

商务部流通业务发展司

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

 KPMG

2020 年 中国便利店发展报告



2020 年 8 月

序



王洪涛
中国连锁经营协会
常务副秘书长

随着国内新冠疫情得到有效控制，便利店行业正在快速复苏。我们欣喜地看到，虽然还有很多挑战和不确定性，但是大部分企业已经恢复或者接近到了去年同期的水平。

中国便利店过去一年的发展状况如何？后疫情时期便利店行业的发展趋势如何？标杆企业的水平线在哪里？便利店企业应该在哪些方面继续加强？希望《2020 中国便利店发展报告》能够给大家一些答案，引发一些思考。

《中国便利店发展报告》的调研在今年 1 月就已经启动，新冠疫情突如其来，给报告提出了新的数据要求，我们及时补充调查了疫情对行业影响的相关数据，希望对行业带来借鉴。

同时，基于 2019 协会开展的营商环境调查的数据，我们在今年的报告中加入了营商环境的相关结果分析，虽然近年来各级政府高度重视便利店的发展，给予了行业很多的政策支持，我们仍然希望营商环境部分的内容能够推动行业营商环境的持续优化。

后疫情时期便利店将进入新的调整期，便利店企业会更加专注、聚焦，深耕细作，夯实基础，蓄势再发！

再次感谢毕马威团队对报告的大力支持，感谢所有参与报告数据填报的协会便利店委员会的企业。



毛健

毕马威中国

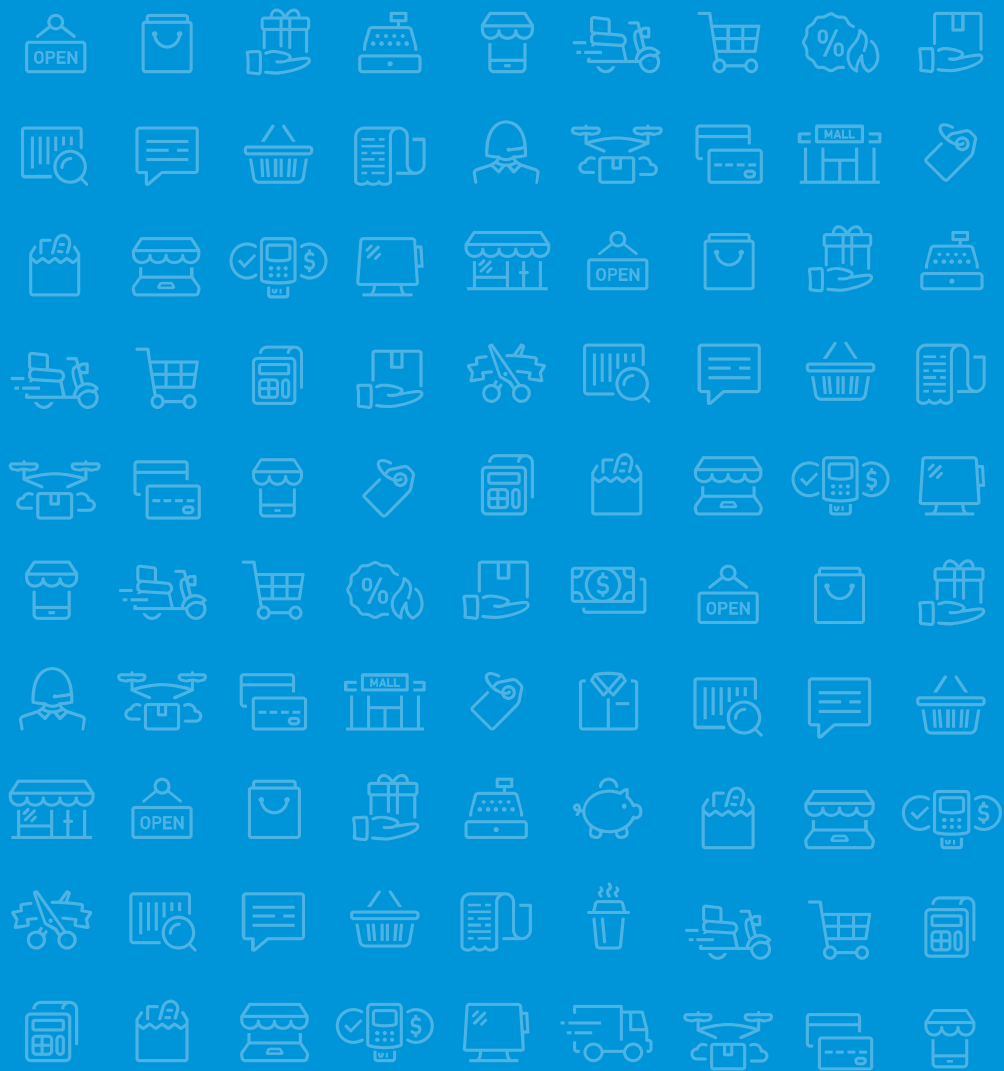
零售及消费品行业咨询主管合伙人

回顾过去 2019 年，中国便利店行业总体继续保持高速发展，在实体零售中一枝独秀，门店数量继续创历史新高，单店日均销售额也较去年同期增长。

