

# 中国折扣零售行业发展趋势分析与未来前景研究 报告（2023-2030年）

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国折扣零售行业发展趋势分析与未来前景研究报告（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.chinabaogao.com/baogao/202311/672504.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、折扣零售概述

折扣零售是零售业形态的一种，通常指品牌折扣或品牌特卖，在知名品牌的基础上，有价格的深度折扣，从而降低消费者获取品牌品质生活的门槛。特点有，100%正品、较好的品质配套服务、标准化售后体系，以及极简的供应链等。

目前，我国折扣零售主流模式有零食折扣店、社区生鲜折扣超市、服饰折扣店、临期产品折扣店、会员折扣、品牌折扣+自有品牌。

我国折扣零售主流模式简介

主流模式

简介

代表企业

零食折扣店

主要面对下沉市场的年轻消费者，零食毛利空间高，可以找到源头工厂贴自己的牌批量加工，再通过门店直接卖给消费者，没有中间商赚差价，相当于自己批发零售

零食很忙、赵一鸣零食、零食有鸣

社区生鲜折扣超市

社区生鲜折扣超市选择开在社区，从自有品牌开始切入，先做冷链，做家庭消费最高频的大类，比如冷冻的海产、牛肉等，做成小包装，以及家里不容易做的烘焙、熟食类产品，单店高者每年可以做到1000万元。这类门店容易遇到锅圈食汇等万店品牌的竞争

小红岛

服饰折扣店

参考淘宝、京东、抖音等电商平台销售数据，找到畅销的品类，凭借其团队跟李宁、安踏等团队的熟悉，低价拿货，部分自有品牌再逆向找工厂贴牌生产，比如瑜伽裤、轻薄羽绒服，单量大，价格低。因为它能给商业中心引流，可以拿到便宜的店租。BIGOFFS主打服饰，是因为这些类目有很高的溢价，如果是品牌尾货或帮品牌清库存，进价很低，边逛边买，还能规避这类产品电商退货率高问题，再加上大量自助自选购物，降低人工成本

BIGOFFS

临期产品折扣店

很多食品，如果是临期产品，有清理库存尾货的压力，正品、大牌的产品折扣都很低，低到正常价的2-3折，这确实吸引年轻人

嗨特购、好特卖、繁荣集市、小象生活

品牌折扣+自有品牌

主要布局二、三线城市，节约房租成本，门店大量引入数字系统，用工比同类零售店减少1/3，以降低人工成本。SKU控制在1000以内，以美妆日化个护、休闲零食、酒水饮料等标品

为主（比例分别为40%，40%和20%），走\*单品运营的爆款逻辑。奥特乐60%依靠品牌折扣，20%自有品牌以及20%的尾货商品（后期自有品牌占比50%）

奥特乐

会员折扣

对标山姆和Costco的模式，其净利润率很低（2-3%），会员费是其重要的利润来源。通过收取消费者会员费锁定消费者后，会员折扣品牌根据消费者的需求，反向购买最畅销的品种，降低门店SKU数量，提高每种产品的采购量，拿到供应链低价，反哺给会员

Costco、盒马

资料来源：观研天下整理

## 2、“折扣业态”加速度大规模蔓延，这是为何？

自2023年开始，“折扣业态”在国内零售业加速度大规模扩展，尤其是零食折扣店，群雄逐鹿，新玩家不断涌入，烽烟四起，甚至永辉超市等商超业也逐渐转型，在门店增设“正品折扣店”，“低价”成零售商们的口头禅……

那么为什么折扣零售在中国如此爆火呢？其主要原因是商品价格“卖的便宜”。而要实现低价，方式方法很多。一是，临期和尾货清仓，让消费者主打一个“捡漏”，或者零售商一时的促销，像电商的“百亿补贴”，但是货源不稳定；二是，以一种新的运营机制为基础，重新建立新的供应链，打造垂直供应链、降低物流仓储损耗、提高人效、发展自有品牌等方式降低成本，进而为商品提供降价空间。真正的“折扣”店，低价与品质是双重保障的，本质上是零售商持续进化供应链和运营，提供更高质低价商品。

除了高质低价因素外，近年来，线上流量价格持续上涨，线下门店租金下滑，导致线下实体店开店成本下降。例如，阿里、京东、抖音、快手等线上单个客户获客成本已经超过200元，而线下门店受疫情影响而空置数量增多，这就是的房租下降，开店成本也随之下滑。

## 3、中国主力消费人群背负车贷、房贷，追求性价比

此外，消费市场也成为促进折扣零售业爆火的一大诱因。根据国家统计局数据，我国城镇化率从1996年的30.48%增长至2022年的65.22%，几乎涨30%，城镇化人口从1996年的3.73亿涨到2022年的9.21亿，涨了5.48亿。而这类人再按照社区进行规划，进而使得城市大卖场流量被分割，一个城市约有30个购物中心。

