

中国便利店行业发展趋势分析与投资前景研究报告（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《中国便利店行业发展趋势分析与投资前景研究报告（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/202504/748932.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

一、便利店正以独特优势占据愈发关键的地位，销售额不断增长

便利店(外文名：Convenience Store)是指为位于居民区、学校、客流量大地区开设的方便客户购买消费品和服务的“小型超市”。便利店是一种零售业态，为我们日常生活提供极大的便利。其不仅是满足居民日常消费需求的重要场所，更是反映区域经济活力与消费趋势的一扇窗口。

近年来，随着支持城乡社区便利店建设相关政策的推行、居民可支配收入和消费能力稳步提升以及我国城镇化率提高，便利店作为贴近居民生活的重要商业形态，正以独特优势占据愈发关键的地位。2023年我国便利店销售额达4248亿元，同比增速为11%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、扩张依然是行业主流，便利店门店数继续增加

2018-2023年我国便利店门店数量从12.2万家增长到了32.1万家，连续六年门店数量稳定增长。2024年，我国便利店门店数继续增加，有80%的企业门店数量依然增长。在净增的9570家门店中，1000家门店以上规模的企业占8510家，占净增门店总数的89%。

数据来源：毕马威&中国连锁经营协会，观研天下整理

三、行业经营能力较2023年有所下降，只有70%便利店企业实现收入增长

尽管门店数量继续增长，但2024年我国便利店经营能力和盈利能力有所下降。此前中国连锁经营协会对60家便利店企业2024年的经营情况进行了调研，涉及门店数12.4万家。数据显示，2024年70%的便利店企业实现收入增长，45%的便利店企业实现净利润增长，均相比2023年有所下降。

数据来源：中国连锁经营协会，观研天下整理

数据来源：中国连锁经营协会，观研天下整理

四、渗透率仍较低，未来仍有一定的提升空间

近年我国大陆地区便利店渗透率不断提升。数据显示，2023年我国便利店覆盖人数为4441人/店，与2022年的4751人/店相比，便利店网络覆盖增长势头明显。但值得主义的是，与美国的2286人/店、日本的2197人/店相比，我国仍有较大差距，渗透率仍有一定提升空间。

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

五、DeepSeek等AI崛起,将给便利店行业带来无限可能

最近，AI可谓火遍全球。2025年开年，中国AI企业的DeepSeek仿佛一记惊雷，带领中国AI直接冲上全球顶流舞台！这不仅让中国在AI领域站稳了脚跟，还给各行各业带来了翻天覆地的变化。

在AI的广阔领域中，DeepSeek如同一颗璀璨的新星，吸引着众人的目光，也给便利店行业带来了无限可能。据了解，DeepSeek的开源且在达到与GPT同等水平能力后开源，使得零售领域创业者无需从头研发复杂的AI技术，能直接站在其肩膀上进行开发，大大降低了开发智能零售应用的成本，比如构建智能客服系统、精准营销系统等的成本。

DeepSeek	为便利店等零售创业带来的独特优势	独特优势	具体方面
降本利器：开发与运营成本双降			

在应用开发方面，以往创业者若想打造智能零售应用，往往需要投入大量资金和人力进行AI 技术研发，从算法设计到模型训练，每一个环节都需要专业的技术团队和高昂的硬件成本。而 DeepSeek 的出现改变了这一局面，它在达到与 GPT 同等水平能力后开源，创业者无需从头研发复杂的 AI 技术，能够直接站在其肩膀上进行开发，这大大降低了开发智能零售应用的成本，比如构建智能客服系统、精准营销系统等，都能节省大量的研发资金和时间成本。

在运营成本方面，DeepSeek 的创新技术能够极快地降低 2B、2C 的 AI 应用成本。零售创业者可以利用 DeepSeek 的智能算法优化库存管理，通过对历史销售数据、市场趋势和消费者需求的精准分析，预测商品的销售量，从而合理调整库存水平，减少库存积压和缺货现象，降低库存成本。同时，DeepSeek

还可以优化物流配送路径，提高配送效率，降低物流成本，使创业者能够更经济高效地利用 AI 技术来优化运营。效率飙升：营销与服务更精准 在客户服务方面，DeepSeek 可以帮助创业者开发更智能的客服系统。智能客服能够快速准确地响应客户咨询和问题，解答客户关于商品信息、使用方法、售后服务等方面的疑问，提升客户满意度。同时，智能客服还可以通过对客户反馈的分析，不断优化服务流程和内容，提高服务质量。而且，智能客服的使用可以减少人工客服成本，让创业者能够将更多的资源投入到核心业务的发展中。

效率飙升：营销与服务更精准 在营销方面，DeepSeek 强大的算法和自我学习能力，能够帮助零售创业者更精准地分析消费者数据。通过对消费者的浏览历史、购买记录、搜索关键词等多维度数据的分析，DeepSeek可以深入了解消费者的偏好、购买行为和消费习惯，从而实现更精准的个性化营销。创业者可以根据 DeepSeek 提供的数据分析结果，为不同的消费者群体制定个性化的营销策略，推送符合他们需求和兴趣的商品信息和促销活动，提高营销效果和转化率。

创新引擎：开拓新模式 新模式方面：DeepSeek 为零售创业者提供了强大的技术支持，助力他们探索新的零售业务模式，开拓新的市场空间。基于 DeepSeek 的技术优势，创业者可以尝试基于 AI 的无人零售模式，通过智能设备实现商品的自动识别

、计价和结算，为消费者提供便捷的购物体验。还可以利用 DeepSeek 的智能推荐功能，打造智能推荐购物平台，根据消费者的个性化需求，为他们推荐最合适的商品，提升购物效率和满意度。例如无人便利店就是一种值得关注的新业务模式。借助 DeepSeek 的智能感知和数据分析能力，无人便利店可以实现商品的自动识别、计价和结算，减少人工成本，提高运营效率。消费者进入便利店后，系统会自动识别其身份，消费者挑选商品后直接离开即可，系统会自动完成结算，整个购物过程高效便捷。创业者还可以通过 DeepSeek 对无人便利店的运营数据进行分析，了解消费者的购物行为和偏好，优化商品陈列和库存管理，提升店铺的盈利能力。

资料来源：公开资料，观研天下整理

六、2025年，门店标准化数字化改造和线上业务拓展依然是便利店企业发展重点

具体来看，2025年，门店标准化数字化改造和线上业务拓展依然是我国便利店企业发展的重点。根据中国连锁经营协调研的数据显示，约有61.7%的便利店企业依然选择延续门店标准化数字化改造和线上业务拓展。其次为持续优化品类结构，占比60%。

便利店企业2025年重点工作	重点工作	市占比
现有门店标准化、数字化改造	61.7%	
持续优化品类结构	60%	
线上业务拓展	48.3%	
尝试新门店类型	41.8%	
自有品牌开发	38.3%	
线上线下业务深入融合	31.7%	
采购渠道优化	31.7%	
拓展新赢利点	26.7%	
组织架构调整，适应模式转变	23.3%	
会员数字化	20%	
加大仓储，物流建设	13.3%	
绿色、可持续发展	10%	
临期食品减损	3.3%	

数据来源：中国连锁经营协会，观研天下整理（WW）

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《中国便利店行业发展趋势分析与投资前景研究报告（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 中国对磷矿石易环境与对 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	便利店 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	便利店 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/202504/748932.html>