

中国便利店行业现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029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《中国便利店行业现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/593516.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

便利店兴起缘于超市的大型化与郊外化，是指位于商业区、学校、车站等人群密集或人流量大的公共区域附近的实体店或提供网上购物的虚拟店，是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，具有贴近社区、快捷方便、营业时间长、迎合年轻消费者需求等特点

从世界便利店的发展历程来看，便利店通常被划分为传统型与加油站型两种类型；按经营模式划分，可分为连锁便利店和非连锁便利店；按区域划分，可分为社区便利店、风景区便利店、商业区便利店、车站便利店等。

随着支持城乡社区便利店建设相关政策的推行、居民可支配收入、消费能力稳步提升以及中国城镇化率提高，便利店经济的发展得到了较快的发展。虽然2020年受疫情影响，增幅减缓，但在抗疫举措取得积极成效后，市场得到回升。数据显示，2021年我国便利店行业市场规模达2988亿元，门店数量达15.7万家。预计在政策支持和新型业态的发展趋势下，到2023年我国便利店行业市场规模将达3566亿元，门店数量将达18.5万家。

数据来源：CCFA，观研天下整理

数据来源：CCFA，观研天下整理

利好因素分析：（1）近年来我国居民收支不断增长驱动消费者消费需求。根据数据显示，2021年我国居民人均可支配收入35128元，比上年名义增长9.1%；居民人均消费支出24100元，比上年名义增长13.6%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

（2）社会消费品零售总额逐年增长。虽然2020年受疫情影响，该数值出现小幅下降。但随后在抗疫举措取得积极成效后，社会消费品市场有所回升。数据显示，2021年中国社会消费品零售总额达44.1万亿元，同比增长12.5%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

（3）我国城镇化水平稳步提升。由于便利店经济带有严重的城市经济属性。城市化水平的提升促使城市人口增多，城市面积增加，适合便利店经营的区域不断增多，为便利店行业发展奠定了基础。数据显示，2021年末，我国城镇常住人口达到91425万人，城镇化率达到64.72%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

（4）夜间经济规模快速增长带来一定市场需求。受消费人群的更迭及城市年轻人的快捷化

生活习惯的影响，使得夜间经济规模快速增长，从而给便利店带来一定的市场需求。数据显示，截至2020年底，中国夜间经济规模突破30万亿元，较2019年同期增长了5.0%。而且在疫情常态下为了刺激消费，中国各地政府对夜间经济的扶持力度加大，同时夜间消费场所的服务市场增加以及人们夜间消费需求的攀升，使得国内夜间经济的发展规模将持续增长。估计2021年我国夜间经济达36.4万亿元。

数据来源：观研天下整理

消费者画像方面：年轻化趋势更加凸显。根据数据显示，2021年有2.5%的21岁及以下消费者一天去便利店一次或数次，有超五成青年群体（22-40岁）在便利店每周消费数次。

数据来源：观研天下整理

产品种类齐全、配套服务完善的连锁便利店更受青睐。数据显示，2021年，我国有超八成31-40岁中国消费者，更倾向于选择连锁便利店；而在30岁及以下的中国消费者中，也有75%以上倾向于选择连锁便利店。

数据来源：观研天下整理

休闲食品受消费者主要青睐产品。数据显示，2021年约有71.1%中国消费者到便利店购买该产品。其次为乳制品、日用品，分别有58.1%、57.5%消费者到便利店购买过。

数据来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国便利店行业现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029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。

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。

【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://www.chinabaogao.com/baogao/202205/593516.html>