

中国便利店行业现状深度研究与发展前景预测报告（2026-2033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发展前景预测报告（2026-2033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/202607/808416.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

前言：

当前全球便利店市场持续扩容，国内步入存量洗牌周期，呈现出门店规模增长、单店效益下滑的分化格局。受人口结构变化、理性消费升级及即时零售、零食折扣业态冲击，传统便利店客流与盈利空间持续承压。为突破发展瓶颈，国内便利店企业加速全域数字化、鲜食升级、业态融合与无人技术落地。随着行业发展逻辑持续迭代，未来核心竞争力将聚焦服务体验与场景价值，迈入高质量竞争新阶段。

一、全球范围内便利店市场发展持续向好，韩国渗透率遥遥领先

便利店是一种以便利性为核心的零售业态，主要是指在社区、商业区或交通枢纽附近开设的，提供日常生活所需商品和服务的零售门店。便利店通常面积较小，一般在几十到几百平方米之间，营业时间长，很多便利店甚至实行24小时不间断运营，旨在满足消费者随时随地的即时购物需求。

近年来，全球便利店市场发展持续向好。数据显示，2025年全球便利店市场规模已达到9820亿美元。预计到2030年，全球便利店市场规模将达到15293亿美元，2026-2030年期间年复合增长率达9.4%。观研天下分析认为，全球便利店行业持续景气的核心因素在于：即时零售与外卖业态的深度融合、数字化供应链全面升级、鲜食与自有品牌品类利润空间持续拓展，以及高密度社区网点带来的极致消费便利性。

数据来源：公开数据，观研天下整理

在全球渗透率竞争中，韩国便利店行业稳居全球首位，渗透率遥遥领先。数据显示，2025年韩国便利店数量达到5.3万家，平均每971人就拥有一家便利店。

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、中国便利店行业进入存量竞争调整阶段，规模扩容与效益下滑并存，整体盈利压力陡增
聚焦国内：我国便利店行业已告别高速增量扩张阶段，步入存量竞争调整周期。从行业规模大盘来看，门店总量仍保持稳步增长，但扩张增速已明显放缓。截至2025年12月31日，我国便利店Top100企业门店总数达20.8万家，比上年净增约1.1万家，增幅为5.6%，增幅较上一年下降2.1个百分点。

数据来源：中国连锁经营协会，观研天下整理

与门店规模稳步增长形成鲜明反差的，是行业单店经营效益的持续走低。数据显示，2025年我国便利店单日销售额降至4453元，同比下降3.9%；包括美宜佳、天福、罗森、全家、7-ELEVEn等在内的样本企业，单日来客数（人/店/日）同比下降8.7%，客单价（元/人/单）同比下降0.2%。

数据来源：国际会计师事务所毕马威，中国连锁经营协会，观研天下整理

数据来源：国际会计师事务所毕马威，中国连锁经营协会，观研天下整理

步入2026年上半年，行业内的经营分化态势进一步加剧，市场格局从“普遍增长”转向“冷暖不均”。数据显示，当期销售额同比增长的企业占比仅为46.7%，销售额下降的企业占比达到50%，下滑企业数量首次反超增长企业，行业洗牌的信号清晰显现。从增长结构来看，实现销售额正增长的企业集中在两个极端：20%的企业能维持5%以内的小幅增长，18.3%的企业凭借差异化运营实现了10%以上的高速增长；而亏损主力则集中在销售额同比下降5%-10%区间，占比高达26.7%，大量缺乏核心竞争力的门店正逐步被市场淘汰。

数据来源：中国连锁经营协会，观研天下整理

从盈利维度来看，行业整体盈利压力陡增。数据显示，行业内净利润实现增长的企业占比持续缩水，从2024年的45.0%大幅降至2026年上半年的25.0%；与之相对，净利润同比下降的企业占比从36.7%攀升至60.0%。这意味着过去靠规模摊薄成本的路径已经失效，不少品牌陷入“开新店亏、守老店也亏”的两难境地，如何在存量市场里挖掘单店的盈利潜力，已经成为所有便利店经营者必须直面的核心命题。

数据来源：中国连锁经营协会，观研天下整理

三、业态分流效应显著，便利店行业传统核心优势正被持续消解

国内便利店行业客流下滑、效益走低的困境，并非业态自身缺陷导致，核心源于外部消费环境与竞争格局的剧变，行业传统核心优势被持续消解。总体来看，当前我国便利店行业正面临三重核心挑战：一是人口结构变化；二是居民理性消费崛起；三是即时零售等新兴业态爆发式冲击。