从经营效率看，虽然领先的便利店企业在积极进行门店品类调整，力求提高毛利并进行成本优化，但平均坪效距离国际领先企业还存在一定的差距；尽管积极推进会员体系和移动支付，会员体系也发挥了一定的成效，但大部分便利店企业仍处于数字化转型初级阶段，在数字化供应链上的探索 and 智能技术的应用还存在较大的提升空间；从空间上看，由于我国地理高纵深度的特点，不同区域的便利店饱和度存在较大差异，随着经济的持续增长以及消费习惯的

培育，二三线城市是未来便利店企业市场扩张新阵地；便利店行业集中度提升空间大，合作整合将是未来趋势。

面向未来，便利店行业企业需要通过数字化和特许加盟来攫取更大的市场空间，聚焦不同消费者需求并建立有效链接，积极调整品类结构的同时加强自有品牌占比，面对全渠道打破业态边界和品类局限、强化社区商业建设，积极寻求数字化手段提升经营效率，并深度建设供应链护城河。



目录

一	便利店行业概况	01
二	便利店营商环境分析	14
三	便利店行业发展趋势	23



数据来源

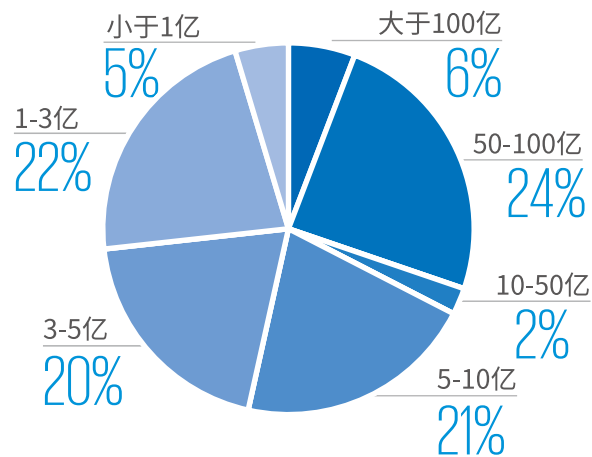


便利店行业概况

本章节的调查数据是基于中国连锁经营协会对 86 家便利店企业（含石油系）的调查问卷分析得出，对包括市场规模、利润率、商品结构、加盟体系以及数字化等方面做了定量分析。

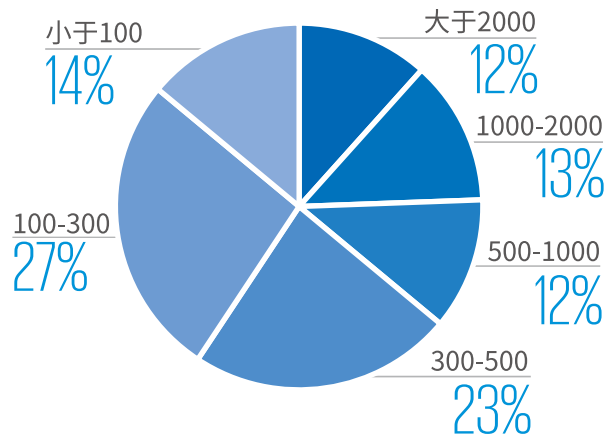
调研样本企业年销售额分布

(元人民币)



调研样本企业门店数量分布

(家)



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/676200025024010211>