

中国便利店行业现状深度研究与投资前景预测报告（2025-2032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预测报告（2025-2032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/202506/754802.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，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

便利店是位于居民区附近的实体店或提供网上购物的虚拟店，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。

我国便利店行业相关政策

为了进一步推动便利店行业的发展，我国陆续发布了多项政策，如2025年2月国务院办公厅等发布《关于推动成品油流通高质量发展的意见》在保障安全的前提下，支持加油站因站制宜设立便利店，推出便民洗车、汽配维修及保养等服务。

我国便利店行业部分相关政策情况

发布时间

发布部门

政策名称

主要内容

2023年3月

工业和信息化部等十一部门

关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见

支持企业巩固与商超、便利店、社区生鲜等传统渠道的合作，加强与大型电商平台产销对接，深化生产、流通、销售、服务全渠道布局，实现线上线下多元业态深度融合。

2023年7月

商务部等9部门

县域商业三年行动计划（2023-2025年）

鼓励电商平台、大型商贸流通企业在具备条件的县城，依托自建物流、第三方物流体系，对接本地零散的商超、便利店，精准匹配周边消费订单需求，为居民提供高效便捷的到家服务。

2023年7月

商务部等十三部门

全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023-2025)

发展"一店一早"。支持特色化、多元化的各类市场主体发展,推动品牌连锁便利店(社区超市)进社区,搭载代扣代缴、代收代发、打印复印等便民服务,提高便利化程度。以早餐店、小吃店、"便利店+早餐服务""互联网+早餐服务"等为主体,构建多层次早餐供应体系,增加网点密度,丰富早餐品种,保障居民"吃得好"。

2024年3月

商务部等9部门

关于推动农村电商高质量发展的实施意见

引导电商平台、快递企业通过供应链管理、门店升级、品牌合作等方式，改造升级农村便利

店、小超市等，拓展涉农信息服务、客货运服务、移动缴费、快递收发、小修小补等功能，健全农村信息服务体系，提高便民服务水平。

2024年4月

中国人民银行、商务部、国家外汇管理局

关于进一步优化商业领域支付服务 提升支付便利性的通知

各地商务主管部门会同中国人民银行分支机构确定大型商圈、步行街、购物中心、百货店、连锁超市和便利店、餐饮店、离境退税商店、免税商店等重点场所及重点商户名录，推动重点场所及重点商户配备受理移动支付、境内外银行卡、现金等必需的软硬件设施，保障消费者自主选择支付方式及工具。

2024年4月

商务部

关于实施数字消费提升行动的通知

鼓励即时电商与履约一体化体系建设，创新发展基于前置仓的前店后仓、便利店前置仓、无人前置仓等多种即时零售业态。

2024年6月

国家发展改革委

关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施

培育购物消费新场景,利用新技术拓展购物消费体验。完善商贸流通基础设施建设，提升传统商贸流通企业数字化水平。加强线上线下商品“同质”“同标”建设。发展即时零售、智慧超市、智慧驿站、智慧书店等新零售业态。

2024年6月

文化和旅游部、国家发展改革委、财政部等部门

关于推进旅游公共服务高质量发展的指导意见

鼓励有条件的地区在酒店大堂、便利店、租车点等设置旅游信息咨询点。

2024年11月

商务部等9部门

关于完善现代商贸流通体系推动批发零售业高质量发展的行动计划

全面推进一刻钟便民生活圈建设，引导商业资源下沉社区，重点发展“一店一早”（便利店、早餐店）、补齐“一菜一修”（菜市场、小修小补）、服务“一老一小”（养老、托育）。

2024年11月

商务部等7部门

零售业创新提升工程实施方案

鼓励超市、便利店推广“数字赋能+连锁经营”，发展“一店多能”，搭载便民服务项目，提升客流、平效和场地利用率。

2025年2月

国务院办公厅

关于推动成品油流通高质量发展的意见

在保障安全的前提下，支持加油站因站制宜设立便利店，推出便民洗车、汽配维修及保养等服务。

资料来源：观研天下整理

各省市便利店行业相关政策

我国各省市也积极响应国家政策规划,对各省市便利店行业的发展做出了具体规划,支持当地便利店行业稳定发展，比如天津市发布的《关于提升城市服务保障水平促进新市民安居乐业的若干措施》、河南省发布的《河南省提振消费专项行动实施方案》。

我国部分省市便利店行业相关政策（一）

省市

发布时间

政策名称

主要内容

北京市

2024年8月

关于北京城市副中心加快推进产业高质量发展打造“三最”营商品牌的实施细则

全面推行“一业一证”改革，制定本区改革工作方案，整合餐饮店、超市/便利店等40个行业涉及的多项行政审批，推动跨部门多事项在副中心政务中心综合窗口集成办理，实现“一次告知、一表申请、一窗受理、一网通办、一证准营、一码联动”。

天津市

2024年9月

天津市发展银发经济增进老年人福祉实施方案

深入推进城市一刻钟便民生活圈建设，完善社区商业业态功能，一圈一策、补齐短板，优先配齐便利店、菜市场、早餐店、药店等老年人关注的社区便民消费服务设施。支持商超设立老年人采购专区，支持老字号品牌在商超设立专区专柜。

