

便利店 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 新冠疫情前后的购物频率及对比。
- 购物行为偏好以及购物行为的细分分析。
- 购买产品与时间，包括线上下单即时配送。
- 品牌印象与最重要的选择因素。
- 对便利店会员的态度与消费者的顾虑。
- 吸引人的拓展服务与业务扩张机会。

截至2022年，便利店数量约为91,000家，较2017年的41,000家增加了一倍多。在经历了迅猛的发展期后，中国便利店市场预计将继续稳步增长。在疫情期间和后疫情时代，各种小而分散的社区零售很好地满足了消费者的需求。政府的社区发展政策也促进了该市场的增长。新兴的线上线下融合商业模式以及不断提高的运营能力将进一步扩大便利店的可能性。

便利店逐渐承担了“社区服务中心”的部分功能，这促使它们通过整合更多服务来探索更加新颖和差异化商业模式。消费者也逐渐习惯便利店提供零售之外的便利服务，如快递代收和提供休息区。超过60%的消费者表示如果便利店有座位，他们有兴趣在店内就餐或小憩。随着生活节奏加快、消费者对便利性的需求持续上升，连锁便利店需要探索更多的“便利店+”商业模式，以满足消费者的需求。

同时，随着消费者心态的转变和线上即时零售的普及，消费者对便利店的要求也在发生变化。他们希望便利店购物能给繁忙的日常生活带来乐趣，甚至愿意为此牺牲一些便利。这也对便利店的内部环境和服务水平提出了更高的要求。便利店也应该通过打造自己的品牌形象来实现差异化，给消费者更多选择它们的理由。在这方面，有吸引力的便利店会员计划可以有效地增加消费者粘性，但在设计会员制度时需要考虑如何减少消费者的顾虑以及减轻使用负担。



“便利店是即使在疫情期间也表现良好的少数线下渠道之一。过去5年里，便利店数量增加了一倍以上，尤其是在低线城市。主要的国内品牌以及日系便利店品牌之间的差距正在缩小。除了差异化选品以外，自有品牌和会员策略在实现差异化和提高客户忠诚度方面也发挥着重要作用。在大多数中国消费者的认知中，便利店不再局限于应急购物，它们也能提供实用的社区服务以及有趣的购物体验。”

– 张泽龙，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义
- 不包括
- 便利店在实际操作中的定义：

综述

- 议题与洞察
- 一个可以稍作停留的放松空间
数据1: 福建漳州的邻几便利店，2023年
- 一个便捷可靠的社区中心
数据2: 台湾全家“0800说故事”，2022年
- 一个可以带着好奇心探索的趣享场所
数据3: 罗森IP购微信小程序截屏，2023年
- 市场综述
- 便利店销售额增速继续超过整体零售
- 便利店龙头企业在全国范围内快速扩张
- 线上线下融合零售正在重塑便利店格局
- 聚焦产品与服务的差异化
- 我们的观点

市场规模与预测

- 便利店销售额增速继续超过整体零售
数据4: 便利店销售额（不包括加油站便利店）及预测，2017-2027年
- 需求和政策共同推动便利店数量持续增长
数据5: 便利店数量（不包括加油站便利店）及预测，2017-2027年

市场因素

- 便利店龙头企业在全国范围内快速扩张
数据6: 美宜佳和罗森的门店数量以及增长率，2020 vs 2022年
- 线上线下融合零售正在重塑便利店的格局
数据7: 京东便利店，2023年
- 聚焦产品与服务的差异化
数据8: 购买过现制咖啡的渠道，2022年
- 在店内休闲放松是便利店的一个重要特征
数据9: 7-11上海徐汇滨江店，2023年
- 社交媒体增加便利店的乐趣
数据10: 小红书上的便利店食品饮料DIY教程，2023年
- 无人便利店逐渐消失，“人情味”不可替代

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

谁在创新？

- 新服务帮助便利店轻松实现**24小时营业**
数据11: 帮刻云值守服务介绍和用户界面截屏，2023年
- 在便利店购买药品
数据12: 美宜佳便利店的便民药柜，2022年
- 自助洗衣模式
数据13: 长沙7-11 x 爱欢洗联名店，2022年
- 年费和固定折扣的简化会员制度
数据14: 全家会员政策，2023年
- 通过IP联名吸引游戏人群
数据15: 罗森 x 《和平精英》，2023年
- 携手本土品牌，强化本地身份
数据16: 逸刻 x 光明邨大酒家，2023年

购物频率

- 便利店的光顾频率已经恢复至疫情前水平
数据17: 便利店购物频率，2019 vs 2023年
- 低线城市中的高频消费者更多
数据18: 便利店购物频率——每天1次或更多（按城市线级区分），2023年
- 可选择渠道的增加可能影响了高线城市的高收入群体的光顾频率
数据19: 便利店购物频率——每天1次或更多（按城市线级和个人月收入区分），2023年

购物行为偏好

- 熟食和自有品牌产品的机会
数据20: 购物行为偏好，2023年
数据21: 购物行为偏好——“是”，部分选项（按性别和城市线级区分），2023年
- 购物环境和参与度对高收入消费者更重要
数据22: 购物行为偏好——“是”，部分选项（按个人月收入区分），2023年
- 会员制度可以有效提升高频顾客的忠诚度
数据23: 购物行为偏好——“是”，部分选项（按购物频率区分），2023年

购买产品与时间

- 上午是便利店一天中最繁忙的时段
数据24: 店内购买过的商品（按时间段区分），2023年
- 高收入群体的购物清单更加多样化
数据25: 店内购买过的商品（按个人月收入区分），2023年
- 便利店的线上即时配送已在所有线城市普及

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据26: 线上下单即时配送商品（按城市线级区分），2023年

品牌印象与最重要的选择因素

- 主要国内品牌和日系品牌之间的差距缩小
数据27: 品牌印象与最重要的选择因素（按品牌区分），2023年
- 吸烟者期望便利店提供更具吸引力、独特和高端的产品
数据28: 品牌印象与最重要的选择因素（按吸烟者与非吸烟者区分），2023年
- 高频消费者优先考虑长时间营业
数据29: 品牌印象与最重要的选择因素（按便利店购物频率区分），2023年

对便利店会员的态度

- 对会员制度的担忧仍然普遍存在
数据30: 对便利店会员的态度（按便利店购物频率区分），2023年
- 无论购物频率如何，隐私保护和精准推荐对男性来说都更重要
数据31: 对便利店会员的态度——部分选项（按性别和购物频率区分），2023年
- 会员使用提醒可以改善年轻消费者的购物体验
数据32: 对便利店会员的态度——部分选项（按年龄区分），2023年

吸引人的拓展服务

- 产品品类和服务的拓展均受期待
数据33: 产品/服务拓展偏好（按便利店购物频率区分），2023年
- 女性的护肤品/化妆品需求和男性的健身需求值得考虑
数据34: 产品/服务拓展偏好（按性别区分），2023年
- 宠物友好的空间和产品可以创造新的机会
数据35: 产品/服务拓展偏好（按是否与宠物一起生活区分），2023年

附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。