数据来源：国家统计局

同时，主力消费人群结构也发生了改变。1970-2000年国内出现三代婴儿潮，每年大约2000万出生，而2022年不到1000万。在婴儿潮期间所出生的6-7亿人口，大部分扎根在城市里，50-60年代的人已退休，喜欢逛大卖场、农贸市场。而70、80、90后虽然进了城，但是背负着房贷、车贷、生育高成本等经济压力，并且在疫情等大环境影响下，工作及其收入受到影响，所以对高性价比的好生活更加起来，如9.9元的瑞幸咖啡，4元的蜜雪冰城柠檬茶等，还有拼多多等平台，线下主打高性价比的折扣零售崛起。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

#### 4、我国折扣零售业市场潜力大，2021年规模达到1.62万亿元

因此，在高质低价、消费者越来越追求性价比等因素驱动，我国折扣零售业规模持续扩张。根据数据显示，2021年，我国折扣零售行业市场规模达1.62万亿元，同比增长2.12%，2017-2021年GAGR为4%。

数据来源：观研天下整理

同时，2022年，全球社会零售总额是167万亿元，折扣业态占近10%，约13.86万亿元；而我国2022年社会零售总额43.97万亿元，折扣业态占比只有3.5%，约1.5万亿元。因此，我国折扣零售行业发展空间较大（仅对比国外，就有10%的增长空间，4万亿元）。

数据来源：观研天下整理

#### 5、折扣店大潮，折扣零售不是一门容易做的生意

虽然折扣零售行业市场规模庞大，但是也不是谁能进来分一杯羹。尤其是对于传统商超而言，要折扣化运营，要自断“臂膀”，舍弃供应商通道费、压缩毛利、从卖场过去的寻租模式转到采销模式，涉及巨大的利益再分配，难度相当大，同时商超长期在选品与供应链上缺乏真功夫，缺乏实现差异化商品力。

而且折扣零售的问题是货源，如果突然没有合适的货源，就容易被“贪便宜”的消费者所抛弃。现阶段，依靠加盟模式快速扩张的折扣店，大部分都面临着对加盟店的管理、加盟商的盈利预期、供应链的支撑能力，以及临期商品的品控管理等方面的挑战。在门店数量方面，“零食很忙”已经宣布其门店数量突破4000家，“零食有鸣”和“赵一鸣零食”等品牌的门店数量都超过了2000家……品牌之间竞争也将进一步加剧，甚至有出现崩盘的情况。

由此可见，折扣零售是一门好生意，但不是一门容易做的生意。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国折扣零售行业发展趋势分析与未来前景研究报告（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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国折扣零售行业发展概述

#### 第一节折扣零售行业发展情况概述

##### 一、折扣零售行业相关定义

##### 二、折扣零售特点分析

##### 三、折扣零售行业基本情况介绍

##### 四、折扣零售行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

##### 五、折扣零售行业需求主体分析

#### 第二节中国折扣零售行业生命周期分析

##### 一、折扣零售行业生命周期理论概述

##### 二、折扣零售行业所属的生命周期分析

#### 第三节折扣零售行业经济指标分析

##### 一、折扣零售行业的赢利性分析

##### 二、折扣零售行业的经济周期分析

##### 三、折扣零售行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2019-2023年全球折扣零售行业市场发展现状分析

#### 第一节全球折扣零售行业发展历程回顾

#### 第二节全球折扣零售行业市场规模与区域分布情况

#### 第三节亚洲折扣零售行业地区市场分析

##### 一、亚洲折扣零售行业市场现状分析

##### 二、亚洲折扣零售行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲折扣零售行业市场前景分析

#### 第四节北美折扣零售行业地区市场分析

- 一、北美折扣零售行业市场现状分析
- 二、北美折扣零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美折扣零售行业市场前景分析
- 第五节 欧洲折扣零售行业地区市场分析
  - 一、欧洲折扣零售行业市场现状分析
  - 二、欧洲折扣零售行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲折扣零售行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界折扣零售行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球折扣零售行业市场规模预测

### 第三章 中国折扣零售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折扣零售行业的影响分析
- 第三节 中国折扣零售行业政策环境分析
  - 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 政策环境对折扣零售行业的影响分析
- 第五节 中国折扣零售行业产业社会环境分析

### 第四章 中国折扣零售行业运行情况

- 第一节 中国折扣零售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 中国折扣零售行业市场规模分析
  - 一、影响中国折扣零售行业市场规模的因素
  - 二、中国折扣零售行业市场规模
  - 三、中国折扣零售行业市场规模解析
- 第三节 中国折扣零售行业供应情况分析
  - 一、中国折扣零售行业供应规模
  - 二、中国折扣零售行业供应特点
- 第四节 中国折扣零售行业需求情况分析
  - 一、中国折扣零售行业需求规模
  - 二、中国折扣零售行业需求特点

