2026-2031年中国便利店行业发展前景与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国便利店行业概念界定及发展环境剖析
1.1 中国便利店行业概念界定
1.1.1 便利店的概念界定
1.1.2 便利店的业态分类
1.2 中国便利店行业的不同经营模式
1.3 行业所属的国民经济分类
1.4 本报告数据来源及统计标准说明
1.4.1 本报告权威数据来源
1.4.2 本报告研究方法及统计标准说明
1.5 中国便利店行业的发展环境剖析
1.5.1 中国便利店行业政策环境剖析
（1）便利店行业监管体制及监管机构介绍
（2）便利店行业相关标准汇总
（3）便利店行业国家政策汇总
（4）便利店行业地方政策汇总
（5）政策环境对行业发展的影响分析
1.5.2 中国便利店行业经济环境剖析
（1）中国GDP及增长情况
（2）中国居民消费价格（CPI）
（3）社会消费零售总额
（4）中国经济发展展望
（5）国际机构对中国GDP增速预测
（6）国内机构对中国宏观经济指标增速预测
（7）行业发展与宏观经济相关性分析
1.5.3 中国便利店行业社会环境剖析
（1）中国人口规模及结构
（2）中国城镇化水平发展
（3）中国居民人均可支配收入
（4）中国居民人均消费支出及结构
（5）中国消费升级发展现状及其对便利店行业发展的影响
（6）中国线上经济发展现状及其对便利店行业的影响
（7）社会环境对便利店行业的影响总结
1.5.4 中国便利店行业技术环境剖析
（1）影响便利店行业发展的关键技术分析
（2）便利店相关专利的申请及公开情况
（3）便利店技术发展趋势
第2章：全球便利店行业发展现状及经验启示
2.1 全球便利店行业发展情况
2.1.1 全球便利店的概述及分类
2.1.2 全球便利店的发展特点
2.2 全球便利店行业发展现状
2.2.1 全球便利店行业发展规模
2.2.2 全球便利店发展区域情况
（1）主要国家便利店销售额
（2）主要国家便利店门店数量
2.2.3 全球便利店市场渗透率
2.2.4 全球便利店产品结构分布
2.3 全球便利店市场竞争格局分析
2.3.1 全球便利店行业企业竞争格局
2.3.2 全球便利店行业区域发展格局及代表性区域发展现状
2.4 日本便利店行业发展及经验借鉴

2.4.1 日本零售业态的发展历程及特点
2.4.2 日本便利店发展现状
（1）日本便利店数量
（2）日本便利店销售额
（3）日本便利店客流量
（4）日本便利店客单价
（5）日本便利店销售商品结构
2.4.3 日本便利店的竞争格局
2.4.4 日本便利店行业的成功经验
（1）开放加盟：实现盈利和标准化扩张的关键
（2）规模效应：区域密集扩店和共同配送提高运营效率
（3）便利店特有“多温区+小量多次共同配送”模式有效提高物流效率
2.5 便利店行业代表性企业案例分析
2.5.1 7-Eleven
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况
（3）企业业务结构及销售网络布局
（4）企业在华投资情况
2.5.2 全家FamilyMart
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况
（3）企业业务结构及销售网络布局
（4）企业在华投资情况
2.5.3 罗森lawson
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况
（3）企业销售产品结构及销售网络布局
（4）企业在华投资情况
2.6 全球便利店行业发展趋势前景及经验借鉴分析
2.6.1 全球便利店行业发展趋势
（1）连锁化趋势
（2）营销手段日益丰富
（3）信息技术应用
（4）国际化趋势
（5）规模攀升
2.6.2 全球便利店市场前景预测
第3章：中国便利店行业发展现状解析
3.1 中国便利店发展历程及现状
3.1.1 中国便利店发展历程
3.1.2 中国便利店发展现状
（1）中国便利店门店数量
（2）中国便利店市场渗透率
（3）中国便利店销售收入
（4）中国便利店毛利率
（5）中国便利店单店营收
3.2 中国便利店市场经营特点
3.2.1 中国便利店品类结构
3.2.2 中国便利店门店分布
3.2.3 中国便利店覆盖范围
3.2.4 中国便利店会员体系
3.2.5 中国便利店线上业务
3.2.6 中国便利店客单价
3.2.7 中国便利店日均客流量
3.3 便利店行业市场发展痛点分析
第4章：中国便利店行业竞争状态及竞争格局分布
4.1 中国便利店行业波特五力模型分析
4.1.1 现有竞争者之间的竞争
4.1.2 关键要素的供应商议价能力分析
4.1.3 消费者议价能力分析

