



中国连锁经营协会
China Chain Store & Franchise Association

BCG

CENTER FOR
CUSTOMER INSIGHT

中国便利店发展报告

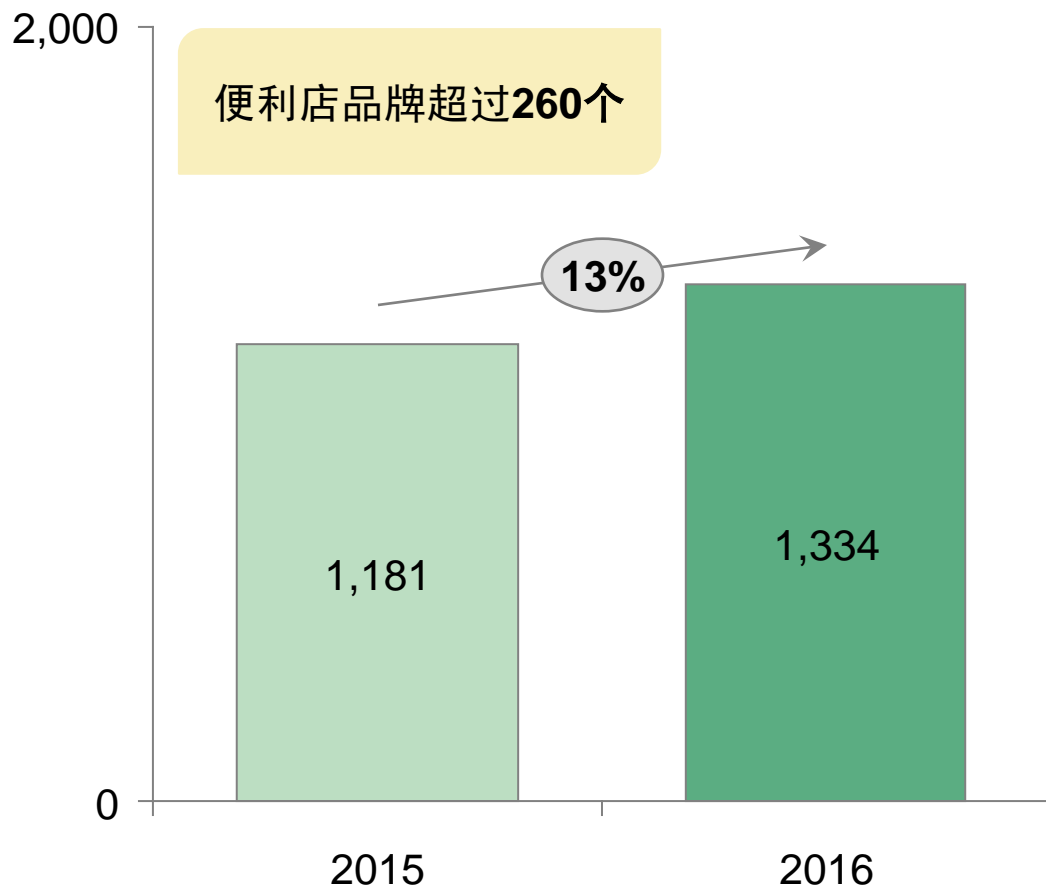
二零一七年五月

八大角度解读中国便利店发展现状

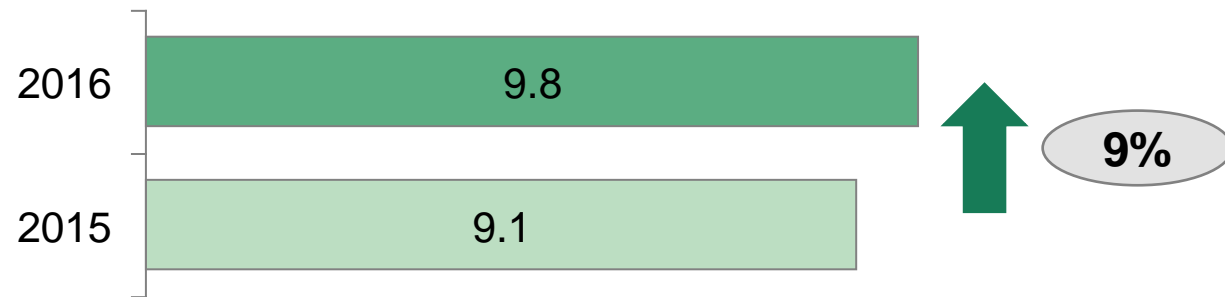
- 1 | 2016年便利店行业增速达13%，市场规模超过1300亿元。开店数量及同店销售双双增长
- 2 | 市场空间大，一二线城市是增长热点。同时，区域格局明显，全国布局尚未出现
- 3 | 盈利性提升空间大。单店销售、利润水平虽历年有所改善，但与国际领先企业差距仍然较大
- 4 | 运营成本快速上升。租金、人工成本在2016年均呈现上涨趋势
- 5 | 商品结构亟待提升。生鲜及半加工食品占比低，自有品牌占比低
- 6 | 加盟机制不完善。加盟占比较低，三成企业尚未开展加盟，加盟管理较为松散
- 7 | 数字化初见雏形。半数企业引入网购，网购占比约11%；移动支付技术普及，但使用率低
- 8 | 会员体系有待加强。55%企业建立了会员体系，有会员体系企业会员销售稳步上升