资料来源：公开资料，观研天下整理

具体来看：

人口与消费变革，基础消费盘承压。人口负增长态势持续、年轻消费群体规模增速放缓，直接影响便利店高频刚需消费基本盘。不过从长期人口结构来看，老龄化程度持续加深将重塑零售消费格局，银发经济有望成为便利店行业全新增量赛道。与此同时，居民消费日趋理性，冲动消费、即时随意消费频次下降，消费者更注重性价比与消费价值，对便利店溢价商品接受度降低，进一步压缩门店盈利空间。

即时零售、零食折扣店等爆发，业态分流效应显著。在即时零售方面：经过近几年发展，互联网巨头将零售赛道竞争从餐饮外卖延伸至全品类即时零售，依托流量优势与成熟履约网络，全面替代便利店的传统便利属性，大幅分流线下到店客流。在外卖场景中，咖啡、饮料、

早餐等便利店核心品类受冲击最为明显，平台补贴带来的价格优势叠加送货上门的极致便利，即便线下门店地理位置更近，消费者仍大量选择线上下单，线下客流被持续截留。在综合零售场景，美团、阿里、京东等平台搭建起覆盖食品饮料、日用百货、应急用品的半小时即时履约网络，全面覆盖便利店传统高频刚需场景。同时，各大平台加速线下业态布局，京东改造线下门店打造前置仓模式，美团、阿里推出松鼠便利、淘宝便利店等对标业态，持续挤压传统便利店生存空间。

零食折扣店则凭借极致性价比，在同品类商品上对便利店同类商品销量形成明显分流冲击。零食折扣店专注于食品饮料，凭借源头直采、规模化集采的供应链优势，以及薄利多销的策略，以大幅低于便利店的终端售价，分流了囤货型与价格敏感型消费者。

近几年来，我国零食折扣赛道整体开店节奏明显加快，既有以硬折扣模式鼻祖奥乐齐（ALDI）为代表的传统零售企业持续加密网点，又有盒马超盒算NB、美团快乐猴超市、京东折扣超市等互联网玩家加速布局。

当前零食折扣赛道已形成双寡头扩张格局。鸣鸣很忙集团财报显示，截至2025年12月31日，鸣鸣很忙旗下零食很忙、赵一鸣零食两大品牌门店总数达21948家，2025年全年净增门店超7500家。据万辰集团港交所招股书，截至2026年2月28日，万辰旗下好想来、老婆大人等品牌门店总数已突破19500家。目前两大集团合计门店总量超4万家，持续向社区、校园等场景渗透，营业时间不断拉长，与传统便利店的业态竞争边界日趋模糊。

四、企业多维转型破解经营困境，未来便利店行业核心竞争将从“商品竞争”转向“空间、服务、情绪的综合价值竞争”

面对严峻的存量竞争与外部业态冲击，我国便利店企业主动调整经营策略，重点从线上渠道布局、商品力升级、业态跨界融合、云值守技术落地四大方向实现突破转型。具体如下：
线上渠道布局：针对即时零售的冲击，行业普遍采取“全域融合”策略，主动布局线上渠道、突破时空经营限制。截至2025年底，近四成便利店样本企业开通即时零售业务，样本企业整体即时零售销售占比接近四成，线上营收同比增长11%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理

商品力升级：商品力是便利店核心竞争力。因此提升商品力，尤其是强化鲜食品类，成为便利店企业突围的一大策略。当前行业的整体趋势是从标准化包装鲜食向现制餐饮升级，让便利店逐步成为消费者身边的“小食堂”。目前，罗森、7-ELEVEN、全家等头部品牌已率先完成鲜食赛道布局，形成差异化竞争优势。

业态跨界融合：便利店通过叠加咖啡、生鲜、小酒馆等高客流业态，有效提升到店客流、丰富营收结构。其中咖啡业态融合最为成熟，并形成两类主流模式：7-CAFE、罗森等头部品

牌采用自营重资产模式，保障品质与利润，但投入成本更高；美宜佳等区域品牌则选择轻资产联营模式，通过引入外部咖啡品牌开设店中店，低成本实现客流与品类升级。

云值守技术落地：随着云值守技术在便利店行业的落地普及，越来越多品牌将其纳入门店标准化运营体系，依托远程值守、智能核验的技术能力，打破传统门店的人力营业时间壁垒，进一步延伸全时段经营场景。数据显示，2025年我国24小时便利店门店数量已达55669家，同比实现4.6%的稳步增长，云值守技术已成为支撑全时段经营的核心底层支撑。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理（WW）