2025年3月

关于提升城市服务保障水平促进新市民安居乐业的若干措施

完善社区商业业态功能，优先配齐便利店、菜市场、早餐店、药店等与居民日常生活密切相关的基本保障类业态。

山西省

2023年2月

山西省进一步加强商品过度包装治理若干措施

鼓励电商、快递企业与商业机构、便利店、物业服务企业等合作设立可循环快递包装协议回收点，投放可循环快递包装的专业化回收设施。

黑龙江省

2024年9月

关于促进服务消费高质量发展的实施意见

鼓励开设24小时便利店和深夜食堂，在店庆日、节假日期间开展“不打烊”、“夜间购物节”等促消费活动。

上海市

2024年12月

上海市社区嵌入式服务设施建设工程实施方案

支持在政府投资建设（或公建配套建成后移交政府）的社区嵌入式服务设施中设置公益便利店、就餐助餐场所、家政服务、维修服务、洗衣缝补、回收利用等与居民生活密切相关的服务业态，允许按照有关规定，引入市场经营主体开展微利经营，可给予一定的租金减免或运营补贴。

江苏省

2023年9月

关于加快邮政快递业发展进一步促进消费扩大内需的实施意见

拓展“快递+上门安装、快递+售后维保、驿站+便利店”，探索“即时递、夜间递、共同递、门店递、微仓递”等新业务模式，更好支撑体验经济、直播经济、社区经济、夜间经济等便民利商新业态。

安徽省

2024年2月

关于巩固和增强经济回升向好态势若干政策举措

推动一刻钟便民生活圈建设，对在各市确定的试点社区内新设直营连锁店分别达到10家、5家及以上的便利店、超市（含生鲜超市）品牌连锁企业，给予最高40万元补助。

山东省

2024年1月

山东省推进城市一刻钟便民生活圈建设实施方案

发展“一店一早”，推动品牌连锁便利店（社区超市）进社区，搭载代扣代缴、代收代发、打印复印等便民服务，提高便利化程度。

河南省

2025年5月

河南省提振消费专项行动实施方案

支持品牌连锁便利店加快推进品牌化、连锁化、数字化发展。

资料来源：观研天下整理

我国部分省市便利店行业相关政策（二）

省市

发布时间

政策名称

主要内容

广东省

2025年2月

广东省促进银发经济高质量发展增进老年人福祉实施方案

优化便民商业布局，鼓励发展便利店、综合超市、大众化餐饮、维修服务、家政服务、美容美发、药店、再生资源回收点等与老年人日常生活密切相关的业态。

四川省

2024年9月

四川省深入推进快递包装绿色转型工作方案

鼓励快递、电商企业与商业机构、便利店、物业服务企业等合作开展社会化包装回收体系建设，加快建成覆盖城乡的可循环快递包装回收设施，支持寄递企业联合电商企业建立积分奖励、绿色信用、押金制、承诺制等激励约束机制，提高个人消费者自主返还可循环快递包装的积极性。

贵州省

2023年12月

关于突出贵州民族文化特色大力打造“贵系列”品牌的实施意见

依托贵州企业在国内外设立的销售网点打造沉浸式、体验式、互动式营销场景，推动“贵系列”品牌精品整体进入各类知名商场、超市、便利店等，持续拓展线下营销渠道。

云南省

2023年11月

关于贯彻落实《质量强国建设纲要》的实施意见

以顾客体验为核心，推动零售业创新转型，大力发展品牌连锁便利店。

西藏自治区

2023年4月

西藏自治区关于恢复和扩大消费的若干措施

引导商超、市场、便利店等传统商贸主体加快数字化转型,开设“网上菜场”“网上餐厅”“网上超市”等线上门店,大力推广农产品“生鲜电子商务+冷链宅配”“中央厨房+食材冷链配送”等消费新模式。

宁夏回族自治区

2023年10月

关于恢复和扩大消费的若干政策措施

支持社区通过补建、购置、置换、租赁、改造等方式，积极配建便利店、菜店、食堂、邮件和快件寄递服务设施、理发店、洗衣店、健身房、药店、维修点、家政服务网点等便民商业

服务设施。

资料来源：观研天下整理（XD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。
个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。

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预测报告（2025-2032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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 中国便利店行业监管分析

第一节 中国便利店行业监管制度分析

- 一、行业主要监管体制
- 二、行业准入制度

第二节 中国便利店行业政策法规

- 一、行业主要政策法规
- 二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对便利店行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国便利店行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对便利店行业的影响分析

- 一、中国宏观经济环境
- 二、中国宏观经济环境对便利店行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对便利店行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对便利店行业的影响分析

第四节 中国便利店行业投资环境分析

第五节 中国便利店行业技术环境分析

第六节 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

第七节 中国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

第四章 2020-2024年全球便利店行业发展现状分析

- 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 2025-2032年全球便利店行业分布走势预测
- 第七节 2025-2032年全球便利店行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

- 第五章 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

第六节 中国便利店行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国便利店行业产业链及细分市场分析

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 中国便利店行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024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

第八章 2020-2024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、SWOT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

第九章 2020-2024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 2025-2032年中国便利店行业价格影响因素与走势预测

第十章 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

第十一章 2020-2024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) 华东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

第九节 2025-2032年中国便利店行业市场规模区域分布预测

第十二章 便利店行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

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 企业二

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

第三节 企业三

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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国便利店行业市场机会分析

二、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

第十四章 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 便利店行业品牌营销策略分析

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、便利店行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/754802.html>