2016年便利店增速13%，市场近10万家门店，逾1300亿销售额，开店数及同店销售双增长

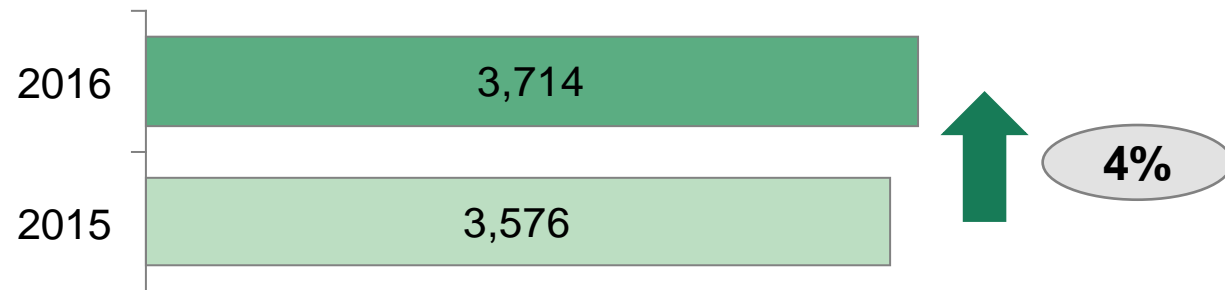
中国便利店行业销售额（含石油系，亿元人民币）



