

# 融合线上线下多重优势，小小便利店正撑起消费的大市场

产品名称	融合线上线下多重优势，小小便利店正撑起消费的大市场
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

## 产品详情

便利零售行业既是社会商品流通及销售体系的重要组成部分，又是满足人们日益增长消费需求的一个重要环节，它在进一步释放内需潜力，激发消费活力方面发挥着日益重要的作用，便利店以其方便快捷和贴近需求的特性，成为了广大消费者购物的主渠道之一。

便利店是构建城市便民生活圈的重要环节

近几年线上经济的影响力是与日俱增，而线下实体整体面临着较大的压力，但便利店却是实体零售领域一直呈快速增长态势的行业之一。

中国连锁经营协会与毕马威联合发布了《2022年中国便利店发展报告》，其数据显示，国内便利店行业的销售额已经连续3年保持了10%以上的高速增长率，其中去年的销售额为3492亿元，同比大幅增长17.92%，相比2019年2556亿元的销售额，增幅则高达36.62%，并且其增速远高于海外发达国家市场。

从2019年至2021年，国内便利店的门店数量就从13.2万家增加到了25.3万家，同比增幅高达31%，3年间翻了将近一番，去年易捷、美宜佳、昆仑好客位列排行榜前三甲，门店数量分别为28249家、26158家和20178家，同期美国、日本等地的门店数量均为负增长。

相比之下，国内大型商超与百货商店的整体经营业绩却是不容乐观，去年国内排名前100位的超市企业中，有62家企业出现销售额下滑的情况。

近年来，各大连锁便利店品牌都在加快布局速度，这其中本土品牌的表现尤为亮眼，中石化旗下的易捷是国内规模zui大的连锁便利店企业，会员人数在2亿人以上。

正在从广东向全国进军的美宜佳，其门店分布于20多个省份的200多座城市，近几年美宜佳一直保持了每年2000家以上的门店扩张速度。

面对疫情波动，除了选择在线下单以外，消费者更倾向于在聚集度较低、距离更近且日常所需商品品类较齐全的便利店购物，很多社区便利店和便利连锁超市实际承担了部分保供稳价的公共服务功能，它们也进一步融入了城市公共服务基础设施体系。

去年7月，商务部等11个部门发布了《城市一刻钟便民生活圈建设指南》，其中提到鼓励大企业输出品牌、标准、管理和服务，发展社区便利店，政策的大力支持成为便利店行业的重要发展契机与成长动力，很多便利店连锁企业也借此机会，逐步加大网点扩张力度，实现了逆势增长。

消费者优先考虑的因素是购物便利和良好的服务体验，相比大型商超，便利店具有距离近、经营灵活、商品满足日常所需等特点，再加上基于便利店逐步拓展的各种生活服务类应用场景，这一切都使得便利二字实至名归。

现在的便利店虽然普遍规模不大，但各种功能服务设施齐全，已经不是仅单一销售商品的零售小店，它早就突破了实体零售业态的传统边界，正逐步向生活服务一站式平台转型，成为向周围居民提供生活的多面手和主力军。

从2019年至2021年，社区型便利店的占比从30.4%猛增至58.7%，半数以上的便利店开通了社区团购业务，现在很多便利店，尤其是在便利连锁超市，人们既可以买到早餐、小吃、蔬菜、水果、便当、咖啡等食品饮料，还可以实现水、电、气缴费，公交卡充值，代收代发快递等生活类服务。

有的便利店连锁场景正在加速融合加油、充电、洗衣、维修、美发等多种生活服务功能，初步形成了多元化、多样化和覆盖城乡的生活服务体系，还有不少便利店24小时不打烊，能提供全天候的购物服务。

可以说，作为城市一刻钟便民生活圈的重要组成部分，便利店的作用还远不止于此，将来的便利店会更

像是一座生活驿站和温馨港湾，也许在不久以后，便利店还会发展成为一个情感驿站，除了购物和提供服务以外，人们还可以在这里休息小憩、沟通交流和联络感情，一个小小的店面就能大幅度提升顾客的幸福指数。

现在的便利店与人们日常生活的联系正日趋紧密，能适应上班族对快节奏工作生活的各种需求，也是因为如此，近几年便利店行业的渗透率一直是在快速提升。

## 数字技术助力线上线下融合式发展

在便利店功能拓展和市场需求双重因素的推动之下，便利店行业正在成为一个新的细分赛道，通过不断提升品牌实力、管理标准、服务能力和数字化水平，现在很多便利店已经逐步实现了社区化、信息化、即时零售化与线上线下一体化融合服务。

