



2021年 中国便利店发展报告



毕马威中国
2021年5月



《中国便利店发展报告》已经做了7年，“报告”见证了中国便利店发展的黄金时期。每年的报告我们都力求能够增加新的角度，挖掘新的数据，融入新的观点。让政府、媒体、投资机构、行业企业乃至消费者能够客观地了解中国便利店的发展现状和未来趋势。今年的报告中，我们增加了便利店金牌店长的属性分析，以及几个典型便利店企业一把手的观点。从一线经营和管理高层不同的视角来对行业发展进行描述。

在此再次感谢毕马威团队的专业支持。

王洪涛
中国连锁经营协会
常务副秘书长

2020年对中国便利店行业而言是喜忧参半。虽然受到疫情影响，但较其他零售业态而言仍保持较高增长，整体品牌便利店规模达到将近20万家，地理区位布局整体进一步扩张，门店类型向以近场型业态为切入的社区型门店拓展，数字化投入较往年进一步加码，七成以上的便利店企业建立会员体系，线上业务加速布局、提升培训投入且提高人均薪酬来保留核心管理层和基层员工。但在高速增长的背后，不可避免的是，我们也看到到店客流下降、关店加速、坪效下降等疫情的负面影响。

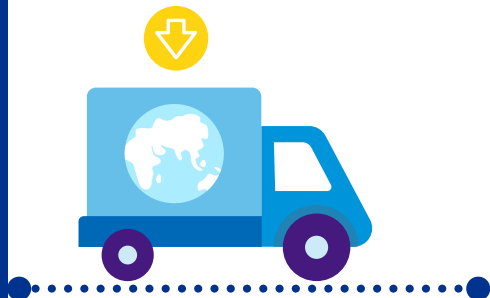
由于中国地理环境、区域纵深、人口结构、消费习惯等因素的复杂性和快速变迁，连锁品牌便利店在日杂店总量中占比还非常小，中国还未出现真正意义上的全国性连锁品牌，品类和服务丰富性、地理覆盖和渗透、运营深化各方面都留给中国便利店企业留下巨大的绩效提升和市场想象空间，戒骄戒躁才是中国便利店企业目前应该秉持的心态，修其心治其身方可治国平天下。

由上，面向未来发展，中国便利店企业首先需要回答三个问题：

- 1) 单选题：**对于中国品牌连锁便利店而言，规模性带来商品供给成本下降和管理成本上升之间的平衡是永恒难题，区域龙头或准全国连锁品牌的企业定位选择会左右解决上述平衡性难题的切入口，这道题的答案会直接影响收入上限、运营策略有效性和资源投入效率；
- 2) 必答题：**回归便利店零售的本质才是安身之本、发展之道，进一步深化运营应该成为核心共识，强化购物便捷性、提升场景化体验、深化品类升级成为便利店企业三大核心抓手，这道题的答案会直接影响毛利底线，也就决定了企业能走多远的问题；
- 3) 加分题：**合理数字化手段，赋能营销高效触达、消费者品牌粘性强化、门店和商品运营效率提升，消费者、数据资产和数字化运营方法的沉淀才是便利店的核心资产，这道题的答案会直接影响未来发展速度。

毛健
毕马威中国
零售及消费品行业咨询主管合伙人

目录



1.

宏观经济
和消费趋势

页码 3



2.

便利店行业
概况

页码 26



3.