便利店门店数量（含石油系，万家）

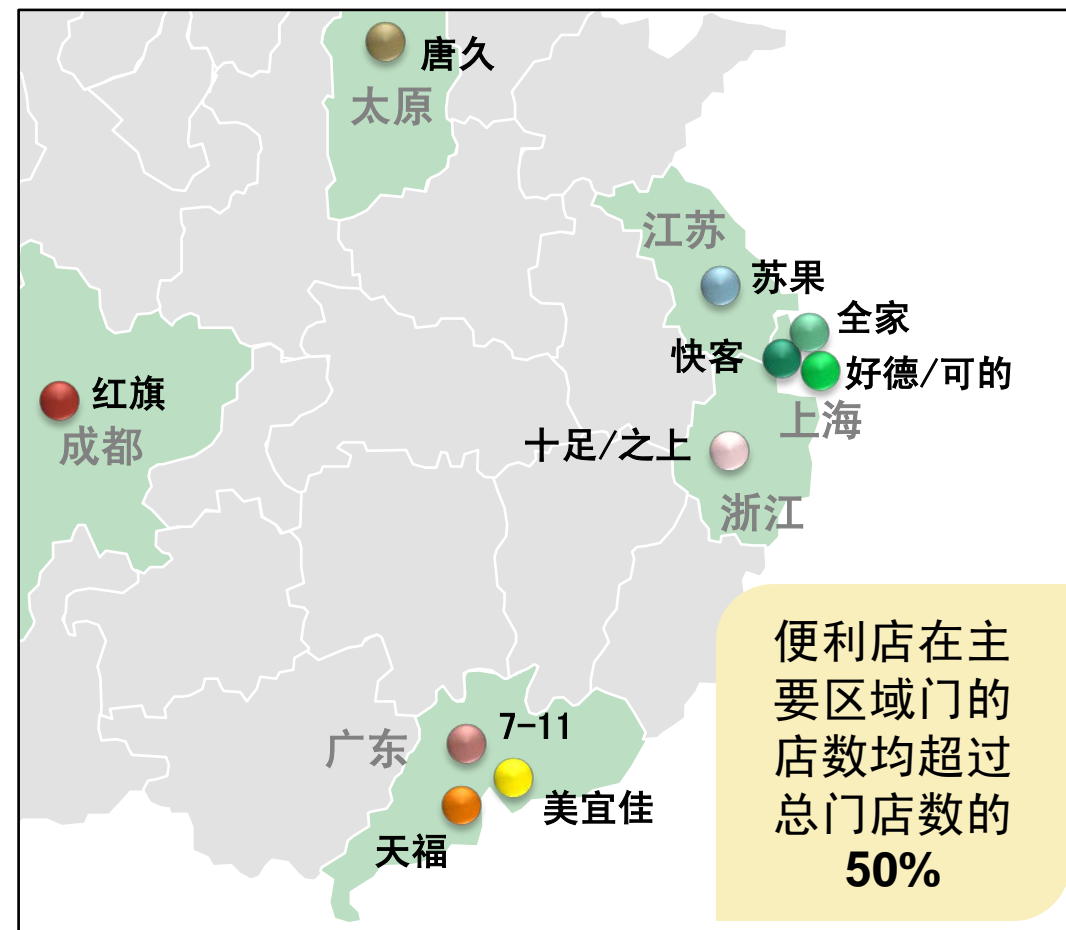
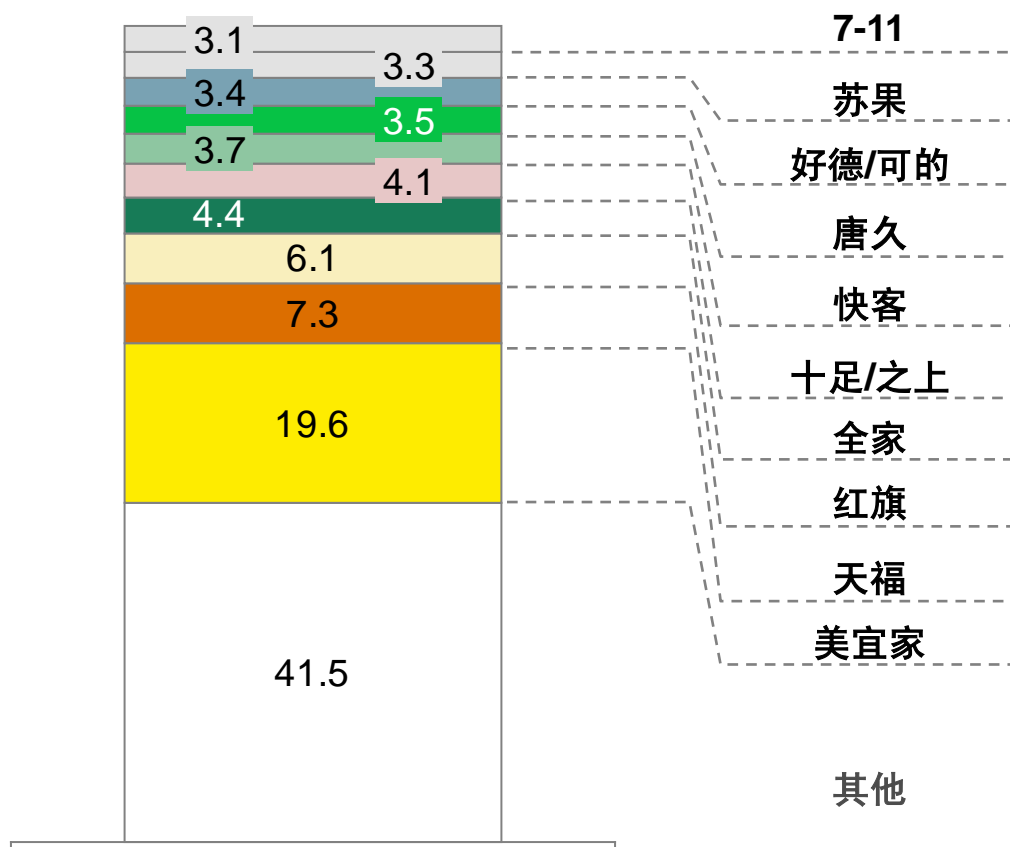


