



2021年 中国便利店发展报告

毕马威中国
2022年7月



序

年度便利店行业报告又和大家见面了，相信业内不少同仁已经迫不及待了。疫情断断续续两年多，各行业都受到不同程度的影响，便利店行业也不能独善其身。虽然有影响，但是通过数据调查，我们还是欣喜地看到了便利店顽强的生命力，2021年便利店行业仍然保持了较好的增长，我们依然对行业的未来充满信心。

这两年，行业普遍少了一些浮躁，多了一些沉稳。大家更加关注经营的精细化，努力提升自身的能力，用扎实的基本功来建立本企业的核心竞争力。

今年的报告，我们又增加海外便利店发展情况的对比，用海外成熟市场的数据来对标国内便利店行业的发展阶段，找到差距，明确未来发展的方向。我们还继续保留了金牌店长所在门店的数据，形成行业标杆。

再次感谢所有参与数据分享的便利店企业，感谢毕马威团队的大力支持！

王洪涛

中国连锁经营协会
常务副秘书长

纵观过去几年的年零售消费市场，不难留意到一个有趣的现象：便利店是实体零售中少见的依旧保持增长的业态，其市场规模及密度都处于上升态势，除了在一线城市进行规模扩张，便利店开店潮同时也快速涌入二、三线城市，尤以连锁品牌便利店为主，以创新战略引领行业变革。

我国人口超过14亿，拥有庞大的消费市场，2021年，中国人均GDP首次突破1万美元，城镇化率显著提高，为便利店的发展提供了良好的宏观环境。但与发达国家相比，我国便利店渗透率仍然较低，便利店市场还有广阔的发展空间。

疫情期间，便利店依托自身成熟的供应链输送生活物资，其公共服务优势愈发凸显，政府近年出台了一系列针对性政策，支持便利店行业向品牌化、连锁化、智能化等方向发展。政策利好下，便利店作为零售业态的主要发力者，将持续发挥其促进消费的重要作用。

江潮奔涌，千帆竞发。便利店行业迎来蓬勃展期，勇立潮头的便利店企业纷纷拥抱数字化，采用大数据、人工智能、云计算、移动支付等新兴技术提质增效，提高供应链信息化水平，并实现精细化的单品管理、用户管理及单店运营，提升企业市场竞争力。在良性竞争的基础上，优势互补、合作共赢奏响了便利店行业发展的前进号角，通过开创共建共享供应链模式，既缓解便利店企业进驻新区域自建供应链的压力，也盘活了当地仓储资源，促进零售业态多元融合、相融共生。

进入后疫情时代，消费复苏的序幕已然拉开，便利店业态展现出强劲的增长潜力，有利于加速释放消费潜力，加快消费复苏，对中国经济发展与经济结构优化做出进一步贡献。

祝愿便利店企业把握好时代机遇，在新起点上再创新辉煌！

林启华

毕马威中国
零售及消费品行业主管合伙人



目录

01 宏观经济和消费趋势

02 便利店行业概况

03 便利店行业发展趋势

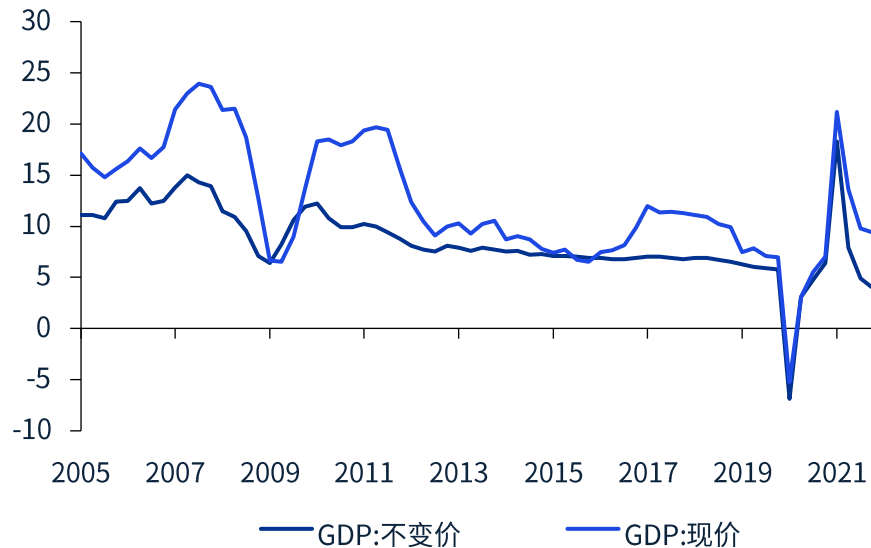
2021年中国经济保持复苏 人均GDP接近高收入经济体

2021年我国经济总体保持复苏态势，但下半年增速有所放缓。全年经济总量达到114万亿元，约17.7万亿美元，以美元计较2020年增长超过3万亿美元，大约相当于英国的经济总量。全年经济累计同比增长8.1%，两年平均增长5.1%。