便利店行业
发展趋势

页码 48

目录

1. 宏观经济和消费趋势
2. 便利店行业概况
3. 便利店行业发展趋势

1

1.1

宏观经济和消费趋势

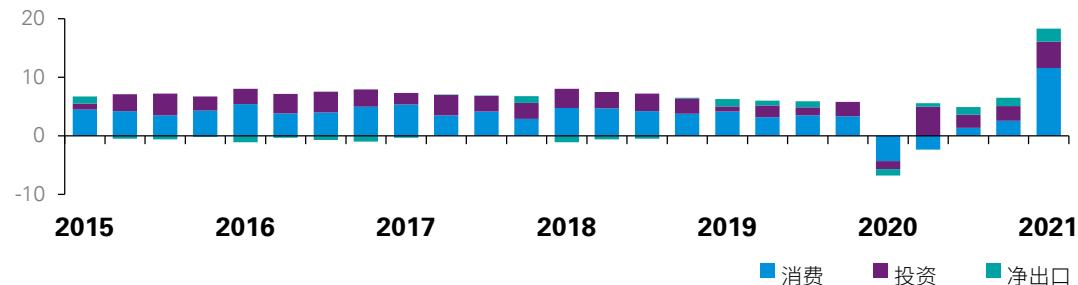
消费市场宏观形势分析



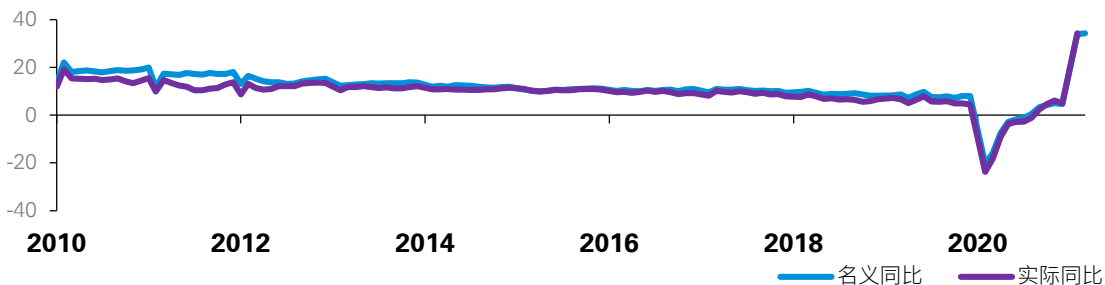
© 2021毕马威企业咨询(中国)有限公司—中国有限责任公司,是与英国私营担保有限公司—毕马威国际有限公司相关联的独立成员所全球性组织中的成员。版权所有,不得转载。在中国印刷。

消费持续提振，将成为2021年中国经济复苏的主引擎；扩内需促消费政策成效显著，社会消费潜力被进一步激发

“三驾马车”对中国经济的拉动作用，季度，%



社会消费品零售总额，当月同比，%



信息来源：Wind，毕马威分析



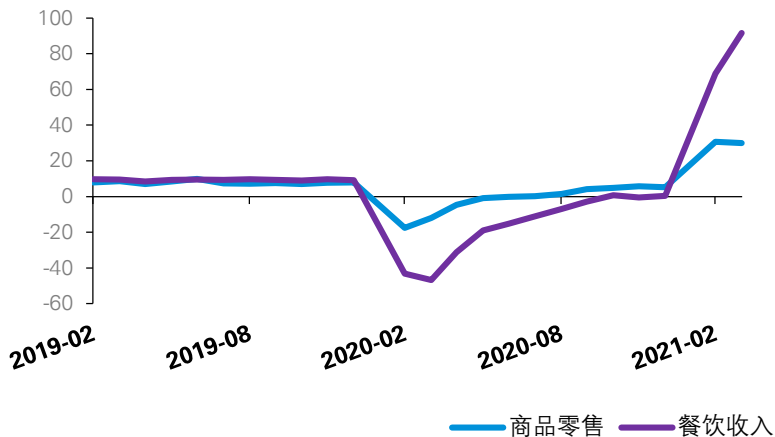
© 2021毕马威企业咨询(中国)有限公司—中国有限责任公司，是与英国私营担保有限公司—毕马威国际有限公司相关联的独立成员所全球性组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

主要发现

- 近年来我国经济结构发生明显的改变，消费对经济增长的拉动作用逐年上升
- 2020年上半年由于新冠疫情，餐饮、旅游等线下消费受到极大冲击，消费对经济增长的拉动转负；随着国内疫情防控得力，消费市场逐步复苏，对经济增长的拉动作用从2020年三季度开始转正，并逐步回升；2021年一季度消费支出拉动经济增长11.6个百分点，两年平均拉动经济增长2.5个百分点，对经济增长的贡献率为63.4%；消费已成为经济增长的主引擎
- 2021年一季度，社会消费品零售总额同比增长33.9%，两年平均增长4.2%，与去年四季度环比增长1.86%

从消费类型和消费渠道来看，线上消费占比进一步提高，以餐饮为代表的服务型消费反弹明显

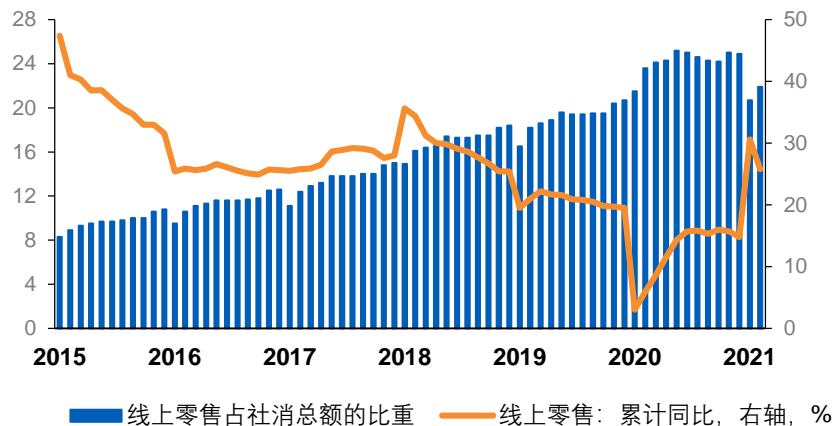
商品零售和餐饮收入，当月同比，%



- 2021年以来，以餐饮业为代表的接触型消费快速恢复；一季度，餐饮收入同比增长75.8%；其中，3月份餐饮消费显著改善，餐饮收入同比增长91.6%，两年平均增长0.9%

信息来源：Wind，毕马威分析

实物商品线上零售额占比及增速，当月同比，%



- 由于疫情影响，2020年线下消费向线上转移的趋势明显；2020年实物商品网上零售额累计同比14.8%，占社消零售总额的比重为24.9%，较去年同期高4.2个百分点；2021年一季度由于线下消费改善加速，网络商品零售额占社零比重有所下降，为21.9%

1.2

宏观经济和消费趋势

消费市场四大宏观驱动因素



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_38441

