

生活服务业时代变革，连锁赋能蓄势待发

——时代性大趋势系列：生活服务业连锁研究

2021年6月

联合发布者简介

浙商证券研究所

浙商证券股份有限公司成立于2002年，2020年浙商证券将研究所作为“五个提升建设”任务的头号工程，是迄今为止业内首家也是唯一一家将研究作为头号工程的券商。2020年正式提出打造全国一流白金研究所，制定深耕浙江、拥抱银行、扎根产业三大战略。研究团队实行全领域、全行业覆盖，重点布局“六大+三新”九大领域：六大——大资产、大消费、大健康、大金融、大制造、大周期；三新——新科技、新能源、新材料，致力于建成对浙江上市公司研究最广最深、跟踪最紧最好、服务最全最优的研究所。2020年浙商研究所在各大机构的研究排名绝大部分已进入前五名，约半数进入前十名，五分之一进入前五名，五家第一名。

中国连锁经营协会

中国连锁经营协会成立于1997年，有会员千余家，会员企业连锁店铺42.7万个。其中零售会员企业2019年销售额4.1万亿元人民币，约占全国社会消费品零售总额的10%。协会本着“引导行业、服务会员、回报社会、提升自我”的理念，参与政策制定与协调，维护行业和会员权益，为会员提供系列化专业培训和行业发展信息与数据，搭建业内交流与合作平台，致力于推进连锁经营事业与发展。（www.ccfa.org.cn）

姓名	余剑秋	姓名	钟烨晨	姓名	苏霜
邮箱	yujq@stocke.com.cn	邮箱	zhongyc@stocke.com.cn	邮箱	SS@CCFA.ORG.CN
电话	19946060282			职位	中国连锁经营协会副秘书长
证书编号	S1230520080007				

报告摘要

1、自上而下看连锁，时代趋势毋庸置疑，本地生活最具潜力

我国第三产业增长迅速，日常消费（本地生活）是其中占比最大最具潜力的赛道。从2003到2019年，第三产业占总GDP比重从42.0%提升到53.9%，成为贡献GDP的主导力量，而日常消费服务产值从2003年占比第三产业的24.8%提升至71.8%，是第三产业的主要门类。

上市公司（包括拟上市）中由于业态差异，直营和加盟选择亦有所不同。所列举的上市公司中，从时间维度看，早期加盟公司较少，由于加盟模式存在税收核算难度大、产权关系不清晰和决策权不统一的问题，上市难度相对较大。

卖产品标准化程度更高，卖服务更能增强客户粘性。服装、零食、便利店、药店等偏零售的业态以卖产品为主，而酒店、眼科医院、早教机构等服务属性强的业态以卖服务为主，餐饮行业则是卖产品与卖服务并存。

2、本地生活服务机会巨大，连锁化率快速提高势不可挡

我们选取了便利店、酒店、药店、轻饮食、服装、健身房、汽车后市场、早教、体检机构、电影院等业态继续比较梳理，发现行业共性与特性：

从盈利能力来看，运动服装和连锁酒店盈利能力较强。选取各业态部分上市公司为代表做对比，运动服装行业销售毛利率可达40%-50%，净利率为7-17%，连锁酒店行业销售毛利率范围较大为30%-90%，净利率达8%-16%，盈利能力较强。

从市场集中度来看，便利店和体检机构集中度较高，药店和轻饮食市场格局分散。便利店和体检机构较集中，CR3分别为51%和39%，而连锁药店CR10仅为20%，轻饮食中热饮品行业CR5为15.7%，街边饮食为14.4%，简餐则更低，仅为10.9%。

3、本地生活企业上市前后，股权架构、战略方向和运营模式均有所转变

1) 从股权变化来看，上市公司在稳定架构与做大做强间维持平衡。以绝味食品为例，通过四个投资平台进行股权激励管理；2) 从战略方向来看，上市后公司高举高打，快速扩张。以华住酒店为例，在轻资产管理加盟及特许经营模式成功的基础上，进一步扩展，强化多品牌组合。3) 从运营模式来看，上市后模式有所突破。以爱尔眼科为例，通过分级连锁+并购基金模式扩大覆盖范围。