便利店日均销售额（含石油系，元人民币/店/日）



除石油系便利店，大多为区域集中型企业

2016年便利店门店数量占比%（不包含石油系便利店）



备注：1.不含石油系便利店，如易捷
资料来源：Euromonitor、文件检索、分析师报告、BCG分析

2016年便利店运营成本快速上升



房租成本
7.0%



资本持续关注便利店发展，店铺资源加速稀缺，未来租金成本上涨压力仍然存在



水电成本
0.7%



人工成本
6.5%



人员流动性大幅提升，加剧人员成本的上升

便利店企业亟待提升管理精益性对抗成本上升

下一个五年，中国便利店行业展望



宏观环境

便利店行业趋势

但人群和需求结构在加速分化



高增长的
细分人群



不同细分人群



"活力银发" ↑



"单身一族" ↑



"年轻潮人"

不同心理诉求



"健康家庭" ↑



"探索尝新" ↑



"绿色环保"

不同行为特征



"虚拟世界" ↑



"二次元"



"社交达人" ↑

人群
细分

不同竞争对手入场，各出奇招，不断提高消费者的期望

外资便利店企业通过区域加盟与合作，加快扩张



“商品精”
“网点密”

主力为大卖场零售商进行业态拓展，进入或发力便利店



“商品全”
“有生鲜”

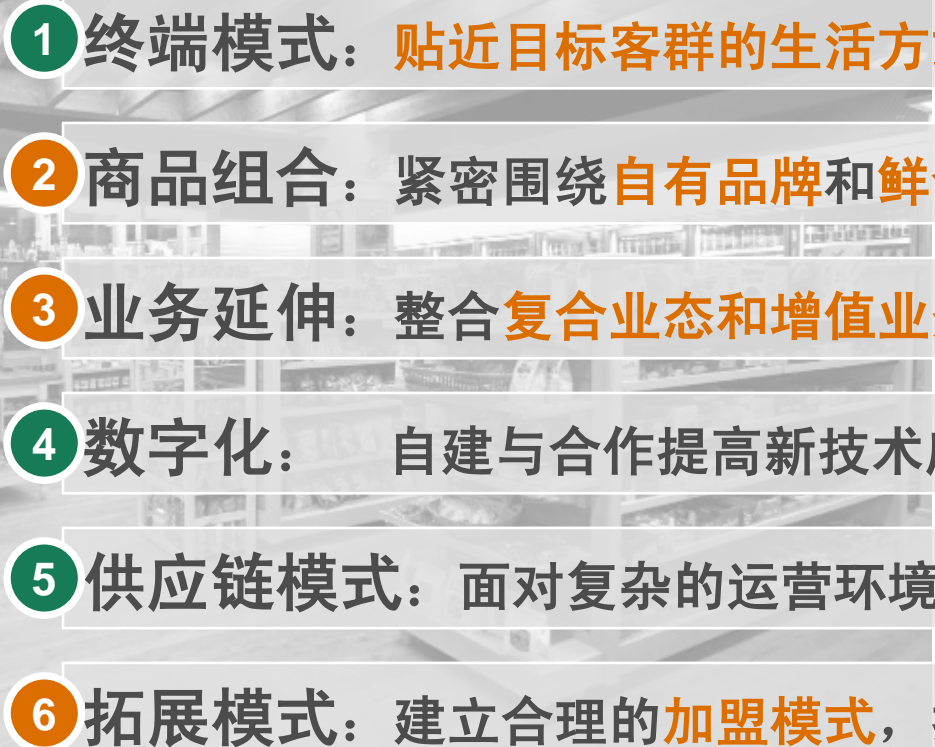
电商企业进入线下零售，重点拓展便利店业态



“速度快”
“免运费”

同时资本持续关注、各方资源（政府、供应商）资源倾斜，加速行业发展，竞争逐步加剧

基于外部趋势，参考国际标杆，我们总结了“未来赢家”的六大要素

- 
- 1 终端模式：贴近目标客群的生活方式，细分商品、店群或子业态
 - 2 商品组合：紧密围绕自有品牌和鲜食和半成品，建立商品差异性
 - 3 业务延伸：整合复合业态和增值业务，提供一站式体验
 - 4 数字化：自建与合作提高新技术应用能力，打造全渠道模式
 - 5 供应链模式：面对复杂的运营环境，不断提高供应链精益性
 - 6 拓展模式：建立合理的加盟模式，提高拓展效率

便利店赢家需根据不同发展阶段要求，逐步实现全面能力提升



欢迎关注官方微信公众号，获取更多资讯



中国连锁经营协会



波士顿咨询公司