仅从信息化建设水平来看，从2016年至2021年，开通了线上业务的便利店企业的占比就从29%提高到了88%，其中有7成以上的便利店企业是通过与第三方公司合作的形式开展线上业务。不过目前线上业务平均占比仅为7%，这说明未来还有较大的提升空间，近3年来，美宜佳门店每年仅在美团平台上的订单量增速均超过了100%。

数字化升级正推动着便利连锁超市的高质量发展，在商品供应链及物流配送服务中，数字技术的应用正日益深入，现在商家能运用数字技术赋能商品的进、销、存等环节，加上方便快捷的移动扫码及支付系统，这一切都有效地提升了便利店的运营及服务效率。

与此同时，门店通过前台管理系统可对私域流量实现精准营销，并以满足消费者日益增长的购物需求来带动自身的长远发展。

线上线下融合式发展也是当前及未来便利零售行业的发展趋势之一，如红旗连锁依靠红旗云大数据平台，统一对商品的进货及销售进行全面地数字化管理，同时通过线上线下联动销售和优化送货到家服务，尽量满足消费者的购物需求。

对顾客而言，在这方面感受最深的莫过于即时零售服务了，消费者通过线上交易平台下单，便利店通过第三方物流体系或公司自有配送力量完成送货上门服务，在60分钟内就可将商品送达消费者手中，即时零售模式使实体便利店也具备了和线上消费一样的方便快捷、选择丰富、省力省心等优点。

这种商品配送外卖化的趋势正逐渐受到消费者的欢迎，成为消费者购物的新选择，美团的数据显示，今年前7个月，美团平台上品牌超市便利店的即时零售订单同比增长了39%。

日益活跃的即时零售业态和高密度的门店布局，满足了消费者“最后一公里”的消费需求，给便利店行业带来了更大的竞争优势，因此当前便利连锁超市正纷纷加快线上线下业务的融合式发展。

从2017年至2022年，美宜佳在美团的线上门店数量，就从不足1000家增加到了近2万家，覆盖了近200个城市，截至今年4月，公司线上单月销售额已超过2亿元，月订单峰值在390万单以上。

### 三线以下城市将是未来企业扩张的主阵地

随着便利店行业内部竞争加剧，行业集中度逐渐上升，大城市的便利店密度已趋于饱和，而下沉市场的消费虽然在稳健提升，但仍有万亿市场空间尚待充分发掘。

国家统计局的数据显示，去年农村居民人均可支配收入同比实际增长9.7%，增速比城镇居民高出2.6个百分点，从去年2季度以来，乡村市场的高品销售额增速持续高于城镇，很明显三线以下城市将是便利店企业壮大自身实力的新阵地，在这些区域各企业尤其是头部品牌的发展势头将持续增强。

具体而言，就是品牌通过收购、合并、加盟等方式，深耕下沉市场，实现高质量的规模扩张和进一步增强品牌影响力，从而在未来的竞争中拔得头筹，罗森就计划到2025年在国内新开1万家便利店，其中三、四线城市是公司关注的重点区域。

就便利店本身而言，开一家实体店其实并没有多少门槛，不过房租、人力成本的持续高企，是影响便利店发展的最大挑战，但如果能依托区域的门店规模优势、高效率的供应链和精细化的运营管理能力，企业就能构筑起一道对手难以复制和模仿的竞争壁垒。

这其中规模优势尤为重要，去年国内便利店的销售额为3492亿元，其中品牌连锁便利店的销售额就达到了3050亿元，同比增长12.3%，由此可见，大型便利连锁超市在国内便利店行业中占据着举足轻重的地位，其规模优势也会在未来的发展中强者恒强。

具体来说，企业可用15分钟便民生活服务圈作为标准，始终保持较快的门店拓展速度和科学的布局密度，在提供便捷零售服务的同时，还能在某一区域内形成规模化的竞争优势。

截止今年上半年，红旗连锁公司共有门店3557家，这些门店大多分布于大成都范围之内，如此大规模与高密度的布局，使得企业在该区域内具有较强的品牌影响力与整体竞争优势。

## 结语

「于见专栏」认为，未来便利店的服务场景将不再局限于传统实体零售业态范畴，线下有遍布城市各个角落的连锁便民服务网络，线上有方便快捷的即时零售服务模式，并且还有不少的便利店正在向社区生活服务一站式网点转型。

在推进行业高质量、可持续发展的过程中，数字技术正发挥着日益重要的作用，未来便利店行业也将形成线上线下相互促进、互为补充的良性发展格局，众多的门店也会成为城镇便民商业服务网络的重要组成部分。