4、连锁业态未来将向工业化、品牌化和数字化方向发展

1) 工业化：以轻饮食为例，中央厨房在餐饮业的重要性和渗透率提高，供应端生鲜电商+冷链配送，使原材料成本逐渐优化；2) 品牌化：以酒店为例，酒店集团整合单体酒店，品牌效应加强，通过并购实行多品牌战略切入细分赛道满足不同层次消费者需求。3) 数字化：以便利店和健身房为例，便利店通过前、中、后端进行数字化转型，促进管理水平和运营效率的提高，健身房行业受疫情催化，加速线上布局，智能化发展成趋势。

风险提示

- 1、社会零售发展不达预期
- 2、连锁化率不达预期
- 3、宏观经济波动
- 4、政策影响

目录

CONTENTS

01 连锁研究，方法探寻

02 本地生活，百花齐放

03 上市前后，同与不同

04 本地连锁，未来趋势

01

连锁研究，方法探寻

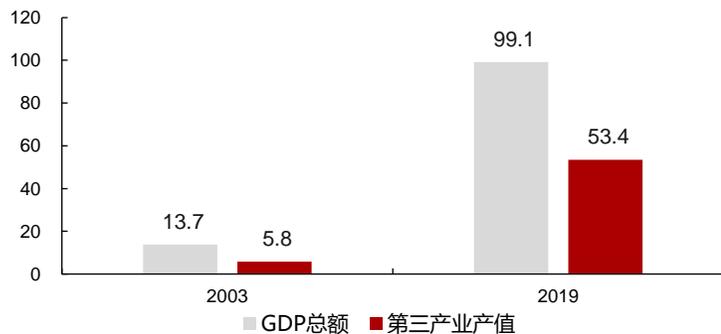
1.1 第三产业增长迅速，消费重要性凸显、存在潜力空间

中国第三产业增长迅速，在GDP构成中愈发重要。从2003到2019年，中国第三产业产值从5.8万亿元提升到53.4万亿元，同期总GDP从13.7万亿元提升到99.1万亿元；第三产业占总GDP比重从42.0%提升到53.9%，成为贡献GDP的主导力量。

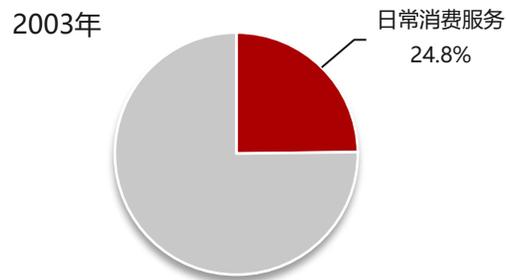
本地生活服务地位逐渐凸显，成为第三产业的主要推动力。2003年，中国日常消费服务产值占到第三产业总产值的24.8%；而到了2019年，日常消费服务产值占到第三产业的71.8%，成为第三产业的主要门类。

中国消费市场仍然存在提升空间。中国目前第三产业占总GDP比重为53.9%，距离世界主要发达国家仍存在一定差距；中国目前消费占GDP比重为38.8%，世界主要发达国家消费占比均为50%以上，对比下存在提升空间。

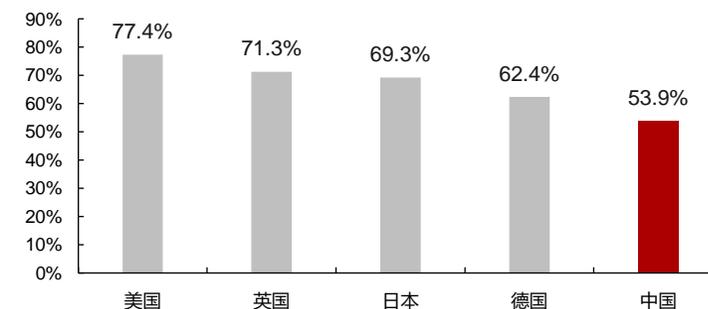
图：2003和2019年中国GDP与第三产业GDP (万亿元)