## 第五节中国折扣零售行业供需平衡分析

### 第五章 中国折扣零售行业产业链和细分市场分析

#### 第一节中国折扣零售行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、折扣零售行业产业链图解

#### 第二节中国折扣零售行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对折扣零售行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对折扣零售行业的影响分析

#### 第三节我国折扣零售行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

### 第六章 2019-2023年中国折扣零售行业市场竞争分析

#### 第一节中国折扣零售行业竞争现状分析

- 一、中国折扣零售行业竞争格局分析
- 二、中国折扣零售行业主要品牌分析

#### 第二节中国折扣零售行业集中度分析

- 一、中国折扣零售行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国折扣零售行业市场集中度分析

#### 第三节中国折扣零售行业竞争特征分析

- 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年中国折扣零售行业模型分析

#### 第一节中国折扣零售行业竞争结构分析（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

第二节中国折扣零售行业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、中国折扣零售行业SWOT分析结论

第三节中国折扣零售行业竞争环境分析（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年中国折扣零售行业需求特点与动态分析

第一节中国折扣零售行业市场动态情况

第二节中国折扣零售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

第三节折扣零售行业成本结构分析

第四节折扣零售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

第五节中国折扣零售行业价格现状分析

第六节中国折扣零售行业平均价格走势预测

一、中国折扣零售行业平均价格趋势分析

二、中国折扣零售行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国折扣零售行业所属行业运行数据监测

## 第一节中国折扣零售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

## 第二节中国折扣零售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

## 第三节中国折扣零售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年中国折扣零售行业区域市场现状分析

### 第一节中国折扣零售行业区域市场规模分析

#### 一、影响折扣零售行业区域市场分布的因素

#### 二、中国折扣零售行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区折扣零售行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区折扣零售行业市场分析

##### （1）华东地区折扣零售行业市场规模

##### （2）华南地区折扣零售行业市场现状

##### （3）华东地区折扣零售行业市场规模预测

### 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、华中地区折扣零售行业市场分析

##### （1）华中地区折扣零售行业市场规模

##### （2）华中地区折扣零售行业市场现状

##### （3）华中地区折扣零售行业市场规模预测

### 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、华南地区折扣零售行业市场分析

- (1) 华南地区折扣零售行业市场规模
- (2) 华南地区折扣零售行业市场现状
- (3) 华南地区折扣零售行业市场规模预测

## 第五节华北地区折扣零售行业市场分析

### 一、华北地区概述

### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区折扣零售行业市场分析

- (1) 华北地区折扣零售行业市场规模
- (2) 华北地区折扣零售行业市场现状
- (3) 华北地区折扣零售行业市场规模预测

## 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、东北地区折扣零售行业市场分析

- (1) 东北地区折扣零售行业市场规模
- (2) 东北地区折扣零售行业市场现状
- (3) 东北地区折扣零售行业市场规模预测

## 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、西南地区折扣零售行业市场分析

- (1) 西南地区折扣零售行业市场规模
- (2) 西南地区折扣零售行业市场现状
- (3) 西南地区折扣零售行业市场规模预测

## 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、西北地区折扣零售行业市场分析

- (1) 西北地区折扣零售行业市场规模
- (2) 西北地区折扣零售行业市场现状
- (3) 西北地区折扣零售行业市场规模预测

## 第十一章 折扣零售行业企业分析（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年中国折扣零售行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国折扣零售行业未来发展前景分析

- 一、折扣零售行业国内投资环境分析
- 二、中国折扣零售行业市场机会分析
- 三、中国折扣零售行业投资增速预测

### 第二节 中国折扣零售行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国折扣零售行业规模发展预测

- 一、中国折扣零售行业市场规模预测
- 二、中国折扣零售行业市场规模增速预测
- 三、中国折扣零售行业产值规模预测
- 四、中国折扣零售行业产值增速预测
- 五、中国折扣零售行业供需情况预测

### 第四节 中国折扣零售行业盈利走势预测

## 第十三章 2023-2030年中国折扣零售行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节中国折扣零售行业进入壁垒分析

- 一、折扣零售行业资金壁垒分析
- 二、折扣零售行业技术壁垒分析
- 三、折扣零售行业人才壁垒分析
- 四、折扣零售行业品牌壁垒分析
- 五、折扣零售行业其他壁垒分析

### 第二节折扣零售行业风险分析

- 一、折扣零售行业宏观环境风险
- 二、折扣零售行业技术风险
- 三、折扣零售行业竞争风险
- 四、折扣零售行业其他风险

### 第三节中国折扣零售行业存在的问题

### 第四节中国折扣零售行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2023-2030年中国折扣零售行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国折扣零售行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节中国折扣零售行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

### 第三节折扣零售行业营销策略分析

- 一、折扣零售行业产品策略
- 二、折扣零售行业定价策略
- 三、折扣零售行业渠道策略
- 四、折扣零售行业促销策略

### 第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202311/672504.html>