4.1.4 行业潜在进入者分析
4.1.5 替代品风险分析
4.1.6 竞争情况总结
4.2 中国便利店行业投融资、兼并与重组分析
4.2.1 中国便利店行业投融资现状
（1）投融资规模
（2）投融资事件汇总
（3）投融资所处阶段
（4）投融资领域分布
4.2.2 中国便利店行业行业兼并与重组
（1）兼并与重组规模分析
（2）兼并重组事件汇总
（3）兼并重组事件案例分析
4.3 中国便利店行业区域市场竞争格局
4.3.1 中国便利店区域分布情况
4.3.2 中国便利店区域代表性企业
4.4 中国便利店行业业态的竞争格局
4.4.1 传统便利店与新型数字便利店
4.4.2 普通便利店与无人智能便利店
4.5 中国便利店行业企业竞争格局
4.5.1 中国便利店行业整体竞争格局
（1）中国便利店企业排名情况
（2）中国便利店企业竞争派系
4.5.2 中国本土品牌与外资品牌的竞争
（1）中国本土品牌和外资品牌模式对比
（2）中国本土品牌和外资品牌优劣势对比
4.6 中国便利店行业市场集中度分析
第5章：便利店行业产业链全景预览及上游市场解析
5.1 中国便利店行业产业链全景预览
5.1.1 中国便利店产业链分析
5.1.2 中国便利店产业链企业情况
5.2 中国便利店行业供应市场
5.2.1 中国便利店上游供应产品类型
5.2.2 中国便利店上游产品供给现状
5.2.3 中国便利店上游供应链流程
5.2.4 中国便利店上游供应市场对行业运营的影响
5.3 中国便利店行业配送市场
5.3.1 中国便利店上游配送市场发展现状
5.3.2 中国便利店上游配送情况分析
5.3.3 中国便利店下游配送情况分析
5.3.4 中国便利店配送对行业的影响分析
第6章：便利店行业不同业态发展现状及市场前景解析
6.1 便利店行业不同模式劣势与竞争力对比
6.2 便利店行业主要业态的发展现状及市场潜力分析
6.2.1 本土便利店
（1）发展现状
（2）发展趋势与前景
6.2.2 新型便利店
（1）发展现状
（2）发展趋势与前景
6.2.3 夫妻便利店
（1）发展现状
（2）发展趋势与前景
6.3 便利店行业自营及加盟发展现状
6.3.1 中国便利店行业自营及加盟分布情况
6.3.2 中国便利店加盟方式的优势分析
6.3.3 中国便利店加盟方式的发展前景
第7章：便利店行业重点区域市场发展现状及潜力解析
7.1 便利店行业重点城市发展情况

7.1.1 中国便利店行业城市发展情况
7.1.2 中国便利店行业城市排名情况
7.2 便利店行业重点区域市场发展现状及发展潜力
7.2.1 广东省便利店行业发展情况
（1）广东省发展环境剖析
（2）广东省连锁便利店经营情况
（3）广东省便利店行业市场情况
（4）广东省便利店行业市场发展潜力
7.2.2 江苏省便利店行业发展情况
（1）江苏省发展环境剖析
（2）江苏省连锁便利店经营情况
（3）江苏省便利店行业市场情况
（4）江苏省便利店行业市场发展潜力
7.2.3 上海市便利店行业发展情况
（1）上海市发展环境剖析
（2）上海市连锁便利店经营情况
（3）上海市便利店行业市场情况
（4）上海市便利店市场发展潜力
7.2.4 北京市便利店行业发展情况
（1）北京市发展环境剖析
（2）北京市连锁便利店经营情况
（3）北京市便利店行业市场情况
（4）北京市便利店市场发展潜力
第8章：便利店行业供应链代表性企业案例研究
8.1 便利店行业代表性企业主要发展指标对比
8.2 便利店行业代表性企业案例研究
8.2.1 中石化易捷销售有限公司（易捷）
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务布局
（4）企业便利店销售区域
（5）企业发展便利店业务的优劣势分析
8.2.2 中石油昆仑好客有限公司（昆仑好客）
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务布局
（4）企业便利店销售布局
（5）企业发展便利店业务的优劣势分析
8.2.3 美宜佳控股有限公司（美宜佳）
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业便利店业务模式
（4）企业便利店销售布局
（5）企业发展便利店业务的优劣势分析
8.2.4 广东天福连锁商业集团有限公司（天福）
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业便利店业务模式
（4）企业便利店销售布局
（5）企业发展便利店业务的优劣势分析
8.2.5 成都红旗连锁股份有限公司（红旗连锁）
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业业务架构
（3）企业经营情况分析
（4）企业便利店业务布局
（5）企业便利店销售布局
（6）企业发展便利店业务的优劣势分析
8.2.6 十足集团有限公司（十足、之上）
（1）企业发展历程及基本信息