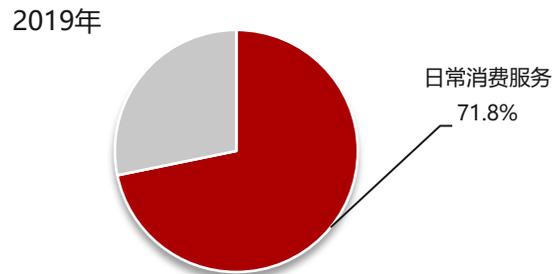
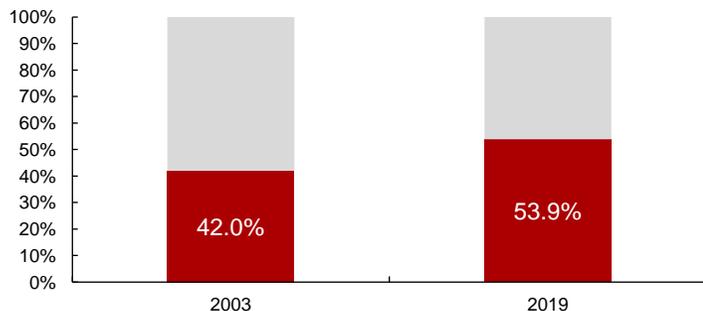
图：2003和2019年日常消费服务GDP占第三产业比例



