全品类的产品研发、生产最优，而零食折扣店会洞察消费者需求，基于试吃、试卖体系，选取细分品类的优质商品，实现选品端的效率最大化 4 零食折扣店往往是大店模式（100平以上），SKU方面不断迭代和补充。除了散装零食、定量装、方便速食，还引入饮料、牛奶等高频消费的商品，起到引流作用，提高消费频率，促进零食折扣店的周转率提升5 与传统的商超、来伊份等

品牌零食店不同，零食量贩门店目前集中在三四线城市、甚至是县镇的社区店，密集的渠道布局提升了品牌认知度，低租金也保障了终端门店盈利性。以零食很忙为例，其开在社区的门店数量占比已超过80%；从门店布局看，除了省会长沙拥有300+门店，湖南省60%以上的乡镇实现了至少一家门店的入驻，不断挖掘下沉市场的消费潜力

数据来源：观研天下整理

此外，从单店模型对比来看，良品铺子等传统零食连锁品牌在资金方面对加盟商要求高，而零食折扣店要求较低，仅对门店大小及选址有相关建议。从店效看，零食折扣店主要集中在下沉市场且客单价多在30-40元左右，地址主要围绕在社区及学校，根据零食很忙官网日销可达1-1.5万元，全年店效超400万，按照18%毛利率并考虑相关费用，净利润超30万，1年半至2年即可回本。由此可见，零售折扣店性价比优势高，投资回报期短。

主要零食品牌单店模型对比

指标

良品铺子

零食很忙

零食有鸣

赵一鸣

门槛

资金：拥有60万以上投资资金+100万流动资金；店铺：拥有面积45m²+门店长度6m+核心店铺

走访现有门店十家以上，了解品牌及门店运营；实际营业面积:100-120m²

大于100m²，选址建议在社区、大学城、乡镇市场

单日客流不低于5w人次，核心商圈,门店面积大于120m²，大于8m门头

初始投入

约40-50

约50

约38

约60-80（流动资金3-5w，管理费800元/月）

加盟/品牌费

4.5 (3年)

5

5（限时免收）

3.8

保证金

3-12（不同市场加盟政策不同，3年合同期满后返回）

3

3

2

装修费

约10 (100m²)

10

约8

8—12

设备费

约10

12

约9

7—10

首批物料

约10-20

18-20

14-17

18—25

单店店效

约180/年

约450/年

约450/年

和零食很忙、零食有鸣接近

毛利率

35%

约18%

约22%

月租金

1.5

1.5

3

月人工成本

1.5 (3-4名)

2 (4-5名)

2.1

月杂费

0.23
0.5
0.5
净利润
约24万
约33万
约32万
净利率
13%
7%
7%
回收周期
1.5-2年
1.5-2年
15个月

数据来源：观研天下整理

3、零食折扣店行业仍然处于跑马圈地阶段，资本涌入下未来展店规划剑指万店

在核心竞争力加持下，我国零食折扣店市场发展迅速，并吸引了大量资本涌入，但零食很忙、戴永红、赵一鸣、老婆大人等品牌仍然处在跑马圈地阶段。以零食很忙为例，根据公司官网2017年3月首家加盟店开业，2018年进军湖南各地级市同年11月达百店，2021年历经4年走出湖南进军江西，4月获得A轮融资2.4亿元开启加速拓店态势，今年3月突破1000家，最新官网显示门店数超1800家，未来规划放眼全国；而同样获得多轮资本加持的零食有鸣今年维持每月超100家门店的开店速度，最新门店超600家，计划明年门店数增长至3000家，2026年达2万家。

我国主要零食量贩及折扣连锁品牌融资、门店规划情况

城市	规划	品牌	时间	地点	融资	门店数	省份
湖南株洲	戴永红	1996	—	近500	湖南	株洲、衡阳、湘潭、永州、娄底	
江苏南京	座上客	2006	—	300+	江苏	南京、青岛等	江苏
江苏南京	零食工坊	2009	—	300+	江苏	南京、浙江、安徽	江苏、浙江、安徽
浙江宁波	老婆大人	2010	—	1000+	浙江	宁波、贵州、河南	浙江、贵州、河南
江苏泰州	好想来	2011	—	600+	江苏	泰州、宿迁等	江苏
湖南长沙	锁味	2011	—	300+	湖南	长沙、郴州等	湖南
江西宜春	赵一鸣	2015	—	600+	江西、安徽等	宜春、芜湖、吉安、赣州、抚州	江西、安徽
江西宜春	零食很忙	2016	—	1800+	湖南、江西、湖北	2020年10月放开加盟，每月以60家开店布局，2022年拓展安徽。	湖南、江西、湖北
湖南长沙	A轮（2021）：红杉、高榕、启承、明越，共计2.4亿元	2021	—	1800+	湖南、江西、湖北	A轮融资2.4亿元	湖南、江西、湖北