（2）企业经营情况分析
（3）企业便利店业务模式
（4）企业便利店销售布局
（5）企业发展便利店业务的优劣势分析
8.2.7 北京便利蜂连锁商业有限公司（便利蜂）
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业便利店业务布局
（4）企业便利店销售布局
（5）企业发展便利店业务的优劣势分析
第9章：便利店行业趋势前景及投资机会研究
9.1 中国便利店行业投资潜力分析
9.1.1 行业投资促进因素分析
（1）政策因素
（2）社会因素
（3）科技因素
9.1.2 行业投资制约因素分析
（1）市场因素
（2）消费因素
（3）竞争因素
（4）疫情因素
9.2 中国便利店发展前景预测
9.2.1 行业市场规模预测
9.2.2 行业发展趋势预测
9.3 中国便利店投资特性分析
9.3.1 行业进入壁垒分析
（1）品牌壁垒
（2）规模壁垒
（3）位置壁垒
（4）采购壁垒
（5）人才壁垒
9.3.2 行业投资风险预警
9.4 中国便利店投资价值与投资机会
9.4.1 产业链投资机会分析
9.4.2 重点区域投资机会分析
9.4.3 细分市场投资机会分析
9.5 便利店投资策略与可持续发展建议
9.5.1 行业投资策略建议
（1）不断发展优化“即食”和“自有品牌”商品，提升毛利率水平
（2）利用与外资品牌合作及横向整合实现跨域区发展
（3）消费人群的多样化带动需求延伸，积极开发便民利民的多样服务
9.5.2 行业可持续发展建议
（1）政府层面
（2）行业层面
（3）企业层面

图表目录

图表1：商务部对便利店的定义
图表2：商务部——零售业态分类标准
图表3：不同类型便利店经营模式优劣势对比
图表4：《国民经济行业分类与代码》中便利店行业归属
图表5：本报告权威数据资料来源汇总
图表6：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表7：中国便利店行业监管体系构成
图表8：中国便利店行业主管部门

图表9：中国便利店行业自律组织
图表10：截至2025年中国便利店行业标准体系建设（单位：项，%）
图表11：截至2025年中国便利店行业标准汇总
图表12：截至2025年便利店行业国家政策汇总
图表13：截至2025年便利店行业地方政策汇总
图表14：政策环境对中国便利店的行业发展的影响总结
图表15：2013-2025年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表16：2021-2025年中国CPI变化情况（单位：%）
图表17：2013-2025年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）
图表18：部分国际机构对2022-2025年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表19：2025年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）
图表20：2021-2025年中国GDP增速及便利店行业销售增速（单位：%）
图表21：2014-2025年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）
图表22：2014-2025年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）
图表23：中国城市化进程发展阶段
图表24：2014-2025年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表25：2013-2025年中国居民人均消费支出（单位：元）
图表26：2016-2025年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表27：中国消费升级演进趋势
图表28：2018-2025年中国实物商品网上零售额及占社会消费品零售额比重（单位：亿元，%）
图表29：社会环境对便利店行业发展的影响分析
图表30：便利店行业发展关键技术简析
图表31：2016-2025年便利店行业专利申请数量（单位：件）
图表32：截至2025年中国便利店行业专利申请TOP 10（单位：件，%）
图表33：截至2025年中国便利店行业专利申请TOP 10（单位：件，%）
图表34：技术环境对中国便利店行业发展的影响总结
图表35：全球便利店的分类（单位：平方英尺，小时）
图表36：2025年全球便利店行业发展特点（单位：%）
图表37：2019-2025年全球便利店市场规模（单位：亿美元，%）
图表38：2021-2025年全球便利店市场主要地区销售额（单位：亿美元）
图表39：2021-2025年全球便利店市场主要地区门店（单位：万家）
图表40：2025年主要国家便利店渗透率（单位：人/家）
图表41：2025年全球便利店产品结构（单位：%）
图表42：全球便利店行业企业竞争格局（单位：家）
图表43：全球主要国家地区便利店品牌列表
图表44：全球主要国家便利店发展情况
图表45：日本零售业态发展历程
图表46：2017-2025年日本便利店数量及增速（单位：家，%）
图表47：2018-2025年日本便利店销售收入（单位：亿日元，%）
图表48：2019-2025年日本便利店行业市场渗透率变化趋势（单位：人/店）
图表49：2018-2025年日本便利店平均客单价（单位：日元，%）
图表50：日本便利店销售产品介绍
图表51：2025年日本便利店销售商品构成（单位：%）
图表52：2025年日本便利店市场竞争格局（按门店数量）（单位：家，%）
图表53：多温区+小量多次共同配送模式
图表54：7-Eleven发展历程
图表55：2018-2025年-Eleven日本本土株式会社销售收入（单位：亿日元，%）
图表56：截至2025年-Eleven全球布局情况（单位：家）
图表57：7-Eleven中国设立公司情况
图表58：截至2025年-Eleven在中国大陆便利店投资情况（单位：家）
图表59：全家FamilyMart企业基本信息
图表60：2018-2025年财年全家营收情况（单位：亿日元，%）
图表61：2019-2025年全家店铺数量（单位：家）
图表62：2021-2025年财年全家营业收入业务分布情况（单位：%）
图表63：全家销售额产品分布情况（单位：%）
图表64：截至2025年-Eleven在中国大陆便利店投资情况（单位：家）
图表65：2018-2025年财年罗森业绩情况（单位：亿日元）
图表66：2018-2025年财年罗森店铺分布情况（单位：家）
图表67：2021财年罗森集团产品结构（单位：%）