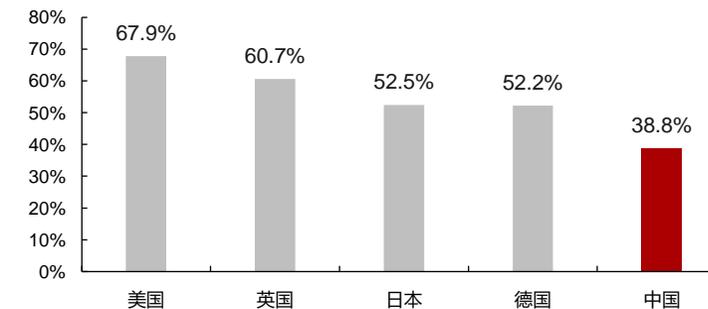
图：中国第三产业占总GDP比重与发达国家对比



图：2003和2019年第三产业GDP占比



图：中国日常消费服务占总GDP比重与发达国家对比



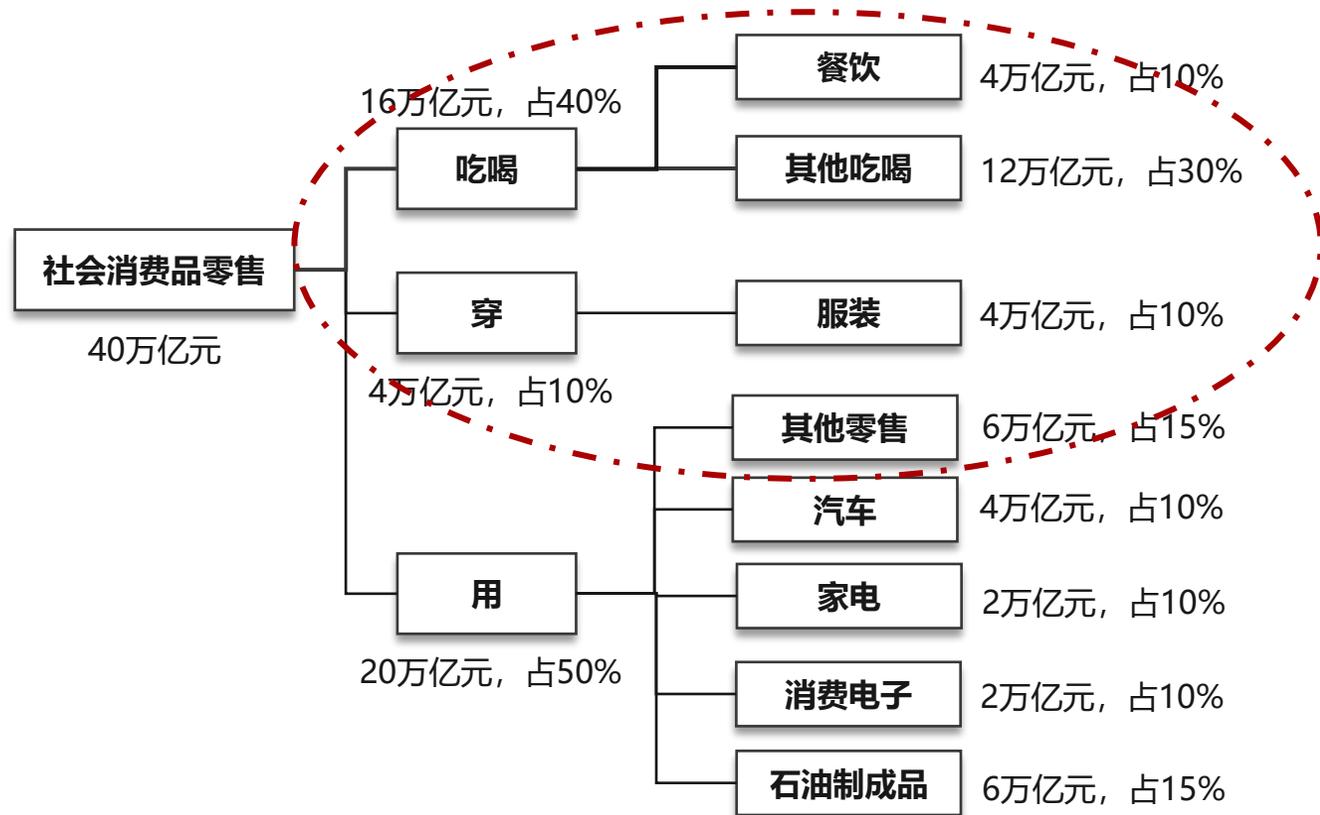
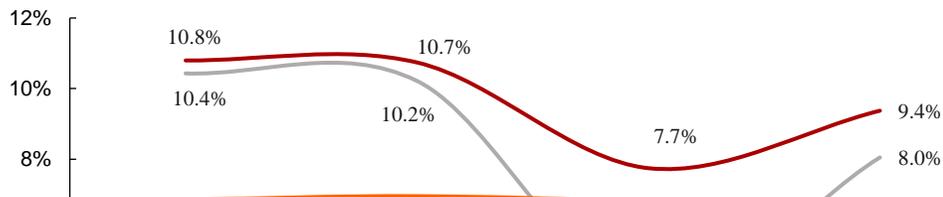
1.2 社零城市分布较为分散，吃喝是社零中单一体量最大的行业

社会消费品零售总额按城市能级分布处于分散状态，二线城市占近半数。二线城市如福州、济南、烟台等的社会消费品零售总额约为20万亿元，约占社零总额的52%，为城市分布的大头；其次为成都、重庆、武汉等新一线城市，总额约为8.2万亿元，占总额的21%。

餐饮是社零当中单一体量最大的行业集合。吃喝门类的社会消费品零售总额达到16万亿元，占社零总额约40%；其中餐饮4万亿元，占社零总额的约10%。其中30%为在家用餐，70%为在外用餐。

餐饮行业增速快，超过社零和GDP增速。2015-2019年之间，餐饮行业的增速均超过社零和GDP；餐饮行业4年复合增长率9.7%，高于同期社零的8.1%和GDP的6.7%。

图：餐饮行业增速超过社零和GDP



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38437