长沙、岳阳、南昌、邵阳、衡阳 省会饱和300店、下面每个地市15-30家店、每个地市下面县城3-5家店、每个县城下面40%乡镇开1家店。做到从上到下、从下到上湖南省全覆盖。立足湖南，发展江西、湖北、贵州，放眼全国。 零食有鸣 2019 四川成都
2021年A轮参与方：凯辉、青檀，数千万元；2022年B轮：昕先；B+：草根知本 600+
四川、广东、重庆 成都、东莞、广州、重庆、绵阳 目前保持每月超60家门店的开店速度，
计划2023年门店数突破3000+，在西南地区市占率达到第一，计划在2026年全国门店数量
突破20000+。 零食优选 2019 湖南长沙 —— 800+ 湖南、广东、湖北
长沙、岳阳、常德、深圳、邵阳 —— 零食魔珐 2021 四川成都
天使轮（2022），约千万人民币；PreA轮：优康宝贝 40+ 四川 成都、眉山
短期规划开出200家店，3年计划开出4000家店。

数据来源：观研天下整理

整体来看，我国零食折扣店行业拓店空间仍然充足。根据相关资料预测，剔除国内19个一线城市和新一线城市人口，二线至四线城市共190个，人口约7.4亿人，我国零食折扣店仍有深厚的成长潜力，并根据上述品牌拓店规划，未来展店规划剑指万店。（WYD）

注：上述信息仅作参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国零食折扣店行业发展深度分析与未来前景调研报告（2023-2030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趋势、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 2019-2023年中国零食折扣店行业发展概述

第一节 零食折扣店行业发展情况概述

一、零食折扣店行业相关定义

二、零食折扣店特点分析

三、零食折扣店行业基本情况介绍

四、零食折扣店行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、零食折扣店行业需求主体分析

第二节 中国零食折扣店行业生命周期分析

一、零食折扣店行业生命周期理论概述

二、零食折扣店行业所属的生命周期分析

第三节 零食折扣店行业经济指标分析

一、零食折扣店行业的赢利性分析

二、零食折扣店行业的经济周期分析

三、零食折扣店行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球零食折扣店行业市场发展现状分析

第一节 全球零食折扣店行业发展历程回顾

第二节 全球零食折扣店行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲零食折扣店行业地区市场分析

一、亚洲零食折扣店行业市场现状分析

二、亚洲零食折扣店行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲零食折扣店行业市场前景分析

第四节 北美零食折扣店行业地区市场分析

一、北美零食折扣店行业市场现状分析

二、北美零食折扣店行业市场规模与市场需求分析

三、北美零食折扣店行业市场前景分析

第五节 欧洲零食折扣店行业地区市场分析

一、欧洲零食折扣店行业市场现状分析

二、欧洲零食折扣店行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲零食折扣店行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界零食折扣店行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球零食折扣店行业市场规模预测

第三章 中国零食折扣店行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对零食折扣店行业的影响分析

第三节 中国零食折扣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 政策环境对零食折扣店行业的影响分析

第五节 中国零食折扣店行业产业社会环境分析

第四章 中国零食折扣店行业运行情况

第一节 中国零食折扣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 中国零食折扣店行业市场规模分析

一、影响中国零食折扣店行业市场规模的因素

二、中国零食折扣店行业市场规模

三、中国零食折扣店行业市场规模解析

第三节 中国零食折扣店行业供应情况分析

一、中国零食折扣店行业供应规模

二、中国零食折扣店行业供应特点

第四节 中国零食折扣店行业需求情况分析

一、中国零食折扣店行业需求规模

二、中国零食折扣店行业需求特点

第五节 中国零食折扣店行业供需平衡分析

第五章 中国零食折扣店行业产业链和细分市场分析

第一节 中国零食折扣店行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、零食折扣店行业产业链图解

第二节 中国零食折扣店行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对零食折扣店行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对零食折扣店行业的影响分析