图表68：2021-2025年财年罗森全球店铺分布情况（单位：家）
图表69：罗森在华投资事件总结
图表70：截至2025年中国罗森便利店地区分布情况（单位：%）
图表71：2026-2031年全球便利店市场规模预测（单位：亿美元）
图表72：中国便利店发展历程
图表73：2019-2025年中国传统便利店门店数量变化趋势（单位：万家，%）
图表74：2019-2025年中国便利店行业市场覆盖人口变化趋势（单位：人/店）
图表75：2019-2025年中国便利店行业销售额（含石油系）走势（单位：亿元，%）
图表76：2021-2025年中国便利店行业样本企业毛利率及净利率水平（单位：%）
图表77：2021-2025年中国便利店行业样本企业费用构成（单位：%）
图表78：2019-2025年中国品牌连锁便利店平均单店日营收（单位：元/店/日）
图表79：2021-2025年调研样本企业年销售额分布（单位：亿元，%）
图表80：2021-2025年调研样本企业门店数量分布（单位：家，%）
图表81：2021-2025年中国便利店行业样本企业各品类销售占比（单位：%）
图表82：2021-2025年中国便利店行业样本企业不同门店类型分布（单位：%）
图表83：2021-2025年中国便利店行业单个样本企业平均覆盖城市和省份数量（单位：个）
图表84：2021-2025年中国便利店行业样本企业有会员体系的比例（单位：%）
图表85：2021-2025年中国便利店行业有会员体系样本企业会员销售占比（单位：%）
图表86：2020-2025年中国便利店行业样本企业开通线上业务情况（单位：%）
图表87：2025年中国便利店行业样本企业线上业务运营情况（单位：%）
图表88：2021-2025年中国与日本便利店人均消费水平对比（单位：元）
图表89：2021-2025年中国与日本便利店日均客流量对比（单位：人/店/日）
图表90：中国便利店行业发展痛点分析
图表91：便利店行业现有企业的竞争分析表
图表92：便利店行业对上游议价能力分析表
图表93：便利店行业对下游议价能力分析表
图表94：便利店行业潜在进入者威胁分析表
图表95：中国便利店行业五力竞争综合分析
图表96：2017-2025年中国便利店行业投融资数量及规模（单位：起，亿元）
图表97：2021-2025年中国便利店行业融资事件汇总（单位：万美元，人民币）
图表98：2021-2025年中国便利店行业投融资事件所处阶段占比情况（单位：起）
图表99：2021-2025年中国便利店行业投融资事件所处领域分布（单位：%）
图表100：2020-2025年中国便利店上市公司兼并与重组事件数量及规模（单位：起，亿元）
图表101：截至2025年中国便利店行业并购事件（单位：%）
图表102：中国便利店公司兼并与重组案例分析（单位：%）
图表103：2025年中国便利店企业分布情况
图表104：中国便利店产业链代表性企业区域热力分布图
图表105：传统及新型便利店竞争力及劣势对比
图表106：普通便利店与无人便利店模式对比（单位：平方米）
图表107：普通便利店与无人便利店模式对比（单位：平方米，%，个）
图表108：2021-2025年中国各地区便利店企业门店数量及地区分布情况（单位：家）
图表109：中国便利店企业竞争派系
图表110：外资品牌和本土品牌竞争对比
图表111：外资品牌和本土品牌优劣势对比
图表112：2019-2025年中国便利店行业市场集中度（按门店数量）（单位：%）
图表113：我国便利店行业产业链示意图
图表114：中国便利店行业供应链代表性企业及产品类型
图表115：便利店产品主要分类及属性（按是否自有分类）
图表116：便利店产品主要分类及属性（按市场需求分类）
图表117：2025年全国限额以上单位商品规模同比增速（单位：%）
图表118：便利店供应链管理流程分析
图表119：中国便利店行业上游供应对行业影响
图表120：2016-2025年中国便利店商品购进总额按配送方式分布（单位：%）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！