不过，目前我国便利店行业转型仍存在同质化严重、盈利增收效果有限等短板，突围之路道阻且长。此外，当前我国便利店行业创新大多集中在商品端，对客户服务、消费体验、情绪价值的挖掘不足，未来行业核心竞争将从“商品竞争”转向“空间、服务、情绪的综合价值竞争”。一方面，当下消费者对“便利”的定义，已突破地理、时间的浅层便捷，更追求需求即时满足与情绪治愈的双重价值，便利店正从单纯的生活补给站，转型为具备陪伴属性的城市生活公共空间。另一方面，便利店高密度、广覆盖、全天候的网点优势，使其成为城市公共服务的重要补充，可承接深夜消费、极端天气、突发应急等各类场景需求。2025年9月，商务部等9部门发文，明确将便利店纳入城市一刻钟便民生活圈建设与民生应急保供体系，便利店的公共服务价值得到官方认可，未来社区服务属性将持续强化。

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。

· 关于行业报告

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的必备工具，本报告是全面了解本行业、制定正确竞争战略和投资决策的重要依据。

· 报告内容涵盖

观研报告网发布的《中国便利店行业现状深度研究与发展前景预测报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，帮助业内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。

· 报告数据来源

报告数据来源包括：国家统计局、海关总署等国家统计局部门；行业协会、研究院所等业内权威机构；各方合作数据库以及观研天下自有的数据中心；以及对业内专家访谈调研的一手数据信息等。

我们的数据已被官方媒体、证券机构、上市公司、高校部门等多方认可并广泛引用。（如需数据引用案例请联系观研天下客服索取）

报告主要图表介绍

图（部分）

表（部分）

2021-2025年行业市场规模

行业相关政策

2021-2025年行业产量

行业相关标准

2021-2025年行业销量

PEST模型分析结论

2025年行业成本结构情况

行业所属行业企业数量分析

2021-2025年行业平均价格走势

行业所属行业资产规模分析

2021-2025年行业毛利率走势

行业所属行业流动资产分析

2021-2025年行业细分市场1市场规模

行业所属行业销售规模分析

2026-2033年行业细分市场1市场规模及增速预测

行业所属行业负债规模分析

2021-2025年行业细分市场2市场规模

行业所属行业利润规模分析

2026-2033年行业细分市场2市场规模及增速预测

所属行业产值分析

2021-2025年全球行业市场规模

所属行业盈利能力分析

2025年全球行业区域市场规模分布

所属行业偿债能力分析

2021-2025年亚洲行业市场规模

所属行业营运能力分析

2026-2033年亚洲行业市场规模预测

所属行业发展能力分析

2021-2025年北美行业市场规模

企业1营业收入构成情况

2026-2033年北美行业市场规模预测

企业1主要经济指标分析

2021-2025年欧洲行业市场规模

企业1盈利能力分析

2026-2033年欧洲行业市场规模预测

企业1偿债能力分析

2026-2033年全球行业市场规模分布预测

企业1运营能力分析

2026-2033年全球行业市场规模预测

企业1成长能力分析

2025年行业区域市场规模占比

企业2营业收入构成情况

2021-2025年华东地区行业市场规模

企业2主要经济指标分析

2026-2033年华东地区行业市场规模预测

企业2盈利能力分析

2021-2025年华中地区行业市场规模

企业2偿债能力分析

2026-2033年华中地区行业市场规模预测

企业2运营能力分析

2021-2025年华南地区行业市场规模

企业2成长能力分析

2026-2033年华南地区行业市场规模预测

企业3营业收入构成情况

2021-2025年华北地区行业市场规模

企业3主要经济指标分析

2026-2033年华北地区行业市场规模预测

企业3盈利能力分析

2021-2025年东北地区行业市场规模

企业3偿债能力分析
2026-2033年东北地区行业市场规模预测
企业3运营能力分析
2021-2025年西南地区行业市场规模
企业3成长能力分析
2026-2033年西南地区行业市场规模预测
企业4营业收入构成情况
2021-2025年西北地区行业市场规模
企业4主要经济指标分析
2026-2033年西北地区行业市场规模预测
企业4盈利能力分析
2026-2033年行业市场分布预测
企业4偿债能力分析
2026-2033年行业投资增速预测
企业4运营能力分析
2026-2033年行业市场规模及增速预测
企业4成长能力分析
2026-2033年行业产值规模及增速预测
企业5营业收入构成情况
2026-2033年行业成本走势预测
企业5主要经济指标分析
2026-2033年行业平均价格走势预测
企业5盈利能力分析
2026-2033年行业毛利率走势
企业5偿债能力分析
行业所属生命周期
企业5运营能力分析
行业SWOT分析
企业5成长能力分析
行业产业链图
企业6营业收入构成情况
.....
.....
图表数量合计
130+