中国经济稳步增长也推动了我国人均GDP在2021年达到1.25万美元左右，超过世界平均水平，接近世界银行对高收入经济体的定义（2021年为12,695美元）。中国有望在今年正式迈入高收入经济体的行列，这将使得全球高收入经济体的人口总量实现翻倍，从当前的12亿人增加至26亿人。

当前全球经济不确定因素依然较多，例如，传染性更高的奥密克戎变异毒株仍在全球传播、高通胀促使发达经济体加速货币政策收紧、国际供应链持续紧张等，我国经济仍面临需求收缩、供给冲击、预期转弱的压力。

图1.1 GDP增速，当季同比，%



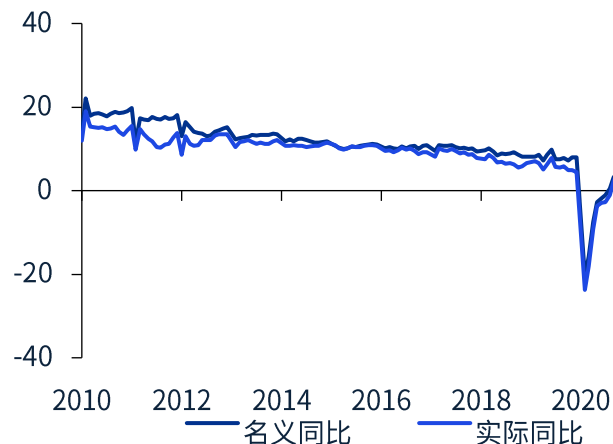
数据来源：Wind，毕马威分析

更多宏观经济分析请见毕马威中国发布的2022年一季度《中国经济观察》。

2021年全年疫情反复影响消费复苏

2021年全年社会消费品零售总额同比增长12.5%，两年平均增速4.0%，高于2020年2.2%的两年平均增速，但仍远低于疫情前的水平。年底国内出现了由奥密克戎变异毒株引发的新一轮疫情，防疫措施再次收紧，使得消费再度遇冷。从消费类型来看，受年底局部疫情反弹的拖累，商品消费出现下滑，2021年商品消费增长11.8%，两年平均增速4.8%，高于2020年2.8%的两年平均增速，但是低于疫情前的水平。2021年餐饮收入增长18.6%，两年平均增速3%，高于2020年-1.6%的两年平均增速，但仍处于较低增长区间。