第三节 我国零食折扣店行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国零食折扣店行业市场竞争分析

第一节 中国零食折扣店行业竞争现状分析

一、中国零食折扣店行业竞争格局分析

二、中国零食折扣店行业主要品牌分析

第二节 中国零食折扣店行业集中度分析

一、中国零食折扣店行业市场集中度影响因素分析

二、中国零食折扣店行业市场集中度分析

第三节 中国零食折扣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 2019-2023年中国零食折扣店行业模型分析

第一节 中国零食折扣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 中国零食折扣店行业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、中国零食折扣店行业SWOT分析结论

第三节 中国零食折扣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 2019-2023年中国零食折扣店行业需求特点与动态分析

第一节 中国零食折扣店行业市场动态情况

第二节 中国零食折扣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 零食折扣店行业成本结构分析

第四节 零食折扣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 中国零食折扣店行业价格现状分析

第六节 中国零食折扣店行业平均价格走势预测

一、中国零食折扣店行业平均价格趋势分析

二、中国零食折扣店行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国零食折扣店行业所属行业运行数据监测

第一节 中国零食折扣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 中国零食折扣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 中国零食折扣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 2019-2023年中国零食折扣店行业区域市场现状分析

第一节 中国零食折扣店行业区域市场规模分析

一、影响零食折扣店行业区域市场分布的因素

二、中国零食折扣店行业区域市场分布

第二节 中国华东地区零食折扣店行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区零食折扣店行业市场分析

(1) 华东地区零食折扣店行业市场规模

(2) 华南地区零食折扣店行业市场现状

(3) 华东地区零食折扣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、华中地区零食折扣店行业市场分析

(1) 华中地区零食折扣店行业市场规模

(2) 华中地区零食折扣店行业市场现状

(3) 华中地区零食折扣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、华南地区零食折扣店行业市场分析

(1) 华南地区零食折扣店行业市场规模

(2) 华南地区零食折扣店行业市场现状

(3) 华南地区零食折扣店行业市场规模预测

第五节 华北地区零食折扣店行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区零食折扣店行业市场分析

(1) 华北地区零食折扣店行业市场规模

(2) 华北地区零食折扣店行业市场现状

(3) 华北地区零食折扣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、东北地区零食折扣店行业市场分析

(1) 东北地区零食折扣店行业市场规模

(2) 东北地区零食折扣店行业市场现状

(3) 东北地区零食折扣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、西南地区零食折扣店行业市场分析

(1) 西南地区零食折扣店行业市场规模

(2) 西南地区零食折扣店行业市场现状

(3) 西南地区零食折扣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、西北地区零食折扣店行业市场分析

(1) 西北地区零食折扣店行业市场规模

(2) 西北地区零食折扣店行业市场现状

(3) 西北地区零食折扣店行业市场规模预测

第十一章 零食折扣店行业企业分析（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 2023-2030年中国零食折扣店行业发展前景分析与预测

第一节 中国零食折扣店行业未来发展前景分析

一、零食折扣店行业国内投资环境分析

二、中国零食折扣店行业市场机会分析

三、中国零食折扣店行业投资增速预测

第二节 中国零食折扣店行业未来发展趋势预测

第三节 中国零食折扣店行业规模发展预测

一、中国零食折扣店行业市场规模预测

二、中国零食折扣店行业市场规模增速预测

三、中国零食折扣店行业产值规模预测

四、中国零食折扣店行业产值增速预测

五、中国零食折扣店行业供需情况预测

第四节 中国零食折扣店行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国零食折扣店行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国零食折扣店行业进入壁垒分析

一、零食折扣店行业资金壁垒分析

二、零食折扣店行业技术壁垒分析

三、零食折扣店行业人才壁垒分析

四、零食折扣店行业品牌壁垒分析

五、零食折扣店行业其他壁垒分析

第二节 零食折扣店行业风险分析

一、零食折扣店行业宏观环境风险

二、零食折扣店行业技术风险

三、零食折扣店行业竞争风险

四、零食折扣店行业其他风险

第三节 中国零食折扣店行业存在的问题

第四节 中国零食折扣店行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国零食折扣店行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国零食折扣店行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国零食折扣店行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 零食折扣店行业营销策略分析

一、零食折扣店行业产品策略

二、零食折扣店行业定价策略

三、零食折扣店行业渠道策略

四、零食折扣店行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202304/631236.html>