· 关于我们

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以及十四年的数据累积资源，研究领域覆盖到各大小细分行业，已经为上万家企业单位、政府部门、咨询机构、金融机构、行业协会、高等院校、行业投资者等提供了专业的报告及定制报告，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 行业基本情况与监管】

第一章 便利店 行业基本情况介绍

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 行业供需主体介绍

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

第二节 中国便利店 行业发展历程

第三节 中国便利店行业经济地位分析

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】

第三章中国便利店 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国便利店 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国便利店 行业环境分析结论

第四章 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 行业规模分布

一、2021-2025年全球便利店 行业规模

二、全球便利店 行业市场区域分布

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、2021-2025年亚洲便利店 行业市场规模与需求分析

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、2021-2025年北美便利店 行业市场规模与需求分析

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、2021-2025年欧洲便利店 行业市场规模与需求分析

三、欧洲便利店 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球便利店 行业分布走势预测

第七节 2026-2033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 行业发展介绍

一、便利店行业发展特点分析

二、便利店行业技术现状与创新情况分析

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、2021-2025年中国便利店 行业市场规模

三、中国便利店行业市场规模数据解读

第三节 中国便利店 行业供应情况分析

一、2021-2025年中国便利店 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、2021-2025年中国便利店 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

第六章 中国便利店 行业经济指标与需求特点分析

第一节 中国便利店 行业市场动态情况

第二节 便利店 行业成本与价格分析

一、便利店行业价格影响因素分析

二、便利店行业成本结构分析

三、2021-2025年中国便利店 行业价格现状分析

第三节 便利店 行业盈利能力分析

一、便利店 行业的盈利性分析

二、便利店 行业附加值的提升空间分析

第四节 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

第五节 中国便利店 行业的经济周期分析

第七章 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、中国便利店 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1.2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

（细分市场划分详情请咨询观研天下客服）

第八章 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

第四节 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 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、2021-2025年华东地区便利店 行业市场规模

2、华东地区便利店 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区便利店 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、2021-2025年华中地区便利店 行业市场规模

2、华中地区便利店 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区便利店 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、2021-2025年华南地区便利店 行业市场规模
- 2、华南地区便利店 行业市场现状
- 3、2026-2033年华南地区便利店 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

- 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、2021-2025年华北地区便利店 行业市场规模
 - 2、华北地区便利店 行业市场现状
 - 3、2026-2033年华北地区便利店 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、2021-2025年东北地区便利店 行业市场规模
 - 2、东北地区便利店 行业市场现状
 - 3、2026-2033年东北地区便利店 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、2021-2025年西南地区便利店 行业市场规模
 - 2、西南地区便利店 行业市场现状
 - 3、2026-2033年西南地区便利店 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、2021-2025年西北地区便利店 行业市场规模
 - 2、西北地区便利店 行业市场现状
 - 3、2026-2033年西北地区便利店 行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国便利店 行业市场规模区域分布预测

第十一章 便利店 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

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2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国便利店 行业发展前景分析与预测

第一节 中国便利店 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国便利店 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国便利店 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国便利店 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国便利店 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国便利店 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国便利店 行业成本与价格预测

一、2026-2033年中国便利店 行业成本走势预测

二、2026-2033年中国便利店 行业价格走势预测

第五节 2026-2033年中国便利店 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国便利店 行业需求偏好预测

第十三章 中国便利店 行业研究总结

第一节 观研天下中国便利店 行业投资机会分析

一、未来便利店	行业国内市场机会
二、未来便利店行业海外市场机会	
第二节 中国便利店	行业生命周期分析
第三节 中国便利店	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述	
二、行业优势	
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
第四节 中国便利店	行业进入壁垒与应对策略
第五节 中国便利店	行业存在的问题与解决策略
第六节 观研天下中国便利店	行业投资价值结论
第十四章 中国便利店	行业风险及投资策略建议
第一节 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	
第二节 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
五、便利店	行业风险应对策略
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	