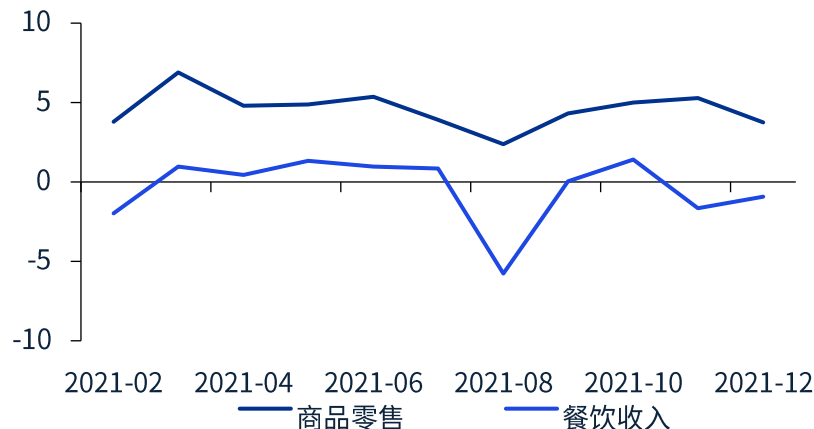
图1.2 社会消费品零售总额，当月同比，%



数据来源：Wind，毕马威分析

更多宏观经济分析请见毕马威中国发布的2022年一季度《中国经济观察》

图1.3 商品零售和餐饮收入，当月同比，两年平均，%



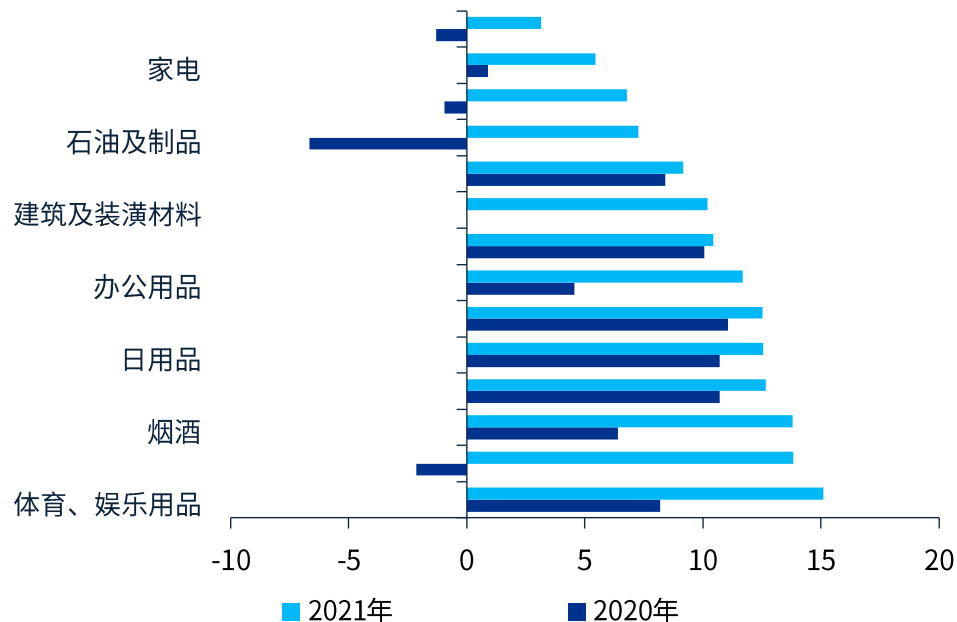
2021年疫情反复影响消费复苏（续）

从消费类别看，2021年多数商品的两年平均增速超过2020年，其中，汽车、家具、石油及制品、金银珠宝的两年平均增速由负转正，是消费复苏的主要拉动项。

一方面，汽车销售增速加快，带动消费复苏。2021年，我国汽车类销售额达到4.4万亿元，占全国社会消费品零售总额的9.9%。2021年汽车类销售额同比增长7.6%，两年平均增速3.2%，高于2020年-1.3%的两年平均增速，也高于疫情前的增长速度。

另一方面，2021年，国际石油价格在震荡中攀升，带动国内石油价格上行，进而带来石油及制品销售额增加。2021年石油及制品销售额增长21.2%，两年平均增速7.3%，大幅高于2020年-6.7%的两年平均增速。

图1.4 分类别消费增速，累计同比，两年平均，%



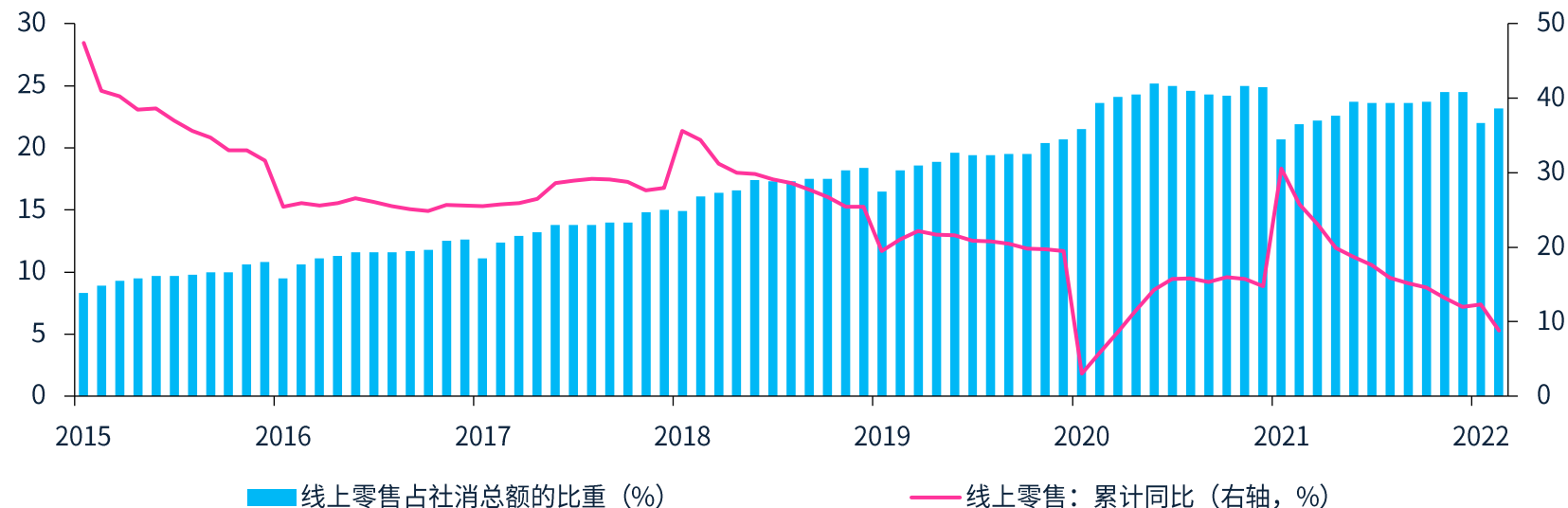
更多宏观经济分析请见毕马威中国发布的2022年一季度《中国经济观察》

数据来源：Wind，毕马威分析

2021年实物商品线上零售增速有所放缓

从消费渠道来看，实物商品线上零售有所转弱。2021年实物商品网上零售额同比增长12%，两年平均增速为13.4%，比2020年的两年平均增速低3.7个百分点，也低于疫情前的增速。

图1.5 实物商品线上零售额占比及其增速，累计值，%



更多宏观经济分析请见毕马威中国发布的2022年一季度《中国经济观察》。

目录

01 宏观经济和消费趋势

02 便利店行业概况

03 便利店行业发展趋势

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_45797

